ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 3/2018

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Wissen, Können, Sein ...

Persönlichkeit & Karriere im Fundraising

fundraiser-magazin.de
Aktuelle Themen, Texte und Termine ...
Jetzt neu mit Shop für Fachbücher und Co.

Schöner scheitern
Aus Fehlern lernen: Wir stellen kleine und größere Pannen bei Fundraising-Aktionen vor

Menschen
Axel Steier, Stefan Diefenbach-Trommer und Elisabeth Lenz im Interview

FUNDRAISEPLUS

BRINGEN SIE IHRE DATEN ZUM ROCKEN

Bevor der Trubel wieder richtig losgeht, lohnt sich ein kleiner Rückblick.
Auswertungen. Nachbetrachtungen. Vorbereitung des Jahresberichts.
Welche Themen sind gut gelaufen? Was ist verbesserungswürdig?
Wir haben mit fundraiseplus über 100 Standardauswertungen, die wir als PDF-Report, als Rohdatei für die Verwendung von Excel bis hin zur anspruchsvollen Business Intelligence Software auswerfen können.
Die Zeit ist reif. Lassen Sie uns jetzt Ihre Daten zum Rocken bringen!

STEHLI SOFTWARE DATAWORKS

stehli software dataworks GmbH · Kaiserstr. 18 · 25524 Itzehoe
Niederlassung Köln: Hohenstaufenring 29-37 · 50674 Köln
Fon: [+49] 0 48 21/95 02-0 · Fax: [+49] 0 48 21/95 02-25 · info@stehli.de · www.stehli.de
Partner von POSTADRESS CLEAN POSTADRESS MOVE · Systempartner von klickTel

Liebe Leserin, lieber Leser,

das Thema „Karriere im Fundraising" beschäftigt auch unsere Redaktion seit Langem. Jede Woche gehen Stellenangebote in unserer kostenlosen Job-Börse unter *www.fundraising-jobs.de* ein. Auch wenn ich persönlich natürlich nicht auf Arbeitssuche bin, finde ich es immer wieder interessant, welche Wünsche und Anforderungen mit den jeweiligen Stellen verbunden sind. Wir haben uns mit dem Thema näher beschäftigt und bei den Recherchen festgestellt: Es gibt sie nicht, die (!) Fundraising-Karriere. Wie verschieden die Berufswege sein können, verraten elf Fundraiserinnen und Fundraiser in diesem Heft. Weiterhin sind wir der Frage nachgegangen, ob NGOs und der Fundraisingbereich gute Aufstiegs-Chancen für Frauen bieten. Was glauben Sie? Lesen Sie unseren Themenschwerpunkt ab Seite 16 und lassen Sie sich überraschen!

In der vergangenen Ausgabe gab der erfahrene Fundraiser Holger Menze persönliche Einblicke in seine Gedanken zum Nachlass-Fundraising. Auf diesen mutigen Text erhielten wir starke Resonanz und viel Lob. Deshalb wollen wir ab sofort in jeder Ausgabe Platz machen für die Dinge, die Menschen in unserer Branche persönlich bewegen. Diesmal schreibt Jan Uekermann über seine Ansichten, Befürchtungen und Wünsche in Sachen sexuelle Übergriffe und Gewalt im Dritten Sektor. Wenn auch Ihnen ein Thema auf den Nägeln brennt und Sie die Leserschaft des Fundraiser-Magazins daran teilhaben lassen wollen, dann schreiben Sie mir bitte an *meinung@fundraiser-magazin.de*.

Eine inspirierende Lektüre wünscht Ihnen,
Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct.
Agentur & Lettershop

erfolgreiche
SPENDEN MAILINGS

Sprechen Sie mit den **Spezialisten:**

direct. KÖLN
0221 /759 19-44
steffi.sczuka@directpunkt.de

direct. MÜNSTER
0251 /287 387-63
vera.dittgen@directpunkt.de

direct. HAMBURG
040 /237 860-0
service@directpunkt.de

www.directpunkt.de

Thema

ab Seite 16

Gutes besser tun 18
Wie Effektiver Altruismus die eigene Karriere mitbestimmen kann

Mehr Agilität durch Team-Entwicklung 20
Ein Bericht über das Marketing-Team des Landesbund für Vogelschutz in Bayern e.V.

Frauen auf dem Vormarsch 22
Verändern sich Karrieren im Fundraising?

Karriere im Non-Profit-Sektor? 24
Arbeitsbedingungen und Aufstiegschancen für Frauen

So kam ich zum Fundraising 26

Formationsflug der Gänse 30
Die Struktur eines Teams wirkt sich auf dessen Erfolg aus

Menschen

Axel Steier 12
Der Gründer der Organisation „Mission Lifeline“ über die Schwierigkeiten, Menschen mit Spenden zu retten.

Stefan Diefenbach-Trommer 62
Die Allianz „Rechtssicherheit für politische Willensbildung“ kämpft für eine Reform des Gemeinnützigkeitsrechts.

Elisabeth Lenz 86
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches.

Projekte

Automatisierung vermeidet Fehler 36
Onlineportal erleichtert Antragstellung in der Entwicklungszusammenarbeit

Tag der Geschlossenen Tür 38
Ein Präventionsprojekt lässt Jugendliche gesiebte Luft schnuppern

Gemma ham! 40
In Graz trägt ein Obdachlosen-Hospiz Sorge für ein Ende in Würde

Stiftungen

Hochbegabt, aber tief gefallen 44
Die Dr. Farassat-Stiftung will ungenutztes geistiges Potenzial wecken

Grünes Licht fürs Update 46
Kommt mit der neuen deutschen Regierung die Stiftungsrechtsreform?

Mit anderen Schwerpunkten zu neuen Themen 48
Stiftungslehrstühle als Schnittstelle zwischen Lehre und Wirtschaft

Verlosung

Testen Sie Ihr Wissen
Machen Sie mit bei unserem Rätsel und gewinnen Sie nützliche Dinge für den Fundraising-Alltag. **88**

Praxis & Erfahrung

Gemeinsam etwas Neues erarbeiten **64**
Erfolgreich einen Workshop organisieren – so geht's

Wenn der Herd in Flammen steht **66**
Warum Krisenkommunikation immer wichtiger wird

Alle Werkzeuge nutzen **68**
Zehn Jahre Fundraising im Erzbistum Freiburg

Bankkredit fürs Fundraising **70**
Wachstum durch Fremdfinanzierung: Österreichs Erste Bank eröffnet neue Chancen

Effizienter Multiplikator **72**
Digitale Donor Journeys stärken die Spenderbindung

Die Digitale Revolution wird kommen **74**
Große Organisationen investieren mehr in Online-Fundraising

Rubriken

Spektrum **6**
Schöner scheitern **11**
Köpfe & Karrieren **52**
Branche **54**
Dienstleisterverzeichnis **56**
Fundraising-Kalender **76**
Bildung **78**
Fach- und Sachbücher **84**
Fragebogen **86**
Das Letzte **90**
Vorschau + Impressum **90**

Das Bestellformular finden Sie im Internet:
www.abo.fundraiser-magazin.de

Autoren

... dieser Ausgabe:
Ursula Becker-Peloso, Klaus-Dieter Boll, Matthias Daberstiel, Georg Duit, Markus Fürnweger, Dr. Hedda Hoffmann-Steudner, Elisabeth Lenz, Kurt Manus, Stefano Massera, Daniela Münster, Peter Neitzsch, Ute Nitzsche, Dr. sc. Eckhard Priller, Selma Reese, Udo Schnieders, Jörg Schumacher, Thilo Schuster, Rico Stehfest, Jan Uekermann, Prof. Dr. Annette Zimmer

Weiterhin

... liegen in dieser Ausgabe (teilweise oder komplett) Beilagen der folgenden Inserenten bei. Wir bitten um freundliche Beachtung:

- Swissfundraising

vanacken
Druckerei & Verlag

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …

Welcher passt zu Ihnen?

Ihr Partner für die schnelle, zuverlässige und flexible Produktion von Drucksachen.

Von der ersten Idee, über den Druck, bis zur Postauflieferung – alles aus einer Hand. Produktsicherheit durch kurze Wege.

van Acken: Profi in Sachen Druckerei und Verlag

Lernen Sie unsere „Vögel" kennen.

Wir freuen uns auf Sie!

van Acken Druckerei & Verlag GmbH
Magdeburger Straße 5, 47800 Krefeld
Telefon: 02151/4400-0
Fax: 02151/4400-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

Zahlen & Fakten

Die Deutsche Angst vor dem Unbekannten

Nicht gerade der Renner: Nur rund 2,2 Millionen Menschen in Deutschland werden laut Statista Digital Market Outlook dieses Jahr Mobile Payment am Point-of-Sale nutzen. Darunter fallen Zahlungen über mobile Wallets, app-basierte Transaktionen mit einem geeigneten Zahlungsterminal des Händlers und NFC, QR-Code oder Bluetooth-basierte Zahlungsvorgänge. Aber auch diejenigen, die solche Dienste nutzen, tun das eher zurückhaltend, wie das mit etwas mehr als 80 Euro niedrige durchschnittliche Transaktionsvolumen pro Nutzer zeigt. Anders sieht das beispielsweise in den USA (1838 €/Nutzer) oder Großbritannien (1683 €/Nutzer) aus.

▶ www.statista.com

Und sonst noch …

Ist virtuelles Angeln unethisch?

Die Tierschutzorganisation PETA hat mal wieder den ermahnenden Zeigefinger erhoben. Im fünften Teil der Computerspiel-Reihe „Far cry" können sich die Spieler nämlich vom actionreichen Rumgeballere eine kleine Auszeit nehmen und angeln. Also, Fische angeln. Keine echten, sondern virtuelle. Und dafür gibt's auch Punkte. PETA gefällt das aber nicht. Fische sind ja schließlich auch Lebewesen, und die gilt es nicht zu quälen. Deshalb fordert die Organisation die Spieleentwickler auf, zukünftig keine Spiele auf den Markt zu bringen, „die das Jagen und Töten von Fischen oder anderen Tieren glorifizieren und banalisieren".

PETA nahm schon häufiger öffentlichkeitswirksam an bekannten Games Anstoß: In „Call of Duty" kritisierte man den Umgang mit Hunden, in „Battlefield 3" wollte man die Ratten schonen und auch der Kult-Klempner, der in „Super Mario 3D Land" einen Pelzanzug trug, geriet schon ins Visier der Tierschützer.

▶ www.peta.de

MEINE MEINUNG

Deutscher Fundraising Verband: Ein „Weiter so!" kann es nicht geben!

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

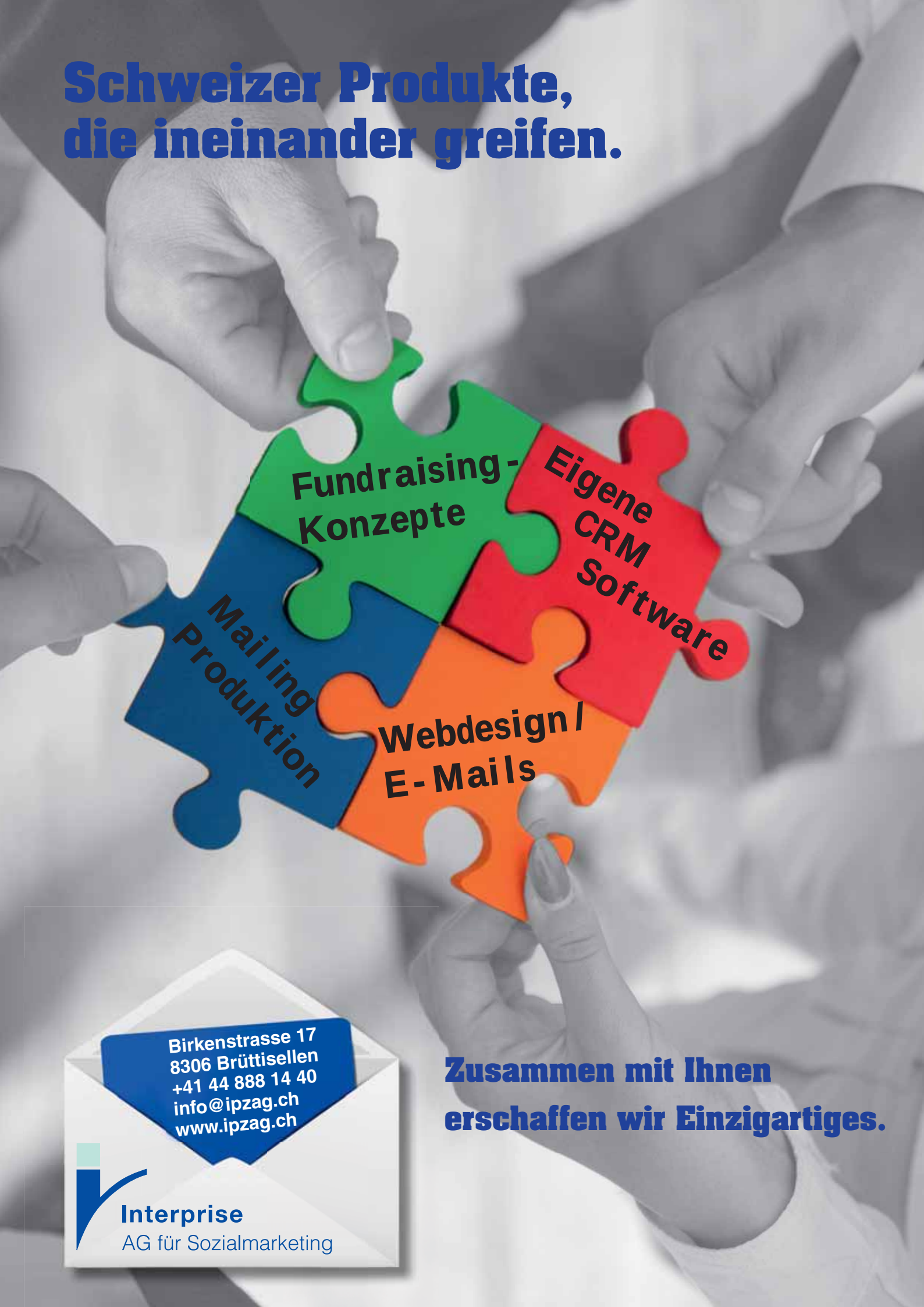
Der Deutsche Fundraising Kongress 2018 hinterließ bei mir zwiespältige Gefühle: einerseits ein Verband mit aufopferungsvollem, ehrenamtlichem Vorstand – andererseits ein eigenwillig argumentierender Geschäftsführer in der Mitgliederversammlung und ein Kongress, der immer weniger die anzieht, die auch den Verband tragen: professionelle Fundraiserinnen und Fundraiser.

Ich beobachte eine zunehmende Entfremdung der Mitglieder von Verband und Kongress, seien es Dienstleister oder langgediente Berufsfundraiser. Das Premium-Angebot „Fundraisingkongress" bot bisher die Möglichkeit für intensiven fachlichen Austausch unter Profis und für neue Impulse. Der Umzug von Berlin nach Kassel allein ist aber kein Neustart geworden. Der Verband müsste jetzt sein Flagschiff „Kongress" auch inhaltlich auf neuen Kurs setzen. Nur auftakeln reicht nicht. Stattdessen lässt der Verband immer mehr Beiboote zu Wasser, verzettelt sich, überfordert seine Kapazitäten, weil er versucht, alles abzudecken, was nur irgendwie mit Fundraising zu tun hat, öffnet den hochpreisigen Kongress sogar für Einsteiger-Themen. Stimmt da der Kompass?

Spätestens durch das Rekorddefizit des Verbandes für 2017 ist klar, ein „Weiter so!" kann es nicht mehr geben. Der neuen Geschäftsführerin, die aus Kostengründen erst im Oktober 2018 anfangen kann, ist ein klarer Blick und ein Perspektivwechsel auf den Kern des Verbandes zu wünschen: seine professionellen Mitglieder.

Was meinen Sie? Schreiben Sie an *meinung@fundraiser-magazin.de*

Schweizer Produkte, die ineinander greifen.



Birkenstrasse 17
8306 Brüttisellen
+41 44 888 14 40
info@ipzag.ch
www.ipzag.ch

Interprise
AG für Sozialmarketing

Zusammen mit Ihnen erschaffen wir Einzigartiges.

Jedes Kind soll schwimmen können! Davon ist das Österreichische Jugendrotkreuz überzeugt und macht rechtzeitig zum Start in die Badesaison 2018 darauf aufmerksam, dass schwimmen zu können eine wichtige Kompetenz ist. Die Social-Media-Kampagne „Sicher im Wasser" motiviert Jugendliche dazu, Rettungsschwimmer zu werden. Die Kampagne wird durch die Schwimmprofis und Olympioniken Mirna Jukic und Maxim Podoprigora prominent unterstützt. „Nicht aus jedem Kind wird eine Olympiasiegerin werden, aber schwimmen zu können ist überlebenswichtig", sagt die Leistungssportlerin Mirna Jukic.

▶ www.jugendrotkreuz.at/sicherimwasser ▶ www.sicherimwasser.at

Drei Fragen an … Larissa M. Probst

Die neue Geschäftsführerin des Deutschen Fundraising Verbandes ist optimistisch

? Was hat Sie bewogen, die Aufgabe der Geschäftsführung des Deutschen Fundraising-Verbandes zu übernehmen?

Die Zukunft der Kultur des Gebens intensiv mitzugestalten ist für mich eine großartige und wichtige Aufgabe. In Zeiten, in denen menschenverachtende Parolen wieder gefährlich salonfähig werden, ist es mir ein entscheidendes Anliegen, zu einer Stärkung der Zivilgesellschaft beizutragen. Aus meiner Sicht hört beispielsweise Freundschaft nicht beim Geld auf – Solidarität und Freundschaft können und sollten auch durch monetäre Unterstützung zum Ausdruck gebracht werden.

? Auf welche Erfahrungen können Sie bauen?

In meinem Studium habe ich den Schwerpunkt auf Sozialmarketing gelegt. Danach habe ich mit fünf Freunden eine Agentur für Hochschulmarketing aufgebaut, bin später zu einem Bildungsverband gewechselt, bei dem ich zuletzt Geschäftsführerin und geschäftsführende Gesellschafterin der zugehörigen Service-GmbH war. Zuletzt war ich Geschäftsführerin der Stiftung „Schüler Helfen Leben". Meine ehrenamtlichen Erfahrungen habe ich insbesondere in sechs intensiven Jahren als Vorstand für Öffentlichkeitsarbeit von Amnesty International Deutschland gesammelt. Für die Interessenvertretung der Verbandsmitglieder möchte ich diese unterschiedlichen Perspektiven nutzen.

Larissa M. Probst …

… vereint Erfahrungen im Bereich Non-Profit-Marketing mit Fundraising und dem Engagement für Menschenrechte.

? Das finanzielle Polster des Verbandes war nie sehr üppig. Woran werden Sie arbeiten, damit der Verband stärker wächst?

Zunächst erarbeite ich mir einen sicheren Überblick und Durchblick bezüglich der Abläufe und Finanzen des Verbandes und verstärke bereits erfolgreiche Aktivitäten. Aus jetziger Sicht möchte ich einen Fokus auf Mitgliederwachstum legen und weitere starke Partner gewinnen. Hierzu greife ich auf Beispiele zurück, die mit kleinem Budget große Wirkung erzielt haben. Die positiven Wechselwirkungen mit Öffentlichkeitsarbeit und konkreten Lobbyaktivitäten sollten wir intensiv nutzen.

▶ www.dfrv.de

Kurzgefasst …

Ehrenamtsbörse

Die Bürgerstiftung Fürstenfeldbruck hat gemeinsam mit dem Landkreis eine Plattform für die Vermittlung von Ehrenamtlichen ins Leben gerufen. In Form einer Internetseite und einer persönlichen Beratungsstelle zielt die neue Börse insbesondere auf die Generation 60+ ab. Die Liste derer, die Ehrenamtler suchen, ist bereits deutlich länger als die der Angebote.

▶ www.ehrenamtsboerse-lkr-ffb.de

Mitarbeiterengagement

Die Studie „Corporate Volunteering in Deutschland", die vom Unternehmensnetzwerk UPJ veröffentlicht wurde, zeigt, dass Mitarbeiterengagement großteils in der Arbeitszeit stattfindet. Das deute auf Institutionalisierung, Professionalisierung und eine systematische Herangehensweise hin, so die Autoren. Die komplette Studie steht kostenlos zum Download bereit.

▶ www.upj.de

Aktion Kindertraum

Als Dankeschön an die mehr als 40 000 aktiven Spender und um weitere Menschen von der Aktion „Kindertraum" zu überzeugen, reist das Team in diesem Jahr durch zehn deutsche Städte, um Kontakte zu knüpfen und über das Wirken des Projektes zu informieren. Die Organisation erfüllt Wünsche kranker oder behinderter Kinder und Jugendlicher.

▶ www.aktion-kindertraum.de

Wie Narzissten spenden

Eine Studie der Universität Köln hat nachgewiesen, dass sich die Spendenbereitschaft von Personen mit narzisstischen Persönlichkeitszügen durch eine egozentrische Perspektive deutlich erhöhen lässt. Wird in einer Spendenkampagne darauf abgezielt, dass sich der Spender selbst in die Situation hineinversetzt, wird dieser Blickwinkel genutzt, um die Bedürftigkeit „am eigenen Körper" zu spüren.

▶ www.uni-koeln.de

Chemnitz zum Anfassen

Durch Spenden von Bürgern, Unternehmen und eine Förderung des Freistaates Sachsen konnte die Chemnitzer Bürgerstiftung ein bronzenes Modell der Innenstadt anfertigen lassen. Damit können blinde und sehbehinderte Menschen ihre Stadt ertasten und Details an den Gebäuden ergreifen. Einzelne Punkte bieten zusätzliche Informationen in Braille-Schrift.

▶ www.buergerstiftung-chemnitz.de

Fundraising,

das berührt.

SAZ – Fundraising mit Gefühl und Mitgefühl

Neuspendergewinnung • Lastschrift-Gewinnung
Lastschrift-Upgrade • Off- und Online-Spendenkampagnen • Zielgruppenadressen • Adresspflege nach DSGVO • Adress-Scoring • Fundraising-CRM
24h Notmailings

SAZ®
05137-88-1444
fundraising@saz.com
saz.com

So geht das …

Fundraising im Internet – das klingt vielversprechend, aber aufwendig. Deshalb haben wir für Sie ein Extra-Heft zusammengestellt, das ab sofort über unseren Online-Shop erhältlich ist. Darin steht alles Wichtige von den Grundlagen bis zu den „Stolpersteinen". Und weil Online-Fundraising nur zusammen mit Social Media sinnvoll funktioniert, finden Sie allerhand Wissenswertes zum Twittern und Liken. Eine runde Sache wird's, wenn auch die Online-Kommunikation gut auf das Fundraising abgestimmt ist. Wie Blogs und Newsletter dabei helfen, lesen Sie ebenfalls in diesem Heft. Und zu guter Letzt widmen wir uns dem Thema Gratis-Werbung bei Google. Das Fundraiser-Magazin-Extra-Heft „Fundraising im Internet" kostet 8 Euro.

▶ https://shop.fundraiser-magazin.de

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

Wir stärken **die Kultur des Gebens**

SEIEN SIE DABEI!

Werden Sie jetzt Organisationsmitglied im Deutschen Fundraising Verband.

Vorteile im Überblick

- unser Netzwerk mit über 1.300 Mitgliedern
- Sonderkonditionen beim Deutschen Fundraising Kongress und Veranstaltungen des DFRV
- vergünstigte Erstberatung bei Rechtsfragen
- viele kostengünstige Leistungen wie das DM-Panel, Mentoring und Coaching, relevante Studien u.v.m.

Mehr über die Vorteile einer Organisationsmitgliedschaft unter **www.dfrv.de**

Armut in der Schweiz nimmt zu

Laut Bundesamt für Statistik sind in der Schweiz 615 000 Personen von Armut betroffen. Verglichen mit dem letzten Jahr hat die Armut von 7,0 auf 7,5 Prozent der Bevölkerung zugenommen. Betrachtet man einen Zeitraum von vier Jahren ist jede achte Person von Armut betroffen. Überdurchschnittlich oft arm sind Alleinerziehende, Personen ohne nachobligatorische Bildung und Erwerbslose. 140 000 Männer und Frauen haben trotz Erwerbstätigkeit zu wenig Geld. Mangelnde Bildung, Verlust der Arbeitsstelle, kleine oder mehrere Kinder in einer Familie sowie Trennung und Scheidung sind die größten Armutsrisiken in der Schweiz.

▶ www.caritas.ch

Analysetool für Engagementförderung

Die Akademie für Ehrenamtlichkeit hat auf ihrer Website ein Analysetool für gemeinnützige Organisationen zur Verfügung gestellt, mit dessen Hilfe sich Interessierte einen Überblick über die aktuelle Situation der Engagementförderung in der eigenen Organisation verschaffen können. Dazu gilt es, zwölf Fragen zu beantworten – von den Voraussetzungen für ehrenamtliches Engagement bis hin zur Verabschiedung von Freiwilligen. Die Akademie empfiehlt, das Analyse-Tool möglichst in einer kleinen Gruppe auszufüllen, beispielsweise im Vorstandsteam, da verschiedene Mitglieder einer Organisation die Situation oft unterschiedlich einschätzen.

▶ www.ehrenamt.de/1481_Analysetool.htm

Studienreise nach Israel

Die Bundeszentrale für Politische Bildung bietet eine Studienreise der besonderen Art an. Vom 16. bis 28. November können Interessierte unter dem Motto „Fundraising, Philanthropie und Zivilgesellschaft" Israel kennenlernen und ein tieferliegendes Verständnis dafür entwickeln, wie das öffentliche Leben in dem Land funktioniert, wie Zivilgesellschaft organisiert ist und wie sich die Philanthropie und das Fundraising in den letzten Jahrzehnten gewandelt haben. Zudem soll die Reise an einem Tag in das palästinensische Autonomiegebiet führen. Die Teilnahmegebühr beträgt 1100 Euro; Bewerbungen sind nur online möglich.

▶ www.bpb.de/fundraising-in-israel

Schöner scheitern … mit Automationen

Aus Fehlern kann man lernen, dafür muss man sie nicht alle selber machen! Das Fundraiser-Magazin stellt in der Serie „Schöner scheitern" kleine und große Fehler von Fundraising-Aktionen vor.

Von NADIA FRANCIOSO, Creative Concepter, getunik AG

Wer einen Fehler gemacht hat und ihn nicht korrigiert, begeht einen zweiten. Diese weisen Worte von Konfuzius haben wir uns zu Herzen genommen und unsere Datenbank und Schnittstelle nach dem Versand des Newsletters verbessert.

Doch der Reihe nach: Voller Begeisterung haben wir vor einiger Zeit den ersten Newsletter aus unserer neuen Marketing-Suite versendet, doch bereits nach kurzer Zeit wurde unsere Freude getrübt: Einige Herren aus unserem Verteiler meldeten sich mit dem freundlichen Hinweis, dass wir sie fälschlicherweise mit „Liebe Frau" angesprochen hatten. Ein bisschen peinlich für uns als Automatisierungsprofis.

Wie konnte das passieren? Ziemlich schnell war die Ursache gefunden: Für einige Kontakte war die Anrede aus dem CRM nicht in unsere Marketing-Automation-Lösung übertragen worden. Wir hatten keinen Fallback vorgesehen für den Fall, dass die Anrede leer ist. Stattdessen ging unser E-Mail-Template davon aus, dass alles, was nicht „Herr" ist, „Frau" sein muss.

Das erinnert uns an folgende Punkte:

1. Automationen sind immer nur so clever, wie derjenige, der sie konfiguriert.
2. Wichtige Felder in einer Datenbank sollten immer als Pflichtfelder definiert werden und eine Fehlermeldung ausgeben, wenn die Daten unvollständig sind.
3. Man sollte immer davon ausgehen, dass die Daten unvollständig sind und entsprechende Fallbacks definieren.

Wir geloben Besserung und bitten die betroffenen Herren um Entschuldigung für unser Versehen! Und wir hoffen, dass unser Missgeschick dazu beitragen kann, ähnliche Fehler in Ihrer Organisation zu verhindern.

Sind auch Sie oder Ihre Organisation schon einmal schön gescheitert? Schreiben Sie uns an *meinung@fundraiser-magazin.de*

Edition Fundraiser

Großspenden können Großes bewirken.

Das neue Buch von Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann

Erster kompakter und praxisnaher Überblick zum Großspenden-Fundraising im deutschsprachigen Raum

Jetzt bestellen unter edition-fundraiser.de

… oder im Buchhandel

„Menschenleben kann man

nicht mit Geld aufwiegen“

Die in Dresden ansässige Hilfsorganisation „Mission Lifeline“ macht seit einiger Zeit Schlagzeilen, nicht nur weil sie mit Spenden und eigenem Schiff Flüchtende im Mittelmeer vor dem Ertrinken rettet, sondern auch, weil sie in einem Gerichtsverfahren Pegida in die Schranken wies. Die ‚Retter des Abendlandes‘ dürfen „Mission Lifeline“ nicht mehr als Schlepper bezeichnen. Matthias Daberstiel sprach mit dem Gründer der Organisation Axel Steier über seine Motivation und die Schwierigkeiten, Menschen mit Spenden zu retten.

? Was hat Sie bewogen, aus einem Bio-Laden heraus eine Organisation aufzubauen, die Flüchtenden das Leben rettet?

Fernsehbilder! Und zwar von geflüchteten Menschen auf der Balkanroute. Wir wollten helfen, borgten uns drei Kleinbusse, packten die mit dem Nötigsten voll und fuhren nach Preyevo in Serbien. Wir hatten 14 Tage Vorbereitungszeit. Über Facebook organisierten wir zwölf Helfer und betrieben dort eine Teeküche. Doch zehn Tage später wurde die Grenze geschlossen und ein Teil von uns zog weiter nach Idomeni in Mazedonien an die Grenze zu Griechenland. Von Dresden aus wurden dann Lebensmittel und Hilfstransporte organisiert.

? Das hatte aber noch wenig mit Lebensrettung im Mittelmeer zu tun.

Ja, wir mussten uns immer weiter mit unserer Hilfe anpassen. So kamen wir dann auch nach Chios, einer griechischen Insel direkt vor der türkischen Küste, wo viele Flüchtende ankamen und die Not sehr groß war. Die Menschen waren völlig durchnässt, und viele mussten medizinisch versorgt werden. Nach dem EU-Türkei-Deal änderte sich das und wir waren, wie auch andere Hilfsorganisationen, der Meinung, diese Gefängnissituation auf den griechischen Inseln nicht weiter unterstützen zu können. Außerdem verlagerten sich die Flüchtlingsströme immer mehr ins Mittelmeer. Und es wurde Sommer. Tee auszuschenken, wenn gleichzeitig viele Menschen bei der Überfahrt nach Europa starben, machte da für uns keinen Sinn mehr. Deshalb kam es zur Idee mit dem Schiff.

? Von der Teeküche zum Schiff ist es aber ein großer Schritt.

Am Anfang dachten wir, wir könnten mit wenigen Mitteln da viel ausrichten. Im Mai 2016 gründeten wir den Verein „Mission Lifeline“, und 15 Monate später konnten wir das Schiff kaufen.

? 15 Monate, um das Geld für ein Schiff aufzubringen, ist recht sportlich …

Also, wir hatten gedacht, es geht noch schneller! Ich dachte, die Idee ist so gut und der Ruf Dresdens ist so im Eimer, das ist die Gelegenheit für Dresdner Bürger, Flagge zu zeigen. Meine Planung ging von drei Monaten aus, aus heutiger Sicht völlig unrealistisch, aber wir hatten auch gar keine Erfahrung damit. Wir gingen auf Zeitungen zu und versuchten unser Projekt vorzustellen, hielten Vorträge in ganz Sachsen. Wir waren sogar auf einer Veranstaltung, wo ein Milliardär zu Gast war, aber der war recht desinteressiert.

? Was, glauben Sie, ist der Grund für die Zurückhaltung beim Spenden?

Das Projekt ist vielen zu politisch. Offensichtlich kann Menschen retten auch politisch sein. Das hat uns überrascht, und es war eines der Hindernisse, die wir überwinden mussten. Andere Projekte, bei denen diese politische Dimension kleiner ist, haben es da sicher einfacher.

? Sie haben gerade auch einen Prozess gegen Pegida gewonnen, die Sie als Schlepper bezeichneten. Was sagen Sie zu dem Vorwurf?

Das ist eigentlich interessant, denn unser Boot ist so kurz und klein, dass es nur als First Responder funktioniert, das heißt wir retten die Menschen nur aus der akuten Seenot und übergeben sie dann an Schiffe, die sie an Land bringen. Wir sind sozusagen die schnelle Eingreiftruppe, die dann Rettungswesten und Essen verteilt, medizinische Notfälle versorgt und dann mit dem „Maritime Rescue Coordination Centre“ in Rom klärt, an welches Schiff wir die Geretteten übergeben können. Bei diesem Ablauf ist es umso erstaunlicher, dass wir mit kriminellen Schleppern verglichen werden, aber das zeigt eben den politischen Rahmen, der unsere Arbeit behindert. Und das beeinflusst auch Menschen, die dann denken, hier ginge etwas nicht mit rechten Dingen zu. Viele kennen auch die Rechtslage gar nicht.

? Wie ist die?

Das ist eindeutig: Retten ist Pflicht. Und die Geretteten nicht nach Europa zu bringen, wäre ein Verstoß gegen die europäische Menschenrechtskonvention. Das heißt, kein Schiff darf die Menschen zurück nach Libyen bringen! Egal unter welcher Flagge.

? Der neue Verhaltenskodex der Libyer macht das Retten auf dem Mittelmeer schwerer, andere Organisationen haben sich deshalb zurückgezogen. Wie gehen Sie damit um?

Nun, das hat sich schon ein wenig entspannt. Die Libyer haben ja öffentlich bekannt, dass sie sich außerstande sehen, die Menschen im Meer zu retten, und können ihre geplante Such- und Rettungszone auch nicht ausdehnen. Sie haben weder Schiffe noch ausgebildetes Personal noch Geld dafür. Außerdem haben sie auch kein Interesse daran, die Menschen zu retten. Der Umgang … ▶

... mit den Milizen aus Libyen macht natürlich nur bedingt Spaß. Aber wir haben ein Konzept, wie wir damit umgehen und die Crews und die Menschen an Bord schützen.

? Um diesen Verhaltenskodex für die Rettung durch NGOs gab es eine heftige Diskussion. Trotzdem ordneten sich einige Organisationen schnell unter. Die richtige Strategie, um Ärger zu vermeiden?

Nun, jede Organisation hat ihre eigene Geschichte und ihr Selbstverständnis und auch andere Freiwillige oder Angestellte, die auf solchen Druck ganz unterschiedlich reagieren. „Save the Children" stellte seine Aktivitäten daraufhin komplett ein, „Sea Eye" zogen sich weiter von der Küste zurück. Wir denken, dass man immer abwägen muss, wie weit man für die Rettung geht. Das ist nicht einfach.

? Das heißt, Sie müssen den Schutz ihrer eigenen freiwilligen Mitarbeiter abwägen, um den libyschen Grenzschutz nicht zu provozieren?

Ja, das ist richtig. Wir haben im Schiff zwei Verschlussstufen. Stufe 1 schützt schon mal vor Einwirkungen von außen und Stufe 2 ist ein Raum im Schiffsinneren, von wo aus auch das Schiff noch gesteuert werden kann. Das ist die technische Vorsorge. Natürlich haben wir aber auch erfahrene Leute an Bord, die schon in Kontakt mit Behörden waren und angemessen reagieren können. Das geht zum Beispiel bei kleinen Präsenten wie Schokolade und Zigaretten los, die man dabeihat, um erst mal eine Gesprächsbasis zu finden. Alle Abläufe müssen auch trainiert werden, und es gibt ein Briefing durch einen Psychologen, um in Krisensituationen deeskalierend vorzugehen und die Crew zu schützen.

? Das hört sich alles schon sehr professionell an, dabei machen Sie das doch erst ein Jahr! Unter den Gründern war ja niemand mit Hochseeerfahrung, oder?

Nein, so gut wie keiner! Wir haben am Anfang erst mal alle einen Grundkurs „Boot fahren" gemacht, um zu wissen, wo Backbord und Steuerbord ist und um dann auch mit den „Seebären" reden zu können. Nur so war das möglich. Diese Kompetenzen mussten wir erst ins Team holen.

„Dort, wo die Mauern besonders hoch gezogen werden, wird mehr gestorben, aber nicht weniger geflüchtet."

? Das Schiff wurde gekauft und ist im Mittelmeer unterwegs. Was haben Sie erreicht?

549 Menschen konnten wir im letzten Jahr von September bis Dezember im Mittelmeer retten. Dabei waren aber auch drei Missionen, bei denen nix passierte und wir nur schlechtes Wetter hatten. Da konnten wir auch nicht eingreifen und haben auch Leichen im Meer gefunden. Aber für uns steht natürlich der Erfolg im Vordergrund, so viele Leben gerettet zu haben. Leben oder nicht – das kann man nicht mit Geld aufwiegen.

? Tote zu finden ist aber sicher nicht einfach. Wie gehen Sie und Ihr Team damit um?

Im Normalfall werden die Leichen nicht geborgen, sondern es werden Fotos für die Identifizierung gemacht, die Körper werden gekennzeichnet und dann auf See bestattet. Die psychische Belastung ist natürlich Thema in der Nachbesprechung. Wir fragen nach solchen Vorfällen mit etwas Abstand auch nach, aber die meisten sind natürlich auch erfahren. Es gibt aber auch Fälle, an die wir nur das medizinische Personal ranlassen.

? Solch ein professionelles Projekt braucht auch Geld. Wie machen Sie das?

Ja, es sind über 40 000 Euro im Monat. Am Anfang hatten wir Projektpartner aus Spanien, welche die Hälfte der Kosten übernahmen. Es ist aber noch nicht klar, ob die weitermachen. Wir hatten aber auch etwas Glück mit dem günstigen Schiffskauf und der anfänglichen Euphorie, die uns beispielsweise bei Facebook getragen und finanziell ein Polster gegeben hat. Doch nun ist das Geld bald alle, und wir müssen uns Gedanken machen.

? Die Situation im Mittelmeer wird sich ja nicht entspannen ...

Eher nicht. Überall flüchten die Menschen, und dort, wo die Mauern besonders hoch gezogen werden, wird mehr gestorben, aber nicht weniger geflüchtet. Das ist die Realität.

? Was sind denn jetzt die Ziele? Fünf Missionen gefahren, über 500 Menschen gerettet. Mission der NGO erfüllt?

Die Sterblichkeit hat sich ja im letzten Jahr sogar noch erhöht, obwohl weniger Menschen die Flucht wagen. Wir wollen deshalb weitermachen. Eine solche Organisation aufzubauen und dann wieder einzustellen kann ja nicht das Ziel sein. Wir wollen da dranbleiben und uns noch weiter professionalisieren. Auch im Fundraising, denn ohne Spenderinnen und Spender wird das nicht gelingen. Deshalb schreiben wir auch gerade eine Stelle aus und hoffen auf professionelle Unterstützung im Fundraising. Bewerbungen gerne an mich. Uns ist es egal, wo der Fundraiser sitzt, wir sind eine Organisation, die stark vernetzt ist und sowieso viel online kommuniziert. Da müssen wir flexibel sein. ◘

▶ www.mission-lifeline.de

Mittel fliessen, Projekte spriessen.

4’121’699

im Jahr 2017

Effiziente Fundraiser setzen auf OM

creati</> SOFTWARE
creativ.ch

Wissen, Können, Sein …

Persönlichkeit und Karriere im Fundraising

Gutes besser tun

Endlich kommt wieder Bewegung ins Helfen. Und damit hoffentlich auch ins Fundraising. Wie Effektiver Altruismus die eigene Karriere mitbestimmen kann. Seite 18

Mehr Agilität durch Team-Entwicklung

Knappe Personalressourcen, der berechtigte Druck, die Verwaltungskosten möglichst gering zu halten ... Ist es da wirklich sinnvoll, Geld in einen Teamentwicklungsprozess zu investieren statt in weitere Fundraisingaktivitäten? Seite 20

Frauen auf dem Vormarsch

Verändern sich Karrieren im Fundraising? Die AG Frauen im Deutschen Fundraisingverband befragte rund 3 000 Fundraiserinnen zu ihrem Berufsbild und ihren Wünschen. Seite 22

Karriere im Nonprofit-Sektor?

Gleichberechtigung und Frauenquote – es sollte also kein Problem sein, als Frau im Non-Profit-Sektor Karriere zu machen? Eine wissenschaftliche Studie führt vor Augen, wie die Realität aussieht. Seite 24

So kam ich zum Fundraising ...

Fundraising als Beruf – für die einen schon immer der Traumjob, andere sind eher zufällig in diesen Bereich geraten und dann gern „hängengeblieben". Hier verraten Fundraiserinnen und Fundraiser, welche beruflichen (Um-)Wege sie gegangen sind. Seite 26

Formationsflug der Gänse

Beruflicher Erfolg ist nicht ausschließlich selbstbestimmt. Wer die eigene Karriere positiv beeinflussen will, sollte auch wahrnehmen, wie die Kollegen arbeiten. Denn die Struktur eines Teams wirkt sich auf dessen Erfolg aus. Seite 30

Gutes besser tun

Wie Effektiver Altruismus die eigene Karriere mitbestimmen kann

Viele Fundraiser werden vermutlich aufschreien und sich mit Argumenten gegen diese „neuen Weltverbesserer" wappnen oder sonst irgendwie versuchen, den Effektiven Altruismus kleinzureden. Doch er hat eine Chance verdient. Wenn nicht sogar eine ziemlich große. Endlich kommt wieder Bewegung ins Helfen. Und damit hoffentlich auch ins Fundraising.

Von JAN UEKERMANN

Effektiver Altruismus (EA) beschreibt sein Bestreben so: „Mit wissenschaftlich-rationalem Vorgehen so vielen empfindungsfähigen Wesen wie möglich helfen." Gutes tun soll besser gemacht werden. Die eigene Karriere soll dafür eingesetzt werden, so viel und effektiv wie möglich zu helfen. Sinn und Unsinn von Hilfsprojekten sollen hinterfragt und die besten und effektivsten Organisationen unterstützt werden. Spenden gehört dazu – an Organisationen, die effektiv arbeiten.

Potenzielle Großspender für effektive NGOs

Das wirft Fragen auf: Was ist effektive Hilfe? Wer entscheidet darüber, was effektiv ist und was nicht? Die Befürworter der Bewegung berufen sich auf die Wissenschaft. Mit unabhängigen Studien und Erhebungen wird definiert, wie effektiv die Hilfe einer Organisation ist. Die Organisation „Give Well" macht das. Sie empfiehlt neun Hilfswerke als „Top Charities" und davon eine ganz besonders: die Against Malaria Foundation. Weil hier mit Spendengeld am effektivsten geholfen werden könne. Das offenbart, dass die Sicht einseitig ist und Fragen aufkommen dürfen wie: Ist „Give Well" nur ein weiterer, selbsternannter Spenden-TÜV oder vielleicht noch besser: eine kluge Marketing-Strategie der Against Malaria Foundation?

Dennoch: Größtenteils junge Menschen, die teils sehr hohe Gehälter haben (werden), wollen mindestens zehn Prozent – im besten Fall noch viel mehr davon – spenden. Das ist sehr lobenswert, und aus Sicht des Fundraisings können sie damit gar in die Gruppe potenzieller Großspender gehören. Wer mit diesen jungen Philanthropen zusammenarbeitet, muss sich auf Fragen zu Nachhaltigkeit, Sinnhaftigkeit, Effektivität der Hilfe und Diskussionen dazu einstellen. Effektive Altruisten berechnen selbst, wie effektiv welche Art der Hilfe ist – oft gerechnet in Anzahl von Menschenleben (oder empfindungsfähiger Wesen). Durch strategisches Helfen hinterfragen sie die Projekte von Organisationen: Ist das, was sie tun, wirklich das Beste, um das Problem zu lösen, das gelöst werden soll?

„Ich spende 60 Prozent meines Einkommens"

Jonas Müller ist einer der Effektiven Altruisten, der mit seiner Geschichte an die breite Öffentlichkeit ging. Die kostenlose Schweizer Zeitung „Blick" überschrieb den Artikel über ihn mit „Ich spende 60 Prozent meines Einkommens". Jonas lebt mit seiner Freundin in einer kleinen Wohnung, sie kaufen günstigste Lebensmittel und gönnen sich wenige Luxusartikel. Im Dezember eines jeden Jahres macht er Kassensturz: Alles, was dann noch auf dem Konto ist, wird gespendet. Natürlich nur an effektiv arbeitende Organisationen. Er verdient sein Geld in der Schweizer Finanzbranche, wo aufgrund der hohen Gehälter schnell ein fünfstelliger Betrag zusammenkommen kann, den Müller dann an die Projekte seiner Wahl spendet.

Junge Menschen wollen etwas Sinnvolles tun

Organisiert ist die EA-Bewegung größtenteils im Web – es gibt unendlich viel Lese- und Videomaterial zu den verschiedensten Themen – und in lokalen Gruppen, die sich zum Austausch treffen oder Vorträge organisieren und anschließend diskutieren. An diesen Treffen nehmen auch Daniel und Yves teil. Beide sind Anfang 20, studieren Mathematik und wollen mit Algorithmen die Welt verbessern. Daniel klärt auf, dass künstliche Intelligenz beziehungsweise die Sicherheit eben dieser eine der größten Herausforderungen für die Menschheit sein wird. Genau hier wollen er und Yves sich einbringen. Tatsächlich gehören aus EA-Sicht Themen zu den größten Herausforderungen der Menschheit, die einem nicht sofort in den Sinn kommen würden: Entscheidungsfähigkeit von Institutionen verbessern, Recherchen zu den weltweit größten Problemen, industrielle Tierzucht.

Wegen dieser Themen sitzen auch Mario und Sarah beim Treffen der lokalen EA-Gruppe in Zürich. Sie ist hier, weil sie in einer Bank arbeitet, aber eigentlich etwas Sinnvolles tun möchte. Gespendet hat sie früher mal, aber dann merkte sie, dass „viel zu viel Geld für Werbung und so" ausgegeben werde. Darum spendet sie jetzt erst mal nicht mehr. Zumindest aber ist sie

offen für Erklärungen aus professioneller Fundraising-Sicht, warum Ausgaben für Werbung sein müssen. Auf die Frage in die Runde, wer denn spenden würde, kommt die allseits bekannte Antwort „Ich bin noch Student" – die allerdings als Ausrede für das Nicht-Spenden nicht zählen kann, da doch fast alle Menschen in den hiesigen Ländern die Möglichkeit hätten, zumindest 5, 10 oder 50 Euro oder Franken im Monat zu spenden.

Wichtiger als Spenden: nachhaltige Berufswahl

Die EA-Bewegung wächst, die lokalen Gruppen verzeichnen immer mehr Teilnehmer. Viele (junge) Menschen interessieren sich für den Effektiven Altruismus. Das ist auch zu merken bei der Absage von Jonas Vollmer. Er ist Geschäftsführer der Stiftung für Effektiven Altruismus, und auf eine Interviewanfrage kam postwendend zurück: „Da wir aktuell sehr viele mediale Anfragen erhalten, können wir leider nur einzelne Gelegenheiten wahrnehmen. Ich kann Ihnen deshalb keine Zusage geben."

Wer sich mit dem Effektiven Altruismus befasst, stößt schnell auf ein Konzept, auf das immer wieder verwiesen wird: 80 000 hours. Dahinter verbirgt sich die Annahme, dass jeder Mensch 80 000 Stunden in seinem Leben einer bezahlten Tätigkeit nachgeht. Sich Gedanken darüber zu machen, wie genau jede Stunde von diesem Pensum eingesetzt werden soll, dazu regen die Verfasser an: Benjamin Todd und Professor Will MacAskill – beide um die 30, zuhause in Oxford, wo auch der Effektive Altruismus seinen Ursprung fand. MacAskill hatte schon mit Anfang 20 die Organisation „Giving what we can" mit gegründet, die das Ziel verfolgt, dass alle Menschen zehn Prozent ihres Einkommens spenden. Kurze Zeit später kam 80 000 hours hinzu, und beides wurde vereint im Centre for Effective Altruism. Eine erstaunlich altruistische Karriere – bisher.

Obgleich der Effektive Altruismus viele Kritikpunkte bietet, passiert hier etwas, das den Fundraising-Organisationen bewusst sein sollte: Junge Menschen setzen sich damit auseinander, wie sie die Welt besser verlassen können, als sie zu dem Zeitpunkt war, als sie auf die Welt kamen.

Sie setzen sich damit auseinander, wie welches Problem effektiv gelöst werden kann. Junge Menschen engagieren sich und das ist gut so. Es bleibt ein Spagat zwischen Gutes tun und einfach nur darüber reden. Dennoch ist die EA-Bewegung vielleicht ein Anfang von dem, wovon so viele Fundraiser schon so lange träumen: jüngere Spender zu gewinnen.

- www.effektiveraltruismus.de
- www.80000hours.org
- www.givingwhatwecan.org

GRÜN SOFTWARE AG

GRÜN VEWA7 optimiert Ihre Fundraising-Aktivitäten und Spendenprojekte

Marktführende Branchensoftware für Spendenorganisationen

→ Spendenverwaltung & CRM
→ Fundraising (Kampagnen, Aktionen)
→ Online & Offline Multi-Channel-Marketing
→ Dauerspendenzusagen (Projektpaten, etc.)
→ Spendenverbuchungen
→ Nachbearbeitung (Quittierung & Bedankung)
→ Spenderkommunikation
→ Fakturierung & Warenwirtschaft

GRÜN Software AG | Pascalstraße 6 | 52076 Aachen | Tel 0241 18 900 www.gruen.net

Mehr Agilität durch Team-Entwicklung

Ein Bericht über das Marketing-Team des Landesbund für Vogelschutz in Bayern e. V.

Knappe Personalressourcen, ein durch Professionalisierung immer enger werdender Fundraisingmarkt, der berechtigte Druck, die Verwaltungskosten möglichst gering zu halten … Ist es da wirklich sinnvoll, Geld in einen Teamentwicklungsprozess zu investieren, statt in weitere Fundraisingaktivitäten?

Von KLAUS-DIETER BOLL

Fundraisingleiter Alf Pille ist überzeugt von der Teamentwicklung: „Wir sind agiler geworden, nutzen unsere Chancen besser!“

Für Alf Pille, Leiter des Teams Fundraising und Kommunikation beim Landesbund für Vogelschutz in Bayern e.V. (LBV), lag es auf der Hand, dass sich Investitionen in Teamentwicklung lohnen: „Je wohler ich mich in meiner Umgebung fühle, je mehr Vertrauen ich spüre, je klarer die Dinge geregelt sind, umso besser arbeite ich selbst. Ich glaube, dass es jedem Menschen so geht, also auch jenen in meinem Team.“

Im Oktober 2016 fand die erste eineinhalbtägige Teamwerkstatt des LBV-Marketing-Teams statt – bewusst außerhalb der Geschäftsstelle, weg vom Arbeitsalltag. Die Mitarbeiter wussten am Anfang nicht so genau, was auf sie zukommt. Sie waren informiert, dass es eine Teamwerkstatt gäbe, doch was sollte da überhaupt passieren?

Was macht eigentlich Teamarbeit aus?

Übernommen hat es Alf Pille als Führungskraft selbst, der sich gleich zu Beginn offen und ohne Vorbereitung den geballten Fragen seiner Leute stellte. Genau diese offene Herangehensweise schaffte Vertrauen für den neuen Prozess: Was macht eigentlich Teamarbeit aus? Wo hat sie Grenzen? Es ging um gutes Zuhören und wie man gutes Feedback gibt, aber auch um passende Strukturen in der Zusammenarbeit und klar geregelte Verantwortungsbereiche. Wie wertvoll bestimmte Werkzeuge für gute Teamarbeit sein können, war nach den Teamtagen klar. Aber was würde auch im Alltag umgesetzt werden?

Die Antwort lieferte im Grunde die zweite Teamwerkstatt im Oktober 2017, also ein Jahr später. Das Team selbst wollte nun auch schwierige Themen angehen.

Die Theorie dahinter liefert das Eisbergmodell: Der sichtbare Bereich über Wasser steht für Fakten, Informationen, Maßnahmen, Abläufe. Der nicht sichtbare Bereich unter Wasser steht für häufig unbewusste und dennoch unser Handeln bestimmende Aspekte wie Stimmungen, Gefühle, innere Antreiber und Bedürfnisse. Wenn es in einem guten Prozess gelingt, den ganzen Eisberg sichtbar zu machen, die unsichtbaren Dinge an die Oberfläche zu bringen, zum Thema im Team zu machen, für Verständnis zu sorgen, neue Ideen zu implementieren, wie Kommunikation besser gelingen kann – dann steht der gemeinsamen Zielerreichung viel weniger im Weg.

Wie wirkt sich dies im Arbeitsalltag aus?

Die Urteile der Mitarbeiter sind eindeutig: „Der Umgang zwischen uns und den Vorgesetzten ist offener geworden.“ „Meine

Wahrnehmung von Problemen der Kollegen hat sich stark verändert. Ich kann sie jetzt besser verstehen als vorher.“ „Zusammenarbeit und Zusammenhalt haben sich verbessert, wir lächeln mehr.“

„Die Vertrauensbasis in unserem Team ist eine andere …“

Wie wirkt sich dies nun konkret im Arbeitsalltag aus? Das Team selbst führte sogenannte Streitengel (Mediatoren) ein. Sie sollen zum Einsatz kommen, wenn es zwischen einzelnen Bereichen Konflikte gibt. Ein weiteres Beispiel: Für die wöchentliche Teambesprechung planen sich alle eine halbe Stunde extra ein, falls in der Besprechung etwas hochkocht. Dann wird es gleich danach geklärt. Die Bereichsleiter wiederum reflektieren einmal in der Woche, wie es generell mit der Zusammenarbeit läuft. Und wie ging die Rechnung von Marketingleiter Alf Pille auf? „Klar, so ein Prozess gefällt nicht allen. Einige erreicht er vielleicht auch kaum. Aber das ist beides auch okay so. Ich bin da heute viel entspannter als Führungskraft. Denn die Vertrauensbasis in unserem Team ist eine andere, und auch wenn mal die Fetzen fliegen, weiß ich, dass das unser Fundament nicht erschüttern wird. Wir haben aber auch strukturell einiges geklärt, die Verantwortungen deutlicher zugeordnet. Jetzt übernehmen die Bereichsleiter mehr Führungsverantwortung. Dadurch ist mein Kopf einfach nicht mehr so voll.“

Agiler arbeiten und Chancen besser nutzen

„Auf jeden Fall kann ich meine Rolle als Führungskraft neu interpretieren“, so Alf Pille weiter, „bin kreativer, denke weiter voraus. Unsere Fundraisingeinnahmen wachsen seit Längerem, aber welchen Einfluss hierauf die Teamentwicklung hat? Schwer zu sagen! Und dennoch: Das Klima im Team ist besser geworden, die Mitarbeiter fühlen sich wohler, wir haben eine höhere Motivation, gute Ideen werden nicht mehr so schnell abgeschossen. Kurzum: Wir sind agiler geworden, nutzen unsere Chancen besser! Ich denke, wir schaffen einfach Rahmenbedingungen, in denen vieles leichter geht.“

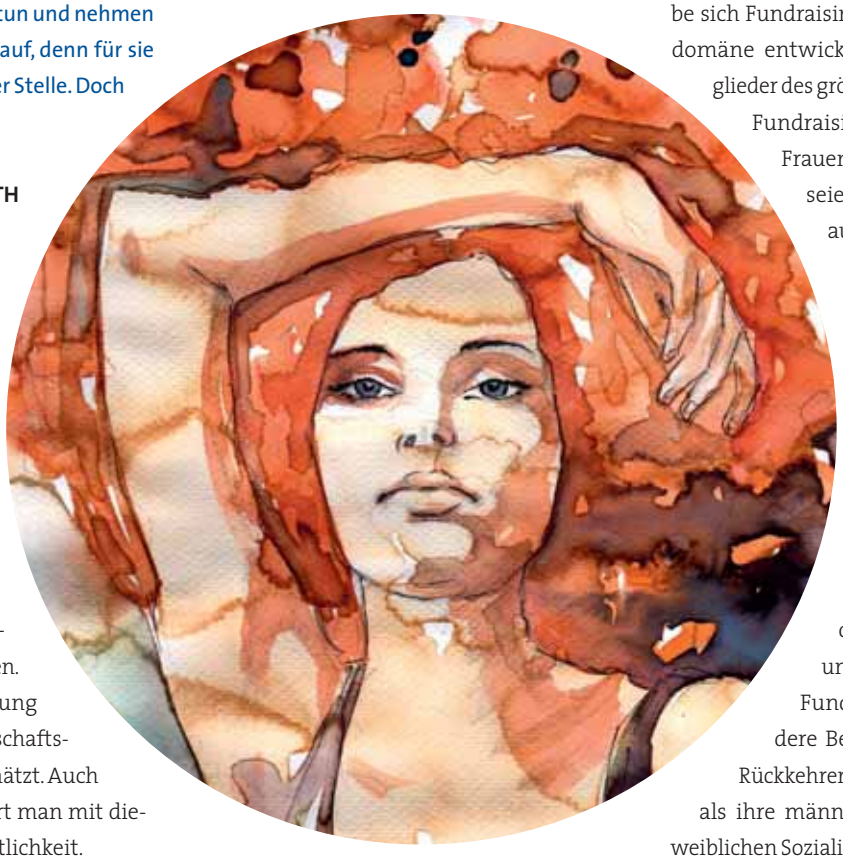
Klaus-Dieter Boll, Dipl.-Betriebswirt und Systemischer Coach, berät seit 1997 gemeinnützige Organisationen im Bereich Fundraising, moderiert und begleitet Veränderungsprozesse von Teams und Organisationen und begleitet Führungskräfte im Einzelcoaching.
▶ www.social-profit.info
▶ www.lbv.de

Frauen auf dem Vormarsch

Verändern sich Karrieren im Fundraising?

Karriere im Fundraising – ist das ein Widerspruch in sich? Es scheint so zu sein, glaubt man denen, die aus der Wirtschaft in die Non-Profit-Welt wechseln. Ihren Angaben zufolge wollen sie etwas Sinnvolles tun und nehmen dafür Gehaltseinbußen in Kauf, denn für sie steht nicht das Geld an erster Stelle. Doch wie sieht es wirklich aus?

Von SELMA REESE, ELISABETH LENZ und URSULA BECKER-PELOSO



Fundraising scheint eine Frauendomäne zu sein, denn schätzungsweise 70 Prozent der Fundraiser sind weiblich. Genaue Zahlen gibt es nicht, und was die Frauen bewegt, was sie denken und wollen, ist bislang nicht erschöpfend untersucht worden. Offenbar wird die Bedeutung des Dritten Sektors als Wirtschaftsfaktor immer noch unterschätzt. Auch in Politikerkreisen assoziiert man mit diesem Bereich eher Ehrenamtlichkeit.

Zahlen, Daten, Fakten und wissenschaftliche Studien sucht man bisher vergebens. Auf diese Lücke wollte die AG Frauen im Deutschen Fundraising Verband aufmerksam machen und startete mit Bordmitteln eine Umfrage unter rund 3000 Fundraiserinnen. Mehr als 400 reagierten, davon die Hälfte Mitglieder des Verbandes.

Was wollen Fundraiserinnen?

Auffallend war die hohe Zufriedenheit der Fundraiserinnen, die ihre Arbeit als zufriedenstellend und erfüllend einstufen. Vier von zehn sind mit ihrem Status zufrieden und räumen anderen Werten als Karriere eine höhere Priorität ein. Als Gründe wurden eine sinnvolle Tätigkeit und eine ausgeglichene Work-Life-Balance genannt oder dass sie bereits Karriere gemacht haben und mit dem Erreichten zufrieden sind. Das scheint die Ausgangsthese zu bestätigen.

Demgegenüber ist jedoch für mehr als die Hälfte der Fundraiserinnen die Karriere wichtig. Sie beklagen vor allem schlechte Verdienstmöglichkeiten, starre Hierarchien, die Langsamkeit der Entscheidungsfindung, fühlen sich oft ausgebremst, stecken viel Energie in die Überzeugungsarbeit für die Belange von Fundraising und sehen kaum Karrieremöglichkeiten. Ob mangelnde Aufstiegschancen ein frauenspezifisches Thema sind oder auf ein geschlechtsneutrales Karriereproblem kleiner und mittlerer Organisationen hindeuten, bleibt offen und wäre zu erforschen.

Davon, dass Frauen als Fundraiserinnen stärker gefragt sein werden, ist Fundraising-Expertin Marita Haibach überzeugt und verweist auf die USA und Kanada. Dort habe sich Fundraising längst zu einer Frauendomäne entwickelt; drei Viertel der Mitglieder des größten nordamerikanischen Fundraisingverbandes (AFP) sind Frauen. Für diese Entwicklung seien vor allem drei Gründe ausschlaggebend: zum einen die generell gestiegene Nachfrage nach professionellen Fundraisern, an der auch die Frauen partizipierten. Zum anderen gelten Frauen aufgrund ihrer sozialen und kommunikativen Kompetenzen als prädestiniert für diesen Tätigkeitsbereich, und schließlich akzeptierten Fundraiserinnen – insbesondere Berufseinsteigerinnen und Rückkehrerinnen – geringere Gehälter als ihre männlichen Kollegen. „Zu den weiblichen Sozialisationsmerkmalen, die förderlich für Fundraising-Aufgaben sind, gehören Einfühlungsvermögen sowie die Fähigkeit, Beziehungen persönlich nachhaltig zu pflegen, Wohlbefinden zu vermitteln ebenso wie die Bereitschaft, das eigene Ego zumindest vorübergehend zurückzustellen. Zu starke Selbstdarstellungsbedürfnisse stören beim Fundraising“, meint Marita Haibach.

Trotz guter Voraussetzungen – Rollenbilder fehlen

Die Teilnehmerinnen der Umfrage sind jedenfalls gut aufgestellt und bringen wertvolle Potenziale mit: Sie sind überdurchschnittlich gut ausgebildet, fast 90 Prozent haben ein abgeschlossenes Studium, und

zwei Drittel verfügen über zusätzliche Qualifikationen im Bereich Fundraising, Marketing oder Öffentlichkeitsarbeit. Darüber hinaus werden die Softskills, die Frauen zugesprochen werden, wie kommunikativ, kooperativ, intuitiv zu sein und zuhören zu können, gerade in der zukünftigen Arbeitswelt benötigt werden. „Aber wir brauchen auch Frauen, die gut vernetzt sowie sozial kompetent und durchsetzungsstark sind, kulturelles Feingefühl besitzen und klare Entscheidungen treffen können“, meint Cornelia Kliment von DHV-Funds-Consult.

Fundraiserinnen künftig stärker gefragt

„Der Weg für Fundraiserinnen in die Zukunft sieht sehr positiv aus, denn sie werden gebraucht. Es werden zunehmend Stellen geschaffen“, sagt Annika Berendt von talents4good. Die Zukunft liegt in der Vernetzung von Arbeitsprozessen, in der Flexibilität der Fundraiserinnen und in liquiden Leadership-Strukturen. In diesen Bereichen sind Frauen stark. Benötigt wird mehr Empowerment von Fundraiserinnen, um die eigenen Stärken noch besser und konsequenter einzusetzen, kontinuierliche Weiterbildung in Bereichen wie Digitalisierung oder vertrieblichem Fundraising sowie ein solides kollegiales Netzwerk. Die Fachgruppe Frauen des Deutschen Fundraising Verbandes veranstaltet deswegen regelmäßig „Frauen-on-Tour“-Netzwerk-Veranstaltungen, bei denen sich Fundraiserinnen auf hohem Niveau austauschen und zueinanderfinden können.

Weibliche Vorbilder fehlen

„Die öffentliche Sichtbarkeit von Fundraiserinnen lässt bislang jedoch hierzulande zu wünschen übrig“, bemängelt Marita Haibach. „Dies gilt sowohl für Führungspositionen in Non-Profit-Organisationen und im Fundraising im Besonderen als auch für die allgemeine Öffentlichkeit. Rollenvorbilder von erfolgreichen Fundraiserinnen fehlen hier bislang weitgehend.“ Dabei gibt es sie sehr wohl – nur man kennt sie nicht. Ein Schritt in die richtige Richtung hierbei wäre, dass Frauen mehr publizieren (Artikel/Fachpublikationen), als Speakerinnen auftreten oder für Fernsehinterviews zur Verfügung stehen.

Die Autorinnen: Selma Reese ist Fundraising-Coach und Kommunikationstrainerin. **Ursula Becker-Peloso** ist Inhaberin von „Fundraising & More“ und Gesellschafterin der „Munich Fundraising School“. **Elisabeth Lenz** ist Inhaberin des „Instituts Bildung & Beratung“ in Hannover und Veranstalterin des „Fundraising Forums Niedersachsen“. Alle drei sind aktive Mitglieder der Fachgruppe Frauen des Deutschen Fundraising Verbandes.
▶ **frauen@fundraisingverband.de**

Spendenhilfsdienst digital & menschlich

Erfahrene Fundraiser für Ihren Erfolg

Unser Angebot:

- In- & Outbound-Telefonie
- Beratung und Schulung
- Mobiles Telefonstudio
- Chat-Service NEU

Rufen Sie uns an:

Deutscher Spendenhilfsdienst – DSH GmbH
Köln: 0221 / 990 1000
koeln@spendenhilfsdienst.de

Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin GmbH
Berlin: 030 / 232 553 000
berlin@spendenhilfsdienst.de
www.spendenhilfsdienst.de

Deutscher Spendenhilfsdienst

Karriere im Non-Profit-Sektor?

Arbeitsbedingungen und Aufstiegschancen für Frauen

Gleichberechtigung und Frauenquote – es sollte also kein Problem sein, als Frau im Non-Profit-Sektor Karriere zu machen. Wo wenn nicht hier? Eine wissenschaftliche Studie führt vor Augen, wie die Realität von Aufstiegschanchen und Arbeitsbedingungen aussieht: nämlich ganz anders.

Von Prof. Dr. ANNETTE ZIMMER und DR. ECKHARD PRILLER

Ein von der Universität Münster und dem Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft durchgeführtes und vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) in den Jahren 2015 bis 2017 gefördertes Projekt zu den Arbeitsverhältnissen und Aufstiegschancen von Frauen in gemeinnützigen (Non-Profit-) Organisationen liefert ein ernüchterndes Bild.

Die Studie ermittelt mittels empirischer quantitativer und qualitativer Methodik, inwieweit Frauen Spitzenpositionen in Non-Profit-Organisationen innehaben und wie die Karriereförderung sowie die Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie in NPOs aussieht.

Nur wenige Führungs-Frauen

Die durchgeführte Online-Befragung zur Präsenz von Frauen in NPO-Leitungsgremien kommt zu folgenden Ergebnissen: Die Vorstände von NPOs sind noch mehrheitlich männlich dominiert. Frauenquoten für Leitungsgremien sind bislang nur in Einzelfällen vorhanden (z.B. Gewerkschaften). Wenn Frauen in einer Leitungsposition tätig sind, dann eher operativ als Geschäftsführerin. Darüber hinaus finden sich wenige Frauen auf den Führungsebenen der Big Players, der großen NPOs und finanzstarken Stiftungen.

Frauen sind stärker in beratenden Beiräten ohne Entscheidungskompetenz vertreten. Ob und inwiefern Frauen in NPO-Gremien präsent sind, ist unter anderem abhängig vom Arbeitsbereich, der Größe und dem Alter der NPO.

Karrierehindernisse in NPOs

Nach den mit rund 100 Frauen und Männern auf der Einstiegs-, mittleren Management- und Top-Leitungsebene sowie mit Personalverantwortlichen geführten Interviews ist festzuhalten: Frauen treffen auch in NPOs auf Karrierehindernisse, die in der Gesellschaft nach wie vor präsent und für die verfestigten „Muster im Kopf" beziehungsweise Geschlechterstereotypen ursächlich sind. Diese prägen Arbeitsumfeld, Organisationskultur sowie individuelles Verhalten und Selbsteinschätzung von Frauen. Danach kommen Frauen aus Sicht ihres Umfelds wie zum Teil auch gemäß eigener Einschätzung für Leitungspositionen eher nicht in Frage, und zwar weil Führen und Leiten eher Männern als Frauen zugetraut wird, Frauen primär Verantwortung für Familie und Kinder übernehmen, männlich dominierte Leitungsgremien eher ihresgleichen für freie Positionen rekrutieren und Frauen sich in punkto Einsatz und Leistung anderen Anforderungen gegenübersehen als Männer und sich daher Führung und Leitung nicht zutrauen oder diese Aufgaben bewusst nicht anstreben.

Beschäftigung in NPOs ist attraktiv

Die Strukturbesonderheiten von NPOs beeinflussen maßgeblich die Karriereoptionen und -wege. Sie machen die Arbeit und Beschäftigung in NPOs für Frauen hoch attraktiv, da sie den Erwartungen von Frauen an eine sinnvolle und gesellschaftlich nützliche professionelle Arbeit entsprechen (Werte- und Normenorientierung), ihren Wünschen nach relativ hoher Autonomie im Kontext von Projektarbeit nachkommen (flache Hierarchien) sowie ihren Bedarfen nach flexibler Arbeitszeitgestaltung und familienfreundlichen Leistungen beziehungsweise der Vereinbarkeitsproblematik entgegenkommen (Arbeitsorganisation).

Wechselbereitschaft vs. Karriere

Allerdings sind es auch genau diese Strukturbesonderheiten, die sich karrierebremsend für Frauen auswirken. Zum einen wirken sie dahin gehend, dass Frauen für Führungspositionen weniger in Betracht gezogen werden, zum anderen führen sie dazu, dass Frauen sich auf einer Position, zumeist im mittleren Management, aber auch auf der Einstiegsebene, „einrichten" und keine weitergehenden Karriereschritte für sich erwägen.

Es deutet einiges darauf hin, dass Frauen in geringerem Maße als Männer dazu bereit sind, die generell mit Wechsel (des Arbeitsplatzes, Wohnortes und beruflichen Umfeldes) verbundenen Unwägbarkeiten und Risiken einzugehen. Was ist zu tun, um

Frauen zu ermutigen, den „nächsten Schritt zu wagen“ und sich für eine Führungsposition zu entscheiden? Um die Situation zu verändern und sicherzustellen, dass mehr Frauen den Weg in Spitzenpositionen von NPOs finden, werden in der Studie Handlungsempfehlungen entwickelt.

Appell für mehr Eigeninitiative

Sie richten sich sowohl an die Politik, die NPOs als auch an die Beschäftigten. Neben gesetzlichen Festlegungen und Verordnungen, die als Anreiz und Förderung wirken sollen, ist bei den NPOs eine stärkere Berücksichtigung der Anliegen und Interessen von Frauen erforderlich, um zu einer gendergerechten Besetzung der Gremien zu gelangen. Bei der Ausgestaltung hauptamtlicher Führungspositionen sind besonders Aspekte der Work-Life-Balance zu berücksichtigen.

An die Beschäftigten, insbesondere an die Frauen in NPOs, richtet sich der Appell, mehr Karriereorientierung und Eigeninitiative zu wagen. Berufseinsteigerinnen müssen aktiver werden und bestehende Angebote nutzen oder zusätzliche verlangen. Regelmäßige Mitarbeitergespräche, Weiterbildungs-, Qualifizierungs- und Mentoring-Programme oder Coachings, die Einbindung in Netzwerke sowie persönliche Förder- und Entwicklungspläne sind einzufordern. Auch ist mehr Selbstbewusstsein angesagt. Frauen müssen lernen zu delegieren, sich um Effizienz von Arbeitsabläufen bemühen und insbesondere vermeiden, sich im „Klein-Klein“ zu verlieren.

Download der Studie im Internet unter:
▶ https://www.uni-muenster.de/ZEUGS/publikationen/workingpapers/index.html

Annette Zimmer ist Professorin für Sozialpolitik und Vergleichende Politikwissenschaft am Institut für Politikwissenschaft der Universität Münster. Seit 2006 hat sie die wissenschaftliche Leitung des universitären Weiterbildungsstudiengangs „Nonprofit Management and Governance“ inne.
▶ www.uni-muenster.de

Dr. sc. Eckhard Priller ist seit 2015 Wissenschaftlicher Co-Direktor des Maecenata Instituts für Philanthropie und Zivilgesellschaft. Zuvor war er Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) und leitete dort zuletzt die Projektgruppe Zivilengagement.
▶ www.maecenata.de

So kam ich zum Fundraising …

Fundraising als Beruf – für die einen schon immer der Traumjob, andere sind eher zufällig in diesen Bereich geraten und dann gern „hängengeblieben“. Hier verraten Fundraiserinnen und Fundraiser, welche beruflichen (Um-)Wege sie gegangen sind.

Motiviert gestalten

Fundraiserin wurde ich in erster Linie durch menschliche Begegnungen: Zum einen durch engagierte Spender, die gezielt helfen wollen, und zum anderen durch den Besuch von missio-Projektpartnern in Westafrika und Indien, die trotz widriger Umstände Armen beistehen und sich für Gerechtigkeit und Entwicklung einsetzen. Die Wünsche und Bedürfnisse dieser beiden „Helfer“ zueinander zu bringen und die Hilfsform mit zu gestalten, ist ein großartiges Gefühl. Dies motiviert mich, jede Spenderanfrage individuell zu bedienen.

Marion Havenith
missio – Internationales Katholisches Missionswerk missio e. V.

Sofort Feuer und Flamme

Als ich 2010 noch bei der Fluggesellschaft Swiss International Airlines angestellt war, habe ich einen Weiterbildungskurs in Fundraising-Management an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften besucht. Sofort war ich Feuer und Flamme und habe damit angefangen, eine Stelle im Fundraising-Bereich zu suchen. Die große Chance, in diesen Bereich einzusteigen, habe ich 2011 vom Katholischen Hilfswerk „Fastenopfer“ bekommen. Ohne Praxis-Erfahrung im Fundraising durfte ich die Fundraising-Abteilung übernehmen und verantwortete circa neun Millionen Schweizer Franken Einnahmen. Ein paar Jahre später, 2014, habe ich in New York an der New York University einen Diplomlehrgang in Fundraising Management erfolgreich absolviert. Heute arbeite ich bei der Schweizerischen Rettungsflugwacht Rega, leite das Gönner-Center mit 24 Mitarbeitern und betreue mit meinem Team 3,4 Millionen Gönnerinnen und Gönner.

David Caenaro
Schweizerische Rettungsflugwacht Rega

Angewiesen auf Drittmittel

Während meiner früheren Anstellung bei einem Diakonischen Träger in Thüringen wurde ich immer wieder mit dem Umstand konfrontiert, dass Einrichtungen oder Projekte stärker auf Spenden und Drittmittel angewiesen sind. Um dem gerecht zu werden, wurde ein Arbeitsfeld „Fundraising“ eingerichtet, welches ich mit aufbaute und mit einem Stellenanteil begleitete. Parallel dazu absolvierte ich die Fundraising-Ausbildung über die Fundraising Akademie. Im Jahr 2012 bot sich mir die Gelegenheit, mich für die Stelle des Fundraising-Beauftragten der Evangelischen Kirche in Mitteldeutschland zu bewerben. Seitdem nehme ich diese Aufgabe sehr gerne wahr.

Dirk Buchmann
Fundraising-Beauftragter der Evangelischen Kirche in Mitteldeutschland (EKM)

Die richtige Aufgabe für mich

Bereits als Leiterin eines Frauenhauses in den 1990er Jahren war ich als Sozialpädagogin auch mit Fundraising-Aufgaben betraut: Frauenhäuser sind auf Spenden angewiesen, um gut arbeiten zu können. Als dann später die Diakonie in Bonn professionelles Fundraising aufbauen wollte, war das genau die richtige Aufgabe für mich. Ich mag Menschen und bin Denken in klaren Strukturen gewohnt. Mittlerweile genieße ich es, bei „Aktion Deutschland Hilft" in einem professionellen Team die Beziehungen zu unseren Großspendern zu pflegen. Ich bin von Herzen gerne Fundraiserin und liebe es, Menschen für Projekte zu begeistern.

Birgit Donath
Aktion Deutschland Hilft e. V.

Learning by doing von Kindheit an

Durch Zufall beziehungsweise als logische Folge meines beruflichen Weges im NPO- und Fundraising-Umfeld bin ich Fundraiser geworden. Vom ehrenamtlichen Engagement neben Schule und Studium bei den Pfadfindern (Fundraising für meine lokale Pfadfindergruppe), zum Bundesgeschäftsführer der Pfadfinder in Österreich (erste professionelle Aktivitäten im Fundraising) zum Fundraising-Direktor des WWF Österreich. Es war learning by doing und Spaß am Ermöglichen von vielen wichtigen Projekten.

Alex Buchinger
Fundraising Consultant
abc-fundraising

Als Praktikantin Talent bewiesen

Wir schreiben das Jahr 1999. Ich habe ein Diplomstudium „Regionalwissenschaften Lateinamerika" und eine Weiterbildung in Marketing und Projektmanagement absolviert. Das Internet ist noch jung. Kai Fischer (heute noch im Fundraising aktiv) macht Franz Orth (mittlerweile im Ruhestand) darauf aufmerksam, dass ich über die Mailingliste „Fundraising" einen Praktikumsplatz suche. Ich bekomme den Platz bei der Agentur social concept und mache schon bald ein 50 000-DM-Sponsoring für das Hamburger Mozart-Orchester klar. Seither stehe ich namhaften Organisationen als Fundraising-Beraterin und Texterin zur Seite.

Britta Jannssen
fundango GmbH

So kam ich zum Fundraising …

Von der Wirtschaft ins Soziale

Nachdem mein Sohn geboren wurde, hatte ich nach vielen Arbeitsjahren in der freien Wirtschaft den Wunsch, in den sozialen Bereich zu wechseln. Ich habe in meinen Berufen schon immer viel mit Menschen zu tun gehabt und wusste, hier liegt meine Stärke. Als Großspender-Fundraiserin kann ich diese Stärke mit dem sozialen Engagement verknüpfen.

Corinna Heck
Don Bosco Mondo e. V.

Jahrelang ehrenamtlich engagiert

Mein beruflicher Werdegang begann als Materialwissenschaftler in der Automobilindustrie. Schnell wurde mir aber klar, dass ich eigentlich etwas anderes machen wollte, da ich schon jahrelang ehrenamtlich engagiert war. Ich habe dann den Kurs zum Fundraising-Manager der Fundraising Akademie begonnen – und bekam noch vor dem Abschluss der Fortbildung meine erste Stelle als Fundraiser!

Matthias Lehmann
Vier Pfoten – Stiftung für Tierschutz

Auf der anderen Seite

Ich wollte nach dem Studium unbedingt in einer Stiftung arbeiten – eigentlich in einer Förderstiftung. Da kam ein attraktives Fundraising-Stellenangebot mit dem Schwerpunkt Stiftungsmittelakquise. So landete ich auf der „anderen" Seite und freue mich seitdem, dass ich dort großartige Projekte auf den Weg bringen kann.

Andrea Spennes-Kleutges
Evangelisches Johannesstift

Mit der Arbeit verheiratet

Ich bin ja eine uralte Fundraiserin – Mitglied Nr. 2 im Schweizer Fundraiser Verein und habe immer noch Kunden … Meinen ersten Kunden musste oder durfte ich heiraten. Ich habe in einer Schweizer Organisation als Bibliothekarin gearbeitet, damals gab es praktisch kein Direkt-Mail-Fundraising in der Schweiz. Da meine Schwester in den USA lebt, habe ich dort die vielen Mailings gesehen und das meinem damaligen Chef vorgeschlagen. Man sandte mich mit unbezahltem Urlaub in die USA, ich zahlte mein Flugticket selber. Es gab damals sehr viele ärgerliche Rückmeldungen von den Empfängern, aber es war ein sensationeller Erfolg: Rückläufe von über 30 Prozent.

Barbara Crole-Rees Wieser
(schon im Namen steckt meine Lebensgeschichte)

Im Herzen Umweltschützer

Ich wurde Fundraiser, als ich 2010 Non-Profit-Management an der HWR/HTW absolvierte. Gleich zu Beginn bekam ich eine Anstellung bei „Ärzte ohne Grenzen“ im Großspenderbereich. Das hat mich unglaublich stark und nachhaltig beeindruckt. Nach dem ersten Tag wusste ich: Das wird meine berufliche Zukunft! Ich betreute dann später eine globale Unternehmenspartnerschaft für „Save the Children“. Dort lernte ich viel darüber, wie das Corporate Fundraising funktioniert. Da ich aber immer im Herzen ein Umweltschützer war, fing ich 2016 im Fundraising der ersten internationalen Organisation für bewusste Ernährung an: ProVeg.

Alexander Schirm
ProVeg Deutschland e. V.

Mit Beratern und Mentoren

Ein Karriere-Berater half mir, Fundraising als eine Karriere-Option zu entdecken, nachdem ich mein Studium der Vergleichenden Literatur abgeschlossen hatte. Ich hatte das Glück, dass die lokale Vertretung des AFP in Cincinnati eine ganze Menge Möglichkeiten wie Seminare und Mentoring in Sachen Ausbildung für das Fundraising bot. Wir hatten dort hervorragende Experten wie Simone Joyaux und Penelope Burk, und viele von denen sind heute noch meine Mentoren.

Julie Berthoud-Jury
Ärzte ohne Grenzen, Schweiz

Fundraising-Abteilung aufgebaut

Nach meinem BWL-Studium habe ich zunächst im Vertrieb im Gesundheitswesen viel mit Menschen und deren Bedürfnissen rund um ihre Gesundheit gearbeitet. Dieser Antrieb, anderen helfen zu wollen, führte mich letztlich auch in die Gemeinnützigkeit und zur McDonald’s Kinderhilfe Stiftung. Über die Entwicklung neuer Standorte und Programme für Familien schwerkranker und hilfsbedürftiger Kinder habe ich nach einer strukturellen Änderung in der Organisation die Möglichkeit bekommen, die Fundraising-Abteilung aufzubauen. Diese darf ich nun seit beinahe fünf Jahren leiten.

Christian Bäcker
McDonald’s Kinderhilfe Stiftung

VIELEN DANK FÜR DAS TOLLE SOCIAL MEDIA SEMINAR BEIM DEUTSCHEN FUNDRAISING KONGRESS IN KASSEL.

Es gibt nur eine Ressource die sich vermehrt, wenn sie geteilt wird: Content
[Zitat: Tobias Stückroth - Gründer von hello]

Mehr Informationen unter:
www.helloprobono.de

hello

Formationsflug der Gänse

Die Struktur eines Teams wirkt sich auf dessen Erfolg aus

Beruflicher Erfolg ist nicht ausschließlich selbstbestimmt. Wer die eigene Karriere positiv beeinflussen will, sollte nicht nur selbst wissen, was er oder sie tut, sondern ebenso genau wahrnehmen, wie die Kollegen arbeiten. Einzelkämpfer haben es nämlich schwerer. Aber ein Team ist auch kein „Gesangsverein“.

Von RICO STEHFEST

Welche unterschiedlichen Faktoren im beruflichen Miteinander die jeweiligen Arbeitsergebnisse beeinflussen, machte Stephen George, Fundraising-Berater aus England, im Februar in seiner Keynote im Rahmen des Fundraising Symposiums an der Goethe-Universität in Frankfurt sichtbar. Und das im Wortsinn: Unter dem Aspekt Leadership verwendete er das Bild einer Schar Wildgänse, die in Formation fliegen. An der Spitze befindet sich ein Vogel, dem alle nach den Regeln einer Struktur folgen. Und nur, weil es diese Struktur überhaupt gibt, funktioniert die Gruppe als Ganzes. Jeder Einzelne ist Teil einer Gesamtstruktur. Diese wiederum stützt und fördert den Einzelnen.

Das erfolgreiche Team als „tribe“

Dabei verwendete Stephen George nicht den Begriff des Teams, wodurch die in der Regel halbironisch verwendete Phrase „Team: Toll, Ein Anderer Macht's“ gar nicht erst auf dem Tisch landet. Stattdessen bezeichnete er den Verband all jener, die idealerweise an einem Strang ziehen, als „tribe“ und griff damit eine Sichtweise auf, die sich in einem Zitat des amerikanischen Autors und ehemaligen dot-com-Unternehmers Seth Godin zeigt: „Ein ‚tribe‘ ist eine Gruppe von Leuten, die untereinander verbunden sind, die mit einem Anführer verbunden sind und die mit einer gemeinsamen Idee verbunden sind.“ Und innerhalb dieses Verbandes braucht es Disziplin. Sonst nützt auch die beste Gans an der Spitze nichts.

Nur als Einheit funktioniert der Verband

Das verweist erneut auf die Funktion eines jeden Einzelnen. Ein solcher „tribe“ ist eben kein „Gesangsverein“, sondern ein funktionales Gefüge, in dem der Anführer der Gruppe eine Richtung vorgibt und mit Kraft und Stärke aufwartet. (George verwendet hier den Begriff „force“.) Damit ist die Notwendigkeit verbunden, zum einen zunächst die einzelnen Personen und deren Stärken und zum anderen die eigene Mission zu kennen, bevor ein Team erfolgreich aufgebaut werden kann. Nur als Einheit funktioniert ein solcher Verband. Das stärkt den Einzelnen. Um das Bild der fliegenden Schar Gänse erneut aufzugreifen bedeutet das, dass durch die Art der Formation der einzelnen Gans das Fliegen erleichtert wird. Das Ganze funktioniert nicht nur durch sondern auch für den Einzelnen.

Das „Warum?“ ist wichtiger als das „Wie?“

Stephen George hat das mit einem Zitat des Autors und Motivationstrainers Simon Sinek illustriert: „Wenn wir uns innerhalb unserer Gruppe sicher fühlen, verbinden wir automatisch unsere Fähigkeiten und Stärken und arbeiten unermüdlich, um uns den Gefahren von außen zu stellen und die Gelegenheiten zu ergreifen.“ Damit das gelingt, ist es laut Stephen George für jeden Einzelnen empfehlenswert, zunächst anzustreben, den anderen zu verstehen. Erst in einem späteren Schritt sollte es eine Rolle spielen, dass man selbst verstanden wird. Blicken alle in eine Richtung, ist das gut. Besser ist, wenn alle auf das „Warum?“ blicken und keiner auf das „Wie?“. Man könnte auch sagen: Nur, wenn die Gänse wissen, wo sie herkommen, können sie wissen, wo sie hinwollen.

Herz über Kopf!

Personas, Sinus-Milieus, Limbic-Types, Semiometrie … Es klingt kompliziert, Spenderinnen und Spender in der Vielfalt ihrer Werte und Empfindungen zu erreichen. Dabei ist es eigentlich ganz einfach: Wir Fundraiser*innen erzählen den Menschen Geschichten über ihr besseres Selbst. Geschichten, die zu Herzen gehen, inspirieren und den Wunsch nach Veränderung wecken.

Wir texten so, dass aus dem inneren Monolog der Lesenden ein Dialog mit Ihnen wird. Und aus einer abstrakten Zielgruppe Freunde fürs Leben. Probieren Sie es aus!

fundango®
Fundraising ist mehr

Brückenstraße 1-3 · 50667 Köln
Telefon 0221 / 677 845 - 90
www.fundango.de · kontakt@fundango.de

Geprüfte Qualität · EU-DATENSCHUTZ-GVO

#BreakFreeFromPlastic

Anfang April, im Vorfeld des Earth Day, war am Strand von Sylt ein gigantisches Zeichen des Protestes gegen die Vermüllung der Weltmeere zu sehen. Wobei das in den Sand gemalte Bild angesichts seiner Größe von 40 Metern wahrscheinlich vom Boden aus gar nicht zu überblicken war. Hinter der Aktion stecken die Deutsche Umwelthilfe und das Europäische Umweltbüro. Der Wal im Bild steht dabei stellvertretend für alle bedrohten Meeresarten. Das größte Problem stellen die Unmengen an Plastikmüll dar. Teil der geforderten Maßnahmen ist eine Durchsetzung der Mehrwegquote für Getränkeverpackungen.

▶ www.duh.de

Mit nur 40 Cent …

Schon ein geringer Betrag soll helfen, den Welthunger zu bekämpfen

Vorsicht, neues Falschgeld ist im Umlauf! Sonderlich „clever" ist die Fälschung aber nicht gemacht. Der Euro hat ja bekanntlich keine 40-Cent-Münze. Genau das ist natürlich der Punkt. Solche Münzen hat das UN World Food Programme (WFP) kürzlich zu Hunderten an Journalisten und Influencer verschickt. Die Idee dahinter ist ganz simpel: Mit genau diesem, ganz eindeutig geringen Betrag ist das WFP in der Lage, ein hungriges Kind für einen Tag lang mit Essen zu versorgen. Die Münzen selbst besitzen natürlich keinen Wert als Zahlungsmittel. Bei dieser Aktion dienen sie lediglich als Incentive, um auf die App „ShareTheMeal" des WFP aufmerksam zu machen, die es mittlerweile seit zwei Jahren gibt. Mittels derer kann man einfach per Klick genau den Betrag von 40 Cent spenden. Wann immer, wo immer man will. Und so oft man will.

▶ www.sharethemeal.org

MEINE MEINUNG

„Es ist nicht schlimm, hip zu sein"

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Der Jutebeutel ist uncool, weil er vermeintlich immer noch so hip ist? Ganz falsch. Wenn er zu einer Art Statussymbol (Hipster oder nicht) geworden ist, hat das durchaus sein Gutes. Weil nämlich gleichzeitig über der schmalen Schulter des Trägers keine Plastiktüte mehr hängt. Das darf so formuliert werden: Der Jutebeutel hat geräuschlos die Plastiktüte in den Orkus gejagt. Das mag sie zwar über den sozialen Ansatz geschafft haben, der ökologische hängt aber direkt dran. Schön, oder?

Eine Umfrage des Deutschen Verpackungsinstituts e. V. hat das jetzt mit Zahlen belegt. Ganze 80,4 Prozent der befragten Deutschen bringen ihre eigene Tasche zum Einkaufen mit. Und, ja, die Generation der Jutebeutel-Träger ragt deutlich daraus hervor. Von den 16- bis 24-Jährigen sind es 11,4 Prozent, die zum Gewebe greifen. Gut, die Umfrage spricht nicht vom Jutebeutel, sondern von Taschen ganz allgemein. Trotzdem. Der Punkt ist klar: Gesellschaftliche Aspekte können derart komplex sein, dass zwischen Ursache und Wirkung eine Lücke zu klaffen scheint: Ökologisches Bewusstsein war es nicht in erster Linie, das den Jutebeutel salonfähig gemacht hat. Seinen Träger begleitet aber im Umkehrschluss der Nimbus des umweltbewussten Zeitgenossen.

Es ist seit geraumer Zeit hip, ökologisch bewusst zu leben, ganz klar. Nicht selten wird auch beklagt, dass das sogar militante Züge annehmen kann. Das ist dann weniger schön. Wenn dadurch aber Plastikmüll reduziert wird, kann man sich eigentlich nicht beschweren.

Was meinen Sie? Schreiben Sie an *meinung@fundraiser-magazin.de*

Make Plastic phantastic?

Recyceln ist das eine, selbst etwas Neues schaffen noch viel mehr

Seit Anfang Mai sind El Helmut, Hilde und Helene in Dresden tätig. Ihre Leidenschaft ist die Produktion. Die drei sind nämlich Maschinen, konkret ein schwergewichtiger Flaschenschredder, ein Open-Source-Feinschredder und eine Spritzgussmaschine. Alle drei stehen in der Kunststoffschmiede, in der zwei Dutzend Macher tüfteln und recyceln, um das globale Kunststoffproblem in den Griff zu bekommen und den Lauf vom Erdöl über den Kunststoff zum Abfall in einen Kreislauf zu bringen. Ermöglicht wird dies über eine Anschubfinanzierung des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit.

Ziel des Projekts ist, einer möglichst breiten Öffentlichkeit Zugang zu einer offenen

Infrastruktur zu bieten und zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Plastik zu befähigen. „Die Leute können hier selbst ihre Nutzstoffe recyceln und mit professioneller Anleitung lernen, die nötigen Maschinen in Eigenregie zu bauen. Es geht uns um Ermächtigung und darum, dass die Menschen selbst ein Teil der Lösung werden“, erklärt Matthias Röder, Vorstand des Konglomerat e.V. Die Kunststoffschmiede ist auch Teil der internationalen Precious Plastic Community. Hierdurch sollen die Ergebnisse des Reallabors international bekannt und nutzbar gemacht werden.

An Produkten sind bislang unter anderem Ablaufsiebe, Wäscheklammern, Knöpfe und Lineale entstanden. Weitere Produktideen sind in Arbeit, und Außenstehende sind eingeladen, ihre eigenen Ideen einzubringen, beispielsweise zur Fertigung defekter Plastikteile aus Maschinen im eigenen Haushalt oder zur Fertigung von Produkten im Bereich des Kunsthandwerks.

▶ www.konglomerat.org

Bitcoin-Battle

Eine holländische Initiative wirbt für die Akzeptanz von Bitcoins durch NGOs

Auch Kinder führt man ja gern mal spielerisch an neue Dinge, an die sie sich selbst so noch nicht ganz heranwagen. So sehen die Macher einer holländischen Initiative das Verhältnis von NGOs zu Bitcoin. Deshalb haben sie eine Plattform entwickelt, auf der monatlich ein Battle stattfindet. Zwei NGOs stehen zur Auswahl, für die man Bitcoins, oder besser Satoshis (ein Tausendstel eines Bitcoin), spenden kann. Am Ende des Monats gewinnt die NGO mit den meisten Spenden aller in dem Zeitraum gespendeten Bitcoins, abzüglich zehn Prozent. Beide NGOs bekommen von den Organisatoren Hilfe in Form eines Toolkits für die Integration, Speicherung und das Management von Bitcoins. Ein Bitcoin-Spenden-Button ist ebenso mit dabei wie ein Workshop für die praktischen Umsetzungen. Von den abgezogenen zehn Prozent wird das Toolkit für den Gewinner finanziert, das etwas umfangreicher ist.

▶ bitcoincharitybattle.com

TONET FUNDRAISING

20 geschenkte Beratungshalbtage bis 2020

Im Rahmen des 20-Jahr-Jubiläums verschenken zwei Generationen von Tonet Fundraising 20 Beratungshalbtage in Olten: Profitieren Sie vom langjährigen Erfahrungsschatz aus über 100 Millionen gesammelten Spenden von Mario Tonet und einem fundierten Fundraising-Wissen seiner Tochter Lara Tonet, das auf aktuellsten Aus- und Weiterbildungen aufbaut. Tonet Fundraising freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme unter: 2020@tonet-fundraising.ch
Mattenweg 38, CH-4600 Olten, Tel: +41 62 295 18 52, www.tonet-fundraising.ch

Kurzgefasst …

Spenden für Blühflächen

Brandenburger Landwirte bitten um Spenden, um Blühflächen zum Erhalt des Artenreichtums von Pflanzen und Tieren anlegen zu können. Mit der Aktion verzichten sie auf Einnahmen durch eine Bewirtschaftung eines Teils ihrer Äcker. Damit Blühflächen flächendeckend angelegt werden können, müssten sie als Agrarumweltmaßnahme förderfähig werden.

▶ www.forum-natur-brandenburg.de/bluehflaechen

Lokale Projekte

Der Energieversorger Wemag bietet gemeinnützigen Projekten eine Plattform zum Einwerben von Sponsorengeldern. Auf der neu geschalteten Internetseite können die Vorhaben beschrieben und der Finanzbedarf beziffert werden, teilte das Unternehmen mit. Die Werbung werde auch über soziale Netzwerke verbreitet, mit dem Ziel, dass möglichst viele Unterstützer spenden.

▶ www.wemag-crowd.com

Aldi Suisse für Caritas Schweiz

Der Schweizer Discounter Aldi Suisse sammelte auch in der vergangenen Vorweihnachtszeit durch den Verkauf von speziellen Produkten mit Caritas-Auslobung Geld für das Hilfswerk. Dieser Betrag wurde großzügig aufgerundet, sodass ein Scheck in Höhe von 110 000 Franken an die Caritas übergeben werden konnte. Damit hat die Aktion einen neuen Rekordbetrag erreicht.

▶ www.caritas.ch

The Power of the Arts

Projekte, die sich mittels der Kultur für soziale und kulturelle Gleichberechtigung einsetzen und Barrieren abbauen, um die Verständigung aller Menschen zu fördern, können sich noch bis 30. Juni für den „The Power of Arts"-Award bewerben. Ausgezeichnet werden vier Projekte mit jeweils 50 000 Euro. Die Sparten sind Musik, Kunst, Theater und Tanz sowie Literatur, Film und Design.

▶ www.thepowerofthearts.de

Kauf 'ne Kuh!

Richtig gutes Rindfleisch direkt vom Bauern gekühlt nach Hause geliefert? Das ist machbar. Einfach online den Teil der Kuh aussuchen, den man gern hätte. Sobald die komplette Kuh verkauft ist, kommt das Tier real unters Messer. Und in kleinen, handlichen Portionen wird die Bestellung des zertifizierten Fleisches bis an die Tür gebracht. Gibt's im Übrigen auch vom Schwein.

▶ www.kaufnekuh.de

„Warum wird das Thema so kleingehalten? Weil es klein ist? Ich glaube das nicht.“

Persönliche Gedanken von Jan Uekermann

Es ist wie so oft: Eine Information wird zu einem Skandal, bis er abklingt und irgendwann vergessen ist. Wir kennen das und sind erprobt im Aushalten solcher Skandale. Besonders um die Weihnachtszeit, wenn wieder etwas aufgedeckt wird. Das ist gut so! Also beides: dass ein Skandal aufgedeckt wird und dass er wieder abklingt. In den meisten Fällen sind es eben Ausnahmen, die oftmals aber der ganzen Branche schaden.

Im Fall um Oxfam … – Nein, ich schreibe jetzt nicht mehr von Oxfam. Die haben nämlich verdammt viel richtig gut gemacht und vermutlich sehr viel mehr, als viele andere bisher überhaupt gemacht – oder wenigstens mal gedacht – haben.

Ich möchte schreiben von sexuellen Übergriffen und sexueller Gewalt im gemeinnützigen Sektor. Wie auch immer wir, das Gesetz oder die Moral diesen Begriff definieren. Wichtig ist, dass dies ein Thema ist, das wir weiterhin präsent haben müssen! Der Skandal darum soll abklingen, ja, aber die Diskussion, die Auseinandersetzung damit auf keinen Fall. Da passiert etwas in unserer Branche, das nicht sein darf. Und es betrifft nicht nur Einzelne. Es betrifft uns alle.

Wir alle müssen uns die Frage stellen: Welche Maßnahmen haben wir bereits ergriffen, die potenzielle Täterinnen und Täter abschrecken und Opfer sexueller Gewalt schützen? Dabei dürfen wir nicht nur mit dem Finger auf „die Großen“ zeigen! Sexuelle Übergriffe passieren dort, wo ein Gefälle von Macht vorhanden ist – und das gibt es an vielen Stellen. Warum traut sich niemand über anstößige Kommentare hinter vorgehaltener Hand oder erhaltene SMS-Nachrichten öffentlich zu reden? Weil die eigene Karriere dadurch beschädigt werden könnte. Und es sind ja dann eben doch nur SMS-Nachrichten und naja, komm, ist ja nicht der Rede wert … Genau das ist das Problem! Es wird nicht darüber geredet!

Ich war geschockt, wie wenig in unserer Szene über das Thema gesprochen wurde und wird. Viele, die sonst immer eine Meinung haben, halten sich zurück. Warum? Aus Angst? Auch unser Fundraisingverband sah es als nicht notwendig an, das Thema zum Thema zu machen. Das Fundraiser-Magazin widmet dem Thema (vorläufig) mal nur diesen Kommentar. Warum wird das Thema so kleingehalten? Weil es klein ist? Ich glaube das nicht.

Hilfsgüter als Gegenleistung für Sex? Interessante Arbeitsangebote erhalten für Sex und nach klarer Absage zum Schweigen verdonnert werden, wenn frau weiterhin im Sektor arbeiten wolle? Leute, was ist denn los?

#Aufschrei und #MeToo bleiben aus im gemeinnützigen Sektor. Die Opfer sexueller Gewalt organisieren sich in geschlossenen Facebook-Gruppen, um sich wenigstens hier auszutauschen und sich so gegenseitig zu unterstützen.

Ja, ich gebe es zu: Ich war zu naiv. Ich hatte zu wenig darüber nachgedacht. Ich hatte den Glauben, dass wir – zumindest größtenteils – diejenigen sind, die diese Welt verbessern wollen. Stattdessen muss ich vermuten, dass es in den meisten Organisationen keine Maßnahmen zum Opfer-Schutz gibt und Täter unbeachtet bleiben. Dass wir keine Konzepte haben, um es gar nicht so weit kommen zu lassen.

Das muss sich ändern! Bitte!

Jan Uekermann, 37 Jahre, ist seit 2002 als professioneller Fundraiser tätig. Er unterstützt Organisationen dabei, ihre Fundraising-Erfolge zu vergrößern, in erster Linie durch Digital-Fundraising mit RaiseNow und Großspenden-Fundraising mit dem Major Giving Institute. Auf seiner Seite ▶ **www.januekermann.de** lädt er ein zu 25 Fundraising-Inspirationen.

Automatisierung vermeidet Fehler

Onlineportal erleichtert Antragstellung in der Entwicklungszusammenarbeit

Das neue Antragsportal für Engagement Global erhöht die Antragsqualität, gibt einen Überblick über den jeweiligen Bearbeitungsstand und beschleunigt das Verfahren.

Von THILO SCHUSTER

Ob Zugang zu sauberem Brunnenwasser in Ghana oder Bildungschancen für benachteiligte Kinder und Jugendliche weltweit – wer sich in Deutschland entwicklungspolitisch engagiert, hat gute Chancen, finanzielle Hilfe für die Durchführung derartiger Projekte zu erhalten.

Die Engagement Global gGmbH ist ein Service für Entwicklungsinitiativen. Sie arbeitet im Auftrag der Bundesregierung und wird vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) finanziert. Engagement Global ist in Deutschland Ansprechpartner für entwicklungspolitisches Engagement, deutschlandweit und international.

Zahl der Projekte steigt

Seit ihrer Gründung im Jahr 2012 hat die Zahl entwicklungspolitischer Projekte erfreulicherweise stark zugenommen, und es ist absehbar, dass sie zukünftig noch weiter steigen wird. Derzeit beantragen annähernd 1500 Träger über Engagement Global Mittel für rund 1900 Projekte in der Entwicklungszusammenarbeit, die teilweise bis zu sechs Jahre andauern. Der ursprünglich reine Papierantrag und teilweise elektronisch übermittelbare PDF-Formulare, bei denen der Datentransfer ins Back-End bei jedem Vorgang manuell veranlasst werden muss, können also keine dauerhaften Lösungen sein.

Verwaltung im Internet

Aus diesem Grund entschloss sich Engagement Global dazu, eine elektronische Plattform entwickeln zu lassen, über die die Träger ihre Förderanträge stellen und auch andere Vorgänge, die im Zusammenhang mit der Projektförderung stehen – von der Mittelanforderung bis zum Verwendungsnachweis –, im Internet verwalten können. Das Konzept der Firma cit in Zusammenarbeit mit der Telekom-Tochter Itenos konnte in einer EU-weiten Ausschreibung überzeugen. Dabei setzt cit die Antragsformulare und -prozesse basierend auf der Produktfamilie cit intelliForm um und schafft die Schnittstelle zum Fachverfahren, während Itenos die Umgebungen auf virtuellen Servern in einem seiner Rechenzentren in Deutschand hostet, um maximale Sicherheitsstandards nach deutschen Datenschutzgesetzen zu gewährleisten.

Mittel in Höhe von 43 Millionen Euro

Zunächst können Träger des Programms „Förderung entwicklungswichtiger Vorhaben privater deutscher Träger“ (bengo) ihre Förderanträge über das Antragsportal stellen. Bislang gingen mehr als 800 Projektanträge ein, und es wurden Mittel in Höhe von rund 43 Millionen Euro angefordert. Mehr als 1300 Nutzer greifen bereits auf das System und die darin gespeicherten Daten zu.

Aus juristischen Gründen müssen die Anträge zwar noch rechtskräftig auf Papier unterschrieben werden, die Plattform bringt aber bereits jetzt sowohl für Antragsteller als auch für Engagement Global eine deutliche Arbeitserleichterung. „Einmal registrierte Projektträger können über das neue Portal Projekte beantragen, ohne jedes Mal eine erneute Trägerprüfung machen zu müssen“, erklärt Dr. Jörn Fischer, Leiter des Zentralen Programmservice (ZPS) von Engagement Global. Für die Nutzer sei au-

ßerdem von Vorteil, dass sie stets den aktuellen Bearbeitungsstand einsehen und sich aufeinander aufbauende Formulare, also beispielsweise Dokumente zum Mittelabruf oder Verwendungsnachweise, auf einen Blick anzeigen lassen können.

„Das Portal ist einfach gehalten, logisch aufgebaut und bietet immer wieder Rücksprungs- und Speichermöglichkeiten", so Eugen Hellriegel, Geschäftsführer des Vereins Heil-Bronnen e.V., über den neuen Service. „Die konsequent durchgehaltene ‚Antragsprozess-Orientierung' unterstützt konsequent die Abarbeitung der Fragestellungen. Gegenüber dem bisherigen individuellen Dokumenten-Handling hat sich die Arbeitsweise durch die Nutzung des zentralen Portals und einer zentralen Datenhaltung signifikant verbessert."

Bei Engagement Global ist man vor allem von der verbesserten formalen Qualität der Anträge begeistert: „Die Formulareinträge werden direkt bei der Eingabe geprüft – ein formularinterner Algorithmus erkennt beispielsweise, wenn die Projekteinnahmen nicht mit den Projektausgaben übereinstimmen und veranlasst eine entsprechende Fehlermeldung bereits im Ausfüllprozess."

Automatische Überprüfung während des Antragsprozesses

„Außerdem entfällt die fehleranfällige und umständliche Übertragung von Daten in unser internes Fachverfahren – dadurch bearbeiten wir vom Start weg nahezu ausschließlich korrekt ausgefüllte Anträge", erklärt Fischer. „Das spart Rückfragen beim Träger und beschleunigt die Bearbeitung der Anträge." Dem kann Betina Beate nur zustimmen. Sie ist Projektreferentin beim Verein Don Bosco Mondo und erklärt: „Das Portal lässt falsche Eingaben gar nicht erst zu. Das gibt mir eine gewisse Sicherheit, die komplexen und sehr umfangreichen Anträge wirklich korrekt ausgefüllt zu haben."

Das Antragsportal wird kontinuierlich weiterentwickelt, sodass künftig bis zu 20 unterschiedliche Förderprogramme über das Portal verwaltet und auch Antragstellende anderer Programme von Engagement Global, wie das Programm „Transportkostenzuschuss" oder das „Förderprogramm Entwicklungspolitische Bildung" nutzen können.

Thilo Schuster ist Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der cit GmbH aus Dettingen/Teck. Er ist Experte für Formularmanagement und Online-Verfahren zur Optimierung von Verwaltungs- und Unternehmensprozessen. Er war unter anderem maßgeblich an der Umsetzung der EU-Dienstleistungsrichtlinie für das Land Berlin beteiligt.
▶ www.cit.de

DialogGroup
G&O CreativeAgency
#one part of it

Wir finden die passenden Spender!

Profitieren Sie von 40 Jahren geballter Kompetenz und Herzblut:
#Beratung #Strategie #Listbroking #Konzeption #Kreation #Produktion der Werbemedien online, offline, crossmedia #Erfolgskontrolle und #Follow-up.
Alles aus einer Hand. Wir beraten Sie gerne persönlich.

Die Adresse für Fundraising und Dialog 4.0

Gregor Gauder +49 7156. 425 84 - 29 g.gauder@as-dialoggroup.de
G&O CreativeAgency GmbH · Stuttgarter Straße 41 · 71254 Ditzingen www.as-dialoggroup.de

Tag der Geschlossenen Tür

Ein Präventionsprojekt lässt Jugendliche gesiebte Luft schnuppern

Soziale Projekte mit Insassen von Gefängnissen sind häufig von außen initiiert und zielen darauf ab, die Gefangenen zu unterstützen. Bereits vor mehr als 20 Jahren hatten in Hamburg drei Häftlinge die Idee, den Spieß einfach umzudrehen. Seitdem arbeitet ihr Verein daran, auffällig oder eventuell schon straffällig gewordene Jugendliche vor dem Ärgsten zu bewahren.

Von RICO STEHFEST

Diskutieren, sensibilisieren, konfrontieren: Der Ansatz des Vereins „Gefangene helfen Jugendlichen e.V." ist explizit kein belehrender. Wäre jeder pädagogische Ansatz nämlich immer erfolgreich, bräuchte es den Verein vielleicht gar nicht. Wenn aber Jugendliche im Begriff sind, in eine kriminelle Laufbahn abzurutschen, braucht es Wege und Instrumente, mit denen sie eben tatsächlich erreicht werden können. Der 2001 gegründete Hamburger Verein, der von ehemaligen Häftlingen und ehemaligen Drogenabhängigen betrieben wird, bietet deshalb 14- bis 21-Jährigen die Möglichkeit, im Rahmen eines Projekttages selbst gesiebte Luft zu schnuppern. So beispielsweise im „Santa Fu", wie die Justizvollzugsanstalt Hamburg-Fuhlsbüttel umgangssprachlich genannt wird. Bei ihrem Besuch lernen die Jugendlichen aber nicht nur das Leben hinter Gitter und die individuellen Hintergründe einiger Insassen kennen. Sie bekommen eine Gefängnismahlzeit serviert und besichtigen Zellen, in die sie selbst für einige Minuten eingeschlossen werden. Spätestens an diesem Punkt dämmert es wohl den meisten Jugendlichen, dass eine Haft alles andere als cool und eine kriminelle Laufbahn kein sinnvoller Lebensentwurf ist. Direkter lassen sich die Konsequenzen kaum erleben.

Freunde wenden sich ab

Ein solcher Besuch einer Haftanstalt verdeutlicht den Teilnehmern auch, dass es in der Regel nicht eine Haftstrafe allein ist, die eine prägende Zäsur im Leben eines jeden darstellt. Damit verbunden sind oft auch Veränderungen im sozialen Umfeld, wenn sich Freunde oder gar die eigene Familie von den Verurteilten abwenden. Das Leben geht weiter, aber nicht für die Insassen.

Besonders bei Jugendlichen ist die Rückfallquote nach einer Verurteilung und der Verbüßung einer Haftstrafe hoch. Deshalb sind hier besondere Ansätze für eine erfolgreiche Resozialisierung gefragt. Und der direkte Kontakt mit den Häftlingen scheint genau ein solches erfolgversprechendes Mittel zu sein: Durch ähnliche Lebensläufe wird zwischen den Jugendlichen und den Insassen eine besondere soziale Nähe deutlich. Durch die Authentizität der Situation haben die Straftäter die Möglichkeit, die Jugendlichen zu erreichen, wenn Sozialpädagogen die Möglichkeiten ausgehen.

Nutzen für die Häftlinge

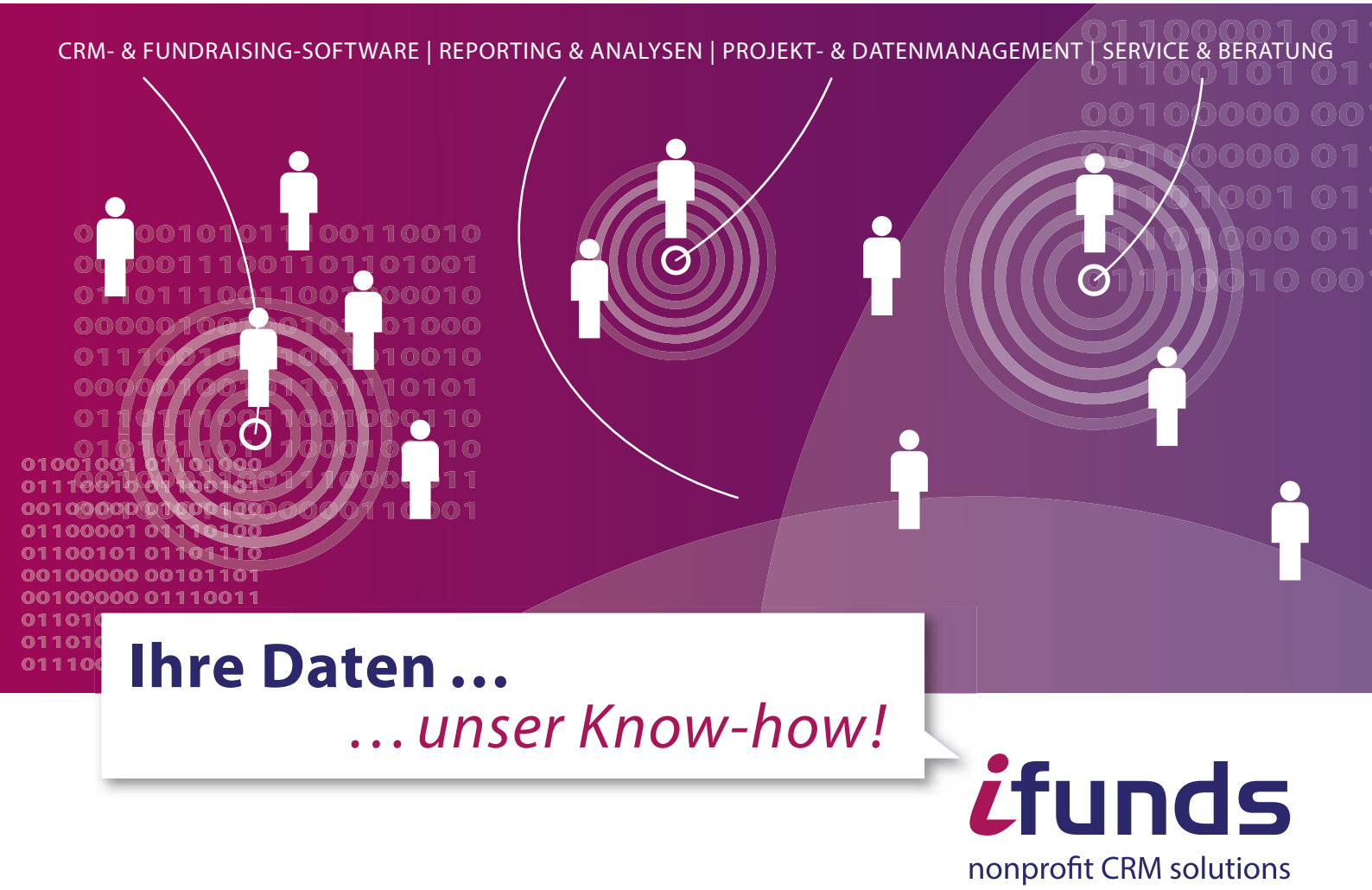
Die besondere Wirkung bleibt aber auch für die Häftlinge nicht aus. Diese beteiligen sich freiwillig und ehrenamtlich an dem Projekt und fördern durch die aktive Reflexion ihrer Vergangenheit die Verarbeitung ihrer Taten und tragen so zu ihrer Resozialisierung bei. Teilnehmen dürfen die Insassen allerdings nur, wenn sie ihre Taten aufrichtig bereuen. Schlussendlich wäre nichts kontraproduktiver, als wenn die Jugendlichen in den Insassen „coole" Vorbilder sähen, die Gewalt und andere Straftaten banalisieren.

Mittlerweile wird das Projekt zusätzlich in Bremen, Hannover und Nordrhein-Westfalen angeboten. Weitere Standorte sind jederzeit willkommen, das Konzept zu übernehmen. Der Verein spricht hier selbst von Social Franchising.

Durch die Unterstützung weiterer Freiwilliger mit unterschiedlichen beruflichen Schwerpunkten hat „Gefangene helfen Jugendlichen" mittlerweile weitere Angebote im Portfolio. So ist es zum einen möglich, dass Freigänger und ehemalige Insassen Schulen und Jugendhilfeeinrichtungen besuchen, um dort über den Alltag im Gefängnis zu berichten. Auf diesem Weg wird eine noch höhere Zahl an Jugendlichen erreicht. Zusätzlich können Anti-Gewalt- und Deeskalationstrainings gebucht werden. Pädagogisches Boxen steht ebenso auf dem Programm wie Suchtprävention und ein Projekt gegen Cyber-Mobbing.

Die Arbeit des Vereins hat inzwischen nicht nur eine Vielzahl von Stiftungen und andere unterstützende Institutionen gefunden. Mehrere Preise würdigen das Engagement der Ehrenamtler, zuletzt der „innovatio-Sozialpreis" 2017 der Caritas. „Ausgehend von der eigenen Erfahrung wollen sie Jugendliche vor einem ähnlichen Schicksal bewahren. Diese Haltung, aus einer negativen Erfahrung heraus etwas Positives zu gestalten, ist beeindruckend", sagte Peter Neher, Präsident des Deutschen Caritasverbandes in seiner Laudatio.

▶ www.gefangene-helfen-jugendlichen.de



Gemma ham!

In Graz trägt ein Obdachlosen-Hospiz Sorge für ein Ende in Würde

Im Krankenhaus zu sterben, ist nicht für jeden schön, aber zumindest ein Tod in Sicherheit und in Würde. Das Freunde und Familie dabei sind, ist keine Besonderheit. Obdachlose gehen diesen letzten Weg meist allein. Dass das nicht sein muss, zeigen die Grazer Elisabethinen.

Von RICO STEHFEST

Wer auf der Straße lebt, sucht im Krankheitsfall kein Krankenhaus auf. Nicht nur, dass Wohnungslose in der Regel über keine Krankenversicherung verfügen, die Hemmschwelle, sich Hilfe zu suchen, scheint zusätzlich unüberwindbar. Obdachlosigkeit bedingt auch eine Art der Tagesgestaltung, die auf Unabhängigkeit und Selbstbestimmtheit beruht. Sich den Regeln eines Krankenhaus-Betriebs zu unterwerfen, widerspricht dieser Haltung. Entscheidend ist auch, dass in einem solchen Fall das bescheidene eigene soziale Umfeld verlassen werden müsste, ein Einschnitt, der für die nicht selten psychisch instabilen Menschen eine enorme Belastung darstellen würde. Ganz zu schweigen vom eigenen Tod. Wer unter der Brücke haust, stirbt für gewöhnlich in Einsamkeit.

Sterben im vertrauten Umfeld

Im Grazer VinziDorf, das von der Elisabethinen GmbH betrieben wird, ist das anders. Das VinziDorf ist eine Ansammlung mehrerer Wohncontainer, die 34 Obdachlose beherbergen können. Eine Erweiterung erfuhr die Einrichtung im April vergangenen Jahres. Damit die Bewohner des VinziDorfes auch in ihrem vertrauten Umfeld sterben können, haben die Ordensschwestern ein stationäres Hospiz eingerichtet. Finanziell getragen wird die Einrichtung durch Spenden und Mittel des Gesundheitsfonds Steiermark. Firmen steuern Sachspenden wie Reinigung und Heizkosten bei. Dieses Hospiz für unheilbar erkrankte Obdachlose ist nicht nur in Österreich einzigartig; im gesamten deutschsprachigen Raum gibt es keine vergleichbare Einrichtung. Das besondere daran ist, dass es sich um keine mobile Hospiz-Hilfe handelt und das Hospiz eher Wohn- als Krankenhauscharakter aufweist.

Nähe schafft Vertrauen

Die Bewohner des VinziDorfes, vorwiegend an Alkoholsucht erkrankte Männer, erleben das Hospiz durch seine unmittelbare räumliche Nähe als integralen Bestandteil

ihres Alltags, sodass eine mögliche Hemmschwelle, das Hospiz später selbst in Anspruch zu nehmen, von Beginn an niedrig erscheint, nicht zuletzt auch, weil ihnen beständig die Gelegenheit gegeben ist, eventuelle Freunde im Hospiz zu besuchen. Dadurch lernen sie auch dessen Mitarbeiter kennen, was wiederum eine Basis zur gegenseitigen Vertrauensbildung darstellt. Grundsätzlich ist es allerdings keine Voraussetzung für eine Aufnahme in das Hospiz, im Vorfeld im VinziDorf gelebt zu haben.

Eine Grundbetreuung bietet die Einrichtung rund um die Uhr. Drei Mal pro Woche kommt Fachpersonal der Palliativpflege aus dem nahe gelegenen Elisabethinen-Krankenhaus ins Hospiz. Ein Team aus ehrenamtlich tätigen Ärzten bietet zudem eine Rufbereitschaft. Der Alltag ist explizit nicht von einem besonderen Regelwerk geprägt, auch wenn es vorgeschriebene Ruhezeiten für die Patienten gibt. Wichtig ist, dass in dieser besonderen Form der Pflege und Betreuung individueller Freiraum möglich ist. Und dazu gehört eben auch der Konsum von Tabak und Alkohol. In der Palliativbetreuung geht es ja nicht um die Heilung der Patienten. Diese Form der Betreuung ist außerdem frei von Urteilen und soll jegliche Krankenhaushektik vermeiden.

Persönliche Pflege und Betreuung

Eine weitere Besonderheit der Einrichtung findet sich in der Tatsache, dass das Haus lediglich über zwei Betten verfügt. Das ermöglicht ein größtmögliches Maß an Persönlichkeit in der Betreuung und Pflege. Das Konzept geht auch auf. Ein Jahr nach der Gründung zeigt die Bilanz eine Anzahl von sieben betreuten Personen auf, von denen vier verstorben sind. Die anderen drei konnten aufgrund der Verbesserung ihres Gesundheitszustandes entlassen werden.

Für die Zukunft ist geplant, den Kontakt mit den Patienten zu intensivieren. Obwohl die Nachfrage hoch ist, bestehen jedoch keine Pläne, die Kapazitäten auszubauen.

Es nimmt nicht wunder, dass ein solches Projekt Aufmerksamkeit und schlussendlich auch Würdigung auf sich zieht. So hat beispielsweise die Jury des Internationalen KlinikAwards, einer Auszeichnung für herausragende Klinikmarketingprojekte, das Sterbebegleitungsprojekt im vergangenen Oktober in Berlin mit dem Sonderpreis in Gold ausgezeichnet.

Auch die Diözese Graz-Seckau zeigt sich großzügig: Anlässlich ihres 800-jährigen Bestehens unterstützt sie mehrere karitative Projekte finanziell. Für die nächsten fünf Jahre erhält das VinziDorf-Hospiz jährlich 10 000 Euro. Und wer im Grazer Restaurant „Der Steirer“ die traditionelle Klostersuppe der Elisabethinen probiert, sorgt dafür, dass jeweils ein Euro davon an das Hospiz geht.

▶ www.vinzidorfhospiz.at

Fundraising TAGE

STUTTGART

DONNERSTAG, 28. JUNI 2018
TAGUNGSZENTRUM BERNHÄUSER FORST

WISSEN, INSPIRATION, SPANNENDE GESPRÄCHE

Hier treffen sich Engagierte aus Vereinen und Stiftungen, lernen gemeinsam Neues und tauschen sich fachlich aus. Melden auch Sie sich gleich an!

FACHWISSEN AUS DER AKTUELLEN PRAXIS

Referenten aus Non-Profit-Organisationen oder der Fundraising-Branche vermitteln praktisches, anwendungsorientiertes Wissen aus erster Hand.

KONTAKTE KNÜPFEN UND VERTIEFEN

Sponsoren und Aussteller kommen direkt mit interessierten Vertretern der NGOs ins Gespräch. Nutzen auch Sie diese Gelegenheit!

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

EINE VERANSTALTUNGSREIHE DES
Fundraiser magazin

Kunst gegen Krankheit

Nein, das ist nicht der neue Wartebereich im Hauptbahnhof Zürich, sondern eine Pop-up-Kunstinstallation der Swiss Malaria Group anlässlich des 10. Welt-Malaria-Tags am 25. April. Ähnliche Installationen stehen in sechs weiteren Städten, darunter in Luzern, Basel, Genf und Lausanne. Unterstützt wird das Projekt von der Schweizer Stiftung Biovision, die Menschen in Afrika bessere Lebensbedingungen ermöglichen will und sich seit Jahren auch für den Kampf gegen Malaria in Ostafrika einsetzt.

▶ www.biovision.ch ▶ www.swissmalariagroup.ch

Ran an die Möhren

Garten-Projekt für Kinder feiert Jubiläum

Gärtnern ist im Trend und mit gesunder Ernährung kann man nicht früh genug beginnen. Beides vereint die Edeka-Stiftung mit ihrer Initiative „Aus Liebe zum Nachwuchs". Ob Karotten, Kohlrabi oder Kopfsalat, die drei- bis sechsjährigen Mini-Gärtner werden bis Ende Juni in Kindergärten in ganz Deutschland 2200 Hochbeete bepflanzen. 1400 Edeka-Kaufleute übernehmen die Patenschaften für die teilnehmenden Einrichtungen. Edeka feiert mit der Aktion zehnjähriges Jubiläum und zieht Zwischenbilanz. In Zahlen: Über 5,9 Millionen Liter Erde wurden verarbeitet, mehr als 330 000 Setzlinge gepflanzt und rund 890 000 Kinder machten seit 2008 mit. Dass die Arbeit der Stiftung notwendig ist, zeigt eine Studie. Demnach wissen zum Beispiel nur 58 Prozent der befragten Kinder, dass zu einer ausgewogenen Mahlzeit unbedingt Obst und Gemüse gehören.

▶ www.edeka-stiftung.de

MEINE MEINUNG

„Es ist bequem, sich eine Person aus der Geschichte zu leihen"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Ein Teil der Alternative für Deutschland (AfD) möchte ihre parteinahe Stiftung Gustav-Stresemann-Stiftung nennen. Sie soll aus dem bereits existierenden Gustav-Stresemann-Stiftung e. V. und der Desiderius-Erasmus-Stiftung hervorgehen, die beide der rechtskonservativen AfD nahestehen. Die Enkel des ehemaligen deutschen Reichskanzlers wollen das verhindern, notfalls mithilfe eines Gerichts, so der Stand der Dinge Ende April. Sie sind davon überzeugt, dass „sich Stresemann mit dem Gedankengut der AfD niemals gemein gemacht hätte". Ich finde es ziemlich bequem von der AfD, sich eine Person aus der Geschichte „auszuleihen" und deren Namen für die eigenen Zwecke einzusetzen. Stresemann selbst kann schließlich nichts mehr dazu sagen. In der Regel ist es ja so, dass eine Stiftung nach ihrem Stifter beziehungsweise ihrer Stifterin benannt wird. Der oder die kann dann ganz klar festhalten, welche Ziele mit dem Engagement verfolgt werden sollen. Deshalb ist es absolut nachvollziehbar, dass sich nun Stresemanns Nachfahren dafür einsetzen, dass der Name des Friedensnobelpreisträgers nicht mit einer Partei wie der AfD in Verbindung gebracht wird. Denn die innen- und außenpolitischen Probleme zur Zeit Stresemanns waren andere als heute. Sie in irgendeiner Weise mit den Zielen der AfD in Verbindung zu bringen, kommt für mich am ehesten dem Versuch dieser Partei gleich, sich einen seriösen Anstrich zu verpassen – denn mit der Stiftung werden auch staatliche Millionbeträge für politische Bildung kassiert.

Was meinen Sie? Schreiben Sie an *meinung@fundraiser-magazin.de*

Kurzgefasst …

Der Mathematik auf der Spur

Die Stiftung Rechnen hat zusammen mit der Börse Stuttgart vier „Mathe.Entdecker Pfade“ eröffnet. Rund um das Börsengebäude verwandeln sich dabei Objekte und Plätze in Mathe-Aufgaben, die mithilfe der MathCityMap-App vor Ort gelöst werden können. Schüler sollen durch Zählen, Messen und Schätzen ihr mathematisches Können an alltäglichen Problem- und Fragestellungen anwenden.

▶ www.stiftungrechnen.de

Millionenbetrag für Berliner Kunstschätze

Im Berliner Bode-Museum werden derzeit 59 Kunstwerke restauriert, die im Zweiten Weltkrieg schwer beschädigt wurden, darunter Skulpturen und Reliefs aus der Renaissance. Die Ernst von Siemens Kunststiftung fördert die Restaurierung mit einem niedrigen siebenstelligen Betrag. Die genaue Summe möchte die Stiftung nicht nennen.

▶ www.ernst-von-siemens-kunststiftung.de

Vormerken: Schweizer Stiftungstag

Wer den Schweizer Stiftungstag besuchen will, merkt sich am besten schon jetzt den 7. November vor. An diesem Tag erwartet die Teilnehmer wieder ein spannendes Programm mit interessanten Themen und Referenten im Zentrum Paul Klee in Bern. Zeit zum Netzwerken wird natürlich ebenfalls sein.

▶ www.profonds.org/der-schweizer-stiftungstag

Die Geschichte der E-Autos

Die Kulturstiftung Kornhaus im niedersächsischen Einbeck zeigt bis Ende des Jahres die Ausstellung „Unter Strom“. Zu sehen ist die Geschichte elektrobetriebener Fahrzeuge in den vergangenen 130 Jahren. Denn dass Autos mit Strom fahren, ist keine Idee des 21. Jahrhunderts. Zu sehen sind 33 Fahrzeuge, anhand derer die Entwicklung anschaulich gemacht wird.

▶ www.kulturstiftung-kornhaus.de

Mehr Zeit für Forschung

Junge Forscher mit Postdoc-Status aus allen wissenschaftlichen Fachgebieten werden in diesem Jahr erstmals von der Hans-Böckler-Stiftung mit dem „Maria-Weber-Grant“ unterstützt. Dafür stellt die Stiftung Fördermittel von 120 000 Euro zur Verfügung. Die Preisträger können damit für bis zu einem Jahr eine Teilvertretung in der Lehre beantragen, damit sie selbst sich ihren Forschungen widmen können.

▶ www.boeckler.de

Mach dich schlau!

Neues Onlineportal bündelt Fachpublikationen

Wer Publikationen von Stiftungen zum Thema Bildung sucht, kann ab sofort auf www.wissensatlas-bildung.de nachschlagen. Dort sind rund 150 Veröffentlichungen, Handlungsempfehlungen und Projektberichte in Form von Steckbriefen verzeichnet. Das Feld ist dabei recht breit gefächert. So finden sich nicht nur die Themen Schule, Lehrerbildung oder berufliche Bildung, sondern auch Diversität und Inklusion, Engagementförderung, Wirtschaft und Digitalisierung. Die Suche funktioniert sowohl nach Handlungsfeldern wie kulturelle Bildung oder Sport und Bewegung als auch nach Bildungsabschnitt von der frühkindlichen Bildung bis zur Hochschule und Aus- und Weiterbildung. Wer nach der Publikation einer bestimmten Stiftung Ausschau hält, kann auch nach diesem Kriterium suchen. Der Wissensatlas ist ein gemeinsames Projekt des Bundesverbands Deutscher Stiftungen und des Netzwerkes Stiftungen und Bildung. Das Thema Bildung macht mit 34,6 Prozent der Stiftungszwecke einen großen Teil im Stiftungswesen Deutschlands aus.

▶ www.wissensatlas-bildung.de

Diese Spendenquittung hat Gewicht.

Mit einem Spendenstein setzen Sie Ihren Spendern und Sponsoren ein Denkmal! Der lasergravierte personalisierte Klinker, eingelassen in eine Wand oder einen Bodenbelag, manifestiert auf lange Zeit den Einsatz und Gestaltungswillen Ihrer Unterstützer.

Spendenstein ist ein Geschäftsbereich der
Fanstein GmbH | Thomas-Müntzer-Str. 34 | 06842 Dessau-Roßlau
Fon 0340 870 16 60 | Fax 0340 870 16 61 | info@spendenstein.de

SPENDENSTEIN

Fundraising mit Mehrwert!
NEU!
www.spendenstein.de

* Die Gesellschaft der Freunde des Dessau-Wörlitzer Gartenreiches e.V. setzt bei der Finanzierung der Sanierung des Eichenkranzes auch auf den Spendenstein.

Hochbegabt, aber tief gefallen

Die Dr. Farassat-Stiftung will ungenutztes geistiges Potenzial wecken

Ein hoher IQ bringt nicht automatisch einen Doktortitel und ein hohes Einkommen mit sich. Manche Hochbegabten sind nicht einmal in die Arbeitswelt integriert. Ihnen greift eine Stiftung unter die Arme.

Von UTE NITZSCHE

Rohdiamanten am Wegesrand: Mithilfe von Therapeuten und Persönlichkeitstrainern lernen die Klienten der Farassat-Stiftung, sich so anzunehmen, wie sie sind.

Studium geschmissen, arbeitslos, kaum Kontakt zu Mitmenschen – ein Paradebeispiel für eine „verkrachte Existenz". Das Tragische daran ist nicht allein die Tatsache, dass betroffene Personen in der Regel irgendwo zwischen Hartz IV und totaler Resignation landen, sondern dass unter ihnen auch Hochbegabte sind. Der Begriff wird meist automatisch mit einer steilen Karriere und Wohlstand assoziiert. Doch das ist manchmal ein Trugschluss, denn einige unter ihnen sind einfach nicht in der Lage, ihr enormes Potenzial zu nutzen.

Reinhard Foegelle, Geschäftsführer der Dr. Farassat-Stiftung, schätzt, dass dieses Phänomen in Deutschland bis zu 500 000 Menschen betrifft. Als hochbegabt gilt, wer einen IQ von 130 oder mehr hat. Foegelle ist selbst Vater eines Sohnes, der als Kind als nicht beschulbar galt, psychische Probleme und kaum Sozialkompetenzen hatte. Dabei war er nicht „dumm", sondern einfach anders. Erst ein speziell auf solche Kinder eingestelltes Internat in Schottland, auf das die Eltern ihren Sohn mit elf Jahren schickten, verbesserte die Situation.

Mäandernde Lebensläufe

Bei seiner Arbeit als Personalberater kam Reinhard Foegelle immer wieder mit „mäandernden Lebensläufen", wie er sie nennt, in Berührung. Er vermittelte hochbegabte Arbeitskräfte und coachte Fach- und Führungspersonen. Irgendwann entstand daraus zusammen mit einer Persönlichkeitsberaterin das Konzept der Dr. Farassat-Stiftung. Der Stifter selbst, Dr. Farhad Farassat, war schnell überzeugt davon. Der gebürtige Iraner kam in den 60er Jahren nach Deutschland und studierte Maschinenbau und Kerntechnik.

Projekt lief gut an

Mit seinem Startkapital war es 2016 möglich, die Stiftung aufzubauen, die die gescheiterten „Superschlauen" wieder ins soziale Leben integrieren will. Das Projekt lief gut an, beinahe schon zu gut, wie Reinhard Foegelle sagt. Nachdem im Frühjahr 2017 ein Artikel über die Stiftung und ihre Arbeit auf dem Onlineportal der Wochenzeitung „Zeit" erschien, stand das Telefon nicht mehr still. „Wir hatten circa drei Bewerbungen in der Woche", erinnert sich der Geschäftsführer. „Selbst Leute jenseits der 50 oder sogar 60 Jahre haben sich gemeldet." Rund 200 Personen zeigten Interesse an dem speziell entwickelten Trainingsprogramm für „Underachiever", so der Fachbegriff für Hochbegabte, welche die an sie gestellten Erwartungen nicht erfüllen. Dabei sollen die Teilnehmer unter anderem lernen, ihr Selbstwertgefühl zu stärken und ihre Fähigkeiten zu erkennen.

Nicht krank, nur anders

Viele von ihnen sind hochsensibel, fühlen sich irgendwie „falsch", wissen aber nicht, dass sie hochbegabt sind. Manche nehmen sogar Antidepressiva. Mithilfe von

Therapeuten und Persönlichkeitstrainern lernen sie nun erstmals, dass sie keineswegs krank sind, sondern sich so annehmen dürfen, wie sie sind.

Was in der Theorie gut funktioniert, hapert jedoch manchmal in der Praxis. Die Stipendiaten haben deshalb die Möglichkeit, praktische Erfahrungen bei Unternehmen aus der Wirtschaft zu sammeln, mit denen die Stiftung zusammenarbeitet.

Quantenspringer

Doch gescheiterte Hochbegabte, so zeigte sich recht schnell, haben keinerlei gesellschaftliche Bedeutung geschweige denn Akzeptanz. Der Versuch, an Fördergelder zu gelangen, scheiterte weitestgehend. Deshalb ist es auch das derzeit größte Anliegen der Stiftung, das Thema in die Wirtschaft zu tragen.

Das soll nun mit der Quantenspringer GmbH gelingen, denn nach zwei Jahren Stiftungsarbeit kann sich Farhad Farassat die Komplettfinanzierung nicht länger leisten, weshalb andere Lösungen gefunden werden müssen. Gegründet hat die Quantenspringer GmbH Reinhard Foegelle selbst. Damit stellt sich gleichzeitig auch die Farassat-Stiftung neu auf, indem das Projektgeschäft von den Quantenspringern übernommen wird. Hier kann das Team aus Hochbegabten in einem geschützten Umfeld Ideen und Lösungen für kleine und mittlere Unternehmen und gemeinnützige Organisationen entwickeln, um zum Beispiel Prozesse zu vereinfachen oder die Bedürfnisse von Mitarbeitern und Kunden besser zu berücksichtigen.

Stipendien-Akquise

Und auch die bewährten Persönlichkeitstrainings werden ab jetzt in der Quantenspringer GmbH durchgeführt. Reinhard Foegelle erhofft sich mit diesem Schritt mehr Aufmerksamkeit seitens der Industrie und in der Folge auch mehr Förderer. Hochbegabte Studierende und Doktoranden sollen in Zukunft direkt mit Stipendien unterstützt werden. Stiftungsgründer Farassat führt derzeit Gespräche mit verschiedenen Universitäten.

Zusätzliche Aufmerksamkeit dürfte der Stiftung auch die diesjährige Auszeichnung mit dem Deutschen IQ-Preis des Mensa in Deutschland e. V. bringen, der am 14. April verliehen wurde. Das Netzwerk für Hochbegabte würdigt damit Personen und Institutionen, die sich um die Erforschung und Förderung der Intelligenz verdient machen. Denn wer kann es sich schon leisten, Rohdiamanten einfach am Wegesrand liegen zu lassen?

▶ www.farassat-stiftung.de
▶ www.quantenspringer.com

Smarte Mailings erzählen gute Geschichten.

GFS Fundraising Solutions GmbH · Linzer Straße 21 · 53604 Bad Honnef · www.gfs.de

GFS
DATA-DRIVEN FUNDRAISING

Grünes Licht fürs Update

Kommt mit der neuen deutschen Regierung die Stiftungsrechtsreform?

Einheitliches Stiftungsrecht, die Einführung eines Stiftungsregisters und die Möglichkeit der Zweckänderung sind nur einige der Verbesserungsvorschläge im Stiftungsrecht. Dessen Modernisierung hat sich die neue große Koalition in Deutschland nun vorgenommen.

Von Dr. HEDDA HOFFMANN-STEUDNER

Die Initiative, um den Rechtsrahmen für Stiftungen zu verbessern, läuft seit 2015. Dazu wurde im Sommer 2015 die Bund-Länder-Arbeitsgruppe Stiftungsrecht eingesetzt mit dem Auftrag, das Stiftungsprivatrecht zu prüfen und Vorschläge zu erarbeiten. Der Bundesverband Deutscher Stiftungen brachte dazu ein Positionspapier ein. In ihrem Ende 2016 vorgelegten Bericht bestätigt die Bund-Länder-Arbeitsgruppe die Auffassung des Bundesverbandes in mehreren Punkten.

So stelle sich in der Praxis die Anwendung des Stiftungsrechts je nach Aufsichtsbehörde höchst unterschiedlich dar. Rechtsunsicherheit bestehe darüber, unter welchen Voraussetzungen die Aufhebung, Zusammenlegung und Zulegung von Stiftungen erlaubt sind. Weiterhin verstoßen nach Ansicht des Bundesverbandes einzelne Regelungen der Landesstiftungsgesetze gegen Bundesrecht. Einigkeit besteht auch darin, dass die Rechtsaufsicht nicht den Willen der Stifterin oder des Stifters durch den des Staates ersetzen darf. Schließlich bestätigte die Arbeitsgruppe auch den Punkt, dass Stiftungen als zunehmend an Bedeutung gewinnende Rechtsform keinen Registereintrag haben. Deswegen ist eine Legitimation im Rechtsverkehr nur über Vertretungsbescheinigungen möglich. Auch seien Stiftungen deshalb in Bezug auf das neu eingeführte Transparenzregister gegenüber Vereinen und Kapitalgesellschaften schlechter gestellt.

Der Bundesverband tritt darüber hinaus für folgende Änderungen ein.

Vereinheitlichung des Stiftungsrechts

In der Praxis zeigt sich, dass die in großen Teilen gleichlautenden Landesstiftungsgesetze von den Aufsichtsbehörden unterschiedlich ausgelegt werden, was eine hohe Rechtsunsicherheit erzeugt. Deshalb sollte das Stiftungsrecht auf bundesgesetzlicher Ebene vereinheitlicht werden. Auf diese Weise wird es möglich, zum Beispiel durch Verwaltungsanweisungen, die dann für alle Aufsichtsbehörden bindend sind, die Aufsichtspraxis zu vereinheitlichen. Kirchliches Stiftungsrecht (§ 80 Abs. 3 BGB), insbesondere die im kirchlichen Stiftungswesen, hat davon allerdings unberührt zu bleiben.

Einführung eines Stiftungsregisters

Anders als Verein und GmbH kann eine rechtsfähige Stiftung in Deutschland kein Bankkonto eröffnen, ohne zuvor mit ihrer Stiftungsaufsichtsbehörde Kontakt aufgenommen und eine sogenannte Vertretungsbescheinigung beantragt zu haben. Auch bei anderen Geschäften kommt es nicht selten zu Verzögerungen, weil Vertragspartner vom Stiftungsvorstand einen Nachweis der Vertretungsbefugnis einfordern. Anders als beim Vereinsregister oder

dem Handelsregister fehlt es den Landesstiftungsverzeichnissen jedoch an der Publizitätswirkung. Damit sich Stiftungen einfacher im Rechtsverkehr legitimieren können, fordern wir daher die Einführung eines Stiftungsregisters mit Publizität. Dieses könnte dann zugleich als Transparenzregister im Sinne des Geldwäschegesetzes fungieren, sodass Stiftungen sich nicht doppelt eintragen müssen.

Regelungen in Bezug auf das Vermögen

Vermögensbewirtschaftung erfordert Prognoseentscheidungen mit erheblicher Unsicherheit. Deshalb ist gesetzlich zu verankern, dass Stiftungsvorstände kein Verschulden trifft, wenn sie bei ihrer Geschäftsführung die Sorgfalt eines ordentlichen und gewissenhaften Geschäftsleiters angewandt haben (Business Judgement Rule). Auch haben Stifter unterschiedliche Vorstellungen über risiko-chancenreiche Vermögensanlage und sind auch in diesem Punkt frei, ihre Vorstellungen über Satzungsregelungen zu verankern; für den Fall dass Regelungen fehlen, muss gesetzlich klargestellt werden, dass den Organen ein weites Ermessen zusteht. Ist die Stiftung auf Dauer angelegt, ist auch die Pflicht zum dauernden Vermögenserhalt nach Stiftungsgeschäft zu verankern. Denn bei angeordneter Dauerhaftigkeit müssen Organe die Vermögensbewirtschaftung und Mittelverwendung daran ausrichten.

Flexibilisierung des Stifterwillens

Schließlich fehlt es an der Möglichkeit, dass der noch lebende Stifter Anpassungen am Stiftungszweck vornehmen kann, die sich erst nach den ersten Erfahrungen in der Stiftungsarbeit als erforderlich herausgestellt haben. Dies könnte beispielsweise durch ein entsprechendes Sonderrecht des lebenden Stifters, wenn dieser eine natürliche Person ist, erreicht werden. Auch wenn Letzteres von der Bund-Länder-Arbeitsgruppe kritisch gesehen wird, erkennt sie auch das Bedürfnis für klarere Voraussetzungen und nachträgliche Änderungen am Zweck an.

Dr. Hedda Hoffmann-Steudner ist Rechtsanwältin, Leiterin des Justiziariats und Mitglied der Geschäftsleitung des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen. Im Rahmen ihrer langjährigen Beratungstätigkeit hat sie zahlreiche gemeinnützige Organisationen stiftungs- und stiftungssteuerrechtlich begleitet. Sie verantwortet außerdem die rechtspolitischen Initiativen des Bundesverbandes zur Verbesserung der rechtlichen Rahmenbedingungen im Stiftungswesen.
▶ **www.stiftungen.org**

Ausgezeichneter Fonds: BKC Treuhand Portfolio

BKC Treuhand Portfolio

(WKN / ISIN: A0YFQ9 / DE000A0YFQ92)

- Hoher Qualitätsanspruch
- Strenges Nachhaltigkeitskonzept
- Defensive Grundstruktur

Testurteil: Sehr gut
BKC Treuhand Portfolio
FONDSCONSULT
Mai 2017

Zitat der FondsConsult Research:
„Dem BKC Treuhand Portfolio gelang es zum wiederholten Mal auf der quantitativen wie auch qualitativen Seite zu überzeugen und der Fonds sichert sich damit wieder einen Spitzenplatz in dieser Studie."

Stiftungsfonds des Jahres 2017
RenditeWerk

Die Auszeichnung „Stiftungsfonds des Jahres 2017" wird einmal jährlich vom Online-Magazin RenditeWerk an vier Fonds verliehen. Das BKC Treuhand Portfolio geht 2017 mit Platz 1 als Sieger hervor.

Die Bank von Mensch zu Mensch

Bank für Kirche und Caritas eG

Den Verkaufsprospekt und die wesentlichen Anlegerinformationen erhalten Sie in deutscher Sprache bei der Bank für Kirche und Caritas und der Universal-Investment-Gesellschaft mbH.

Kamp 17 · 33098 Paderborn · Telefon 05251 121-0 · www.bkc-paderborn.de · info.service@bkc-paderborn.de

Mit anderen Schwerpunkten zu neuen Themen

Stiftungslehrstühle als Schnittstelle zwischen Lehre und Wirtschaft

Damit zu aktuellen gesellschaftspolitischen Themen geforscht werden kann, hat die Hertie School of Governance vier Stiftungslehrstühle eingerichtet. Sascha Stolzenburg, Director Development, Career Service and Alumni Affairs, erklärt, wie das gelingen konnte, warum Fundraising Chefsache ist und die Professoren voll eingebunden werden.

Stolzer Preisträger – Sascha Stolzenburg freut sich über den zweiten Platz beim Deutschen Hochschulfundraisingpreis.

? Die Hertie School of Governance hat gerade eine Stifterlehrstuhlkampagne durchgeführt. Was konnten Sie erreichen?

Die Hertie School ist die einzige „Professional School of Public Policy" in Deutschland. Unser thematischer Fokus ist das öffentliche Handeln, wir fragen, wie gesellschaftliche Probleme gelöst werden können. Lehre und Forschung sind sehr praxisorientiert und die gesamte Hochschule auf den Austausch zwischen Wissenschaft und den gesellschaftlichen Akteuren – seien sie öffentlich oder privat – ausgerichtet. Das prägt auch das Verhältnis zu unseren Partnern. Als private Einrichtung erhalten wir keine öffentlichen Mittel. Unsere Gründerin, die Gemeinnützige Hertie-Stiftung, ist weiterhin unser Hauptpartner, aber natürlich nicht der einzige.

Vor drei Jahren haben wir das Fundraising neu fokussiert. Kern der Akquise ist seither neben der Stipendienförderung die Einrichtung von Stiftungsprofessuren, die Forschung zu drängenden gesellschaftspolitischen Themen betreiben. Seither konnten wir vier Stiftungsprofessuren mit einer Laufzeit von jeweils fünf bis sechs Jahren schaffen, zum Beispiel in den Bereichen Energiepolitik und Digitalisierung sowie Bildungspolitik.

? Wie haben Sie das geschafft?

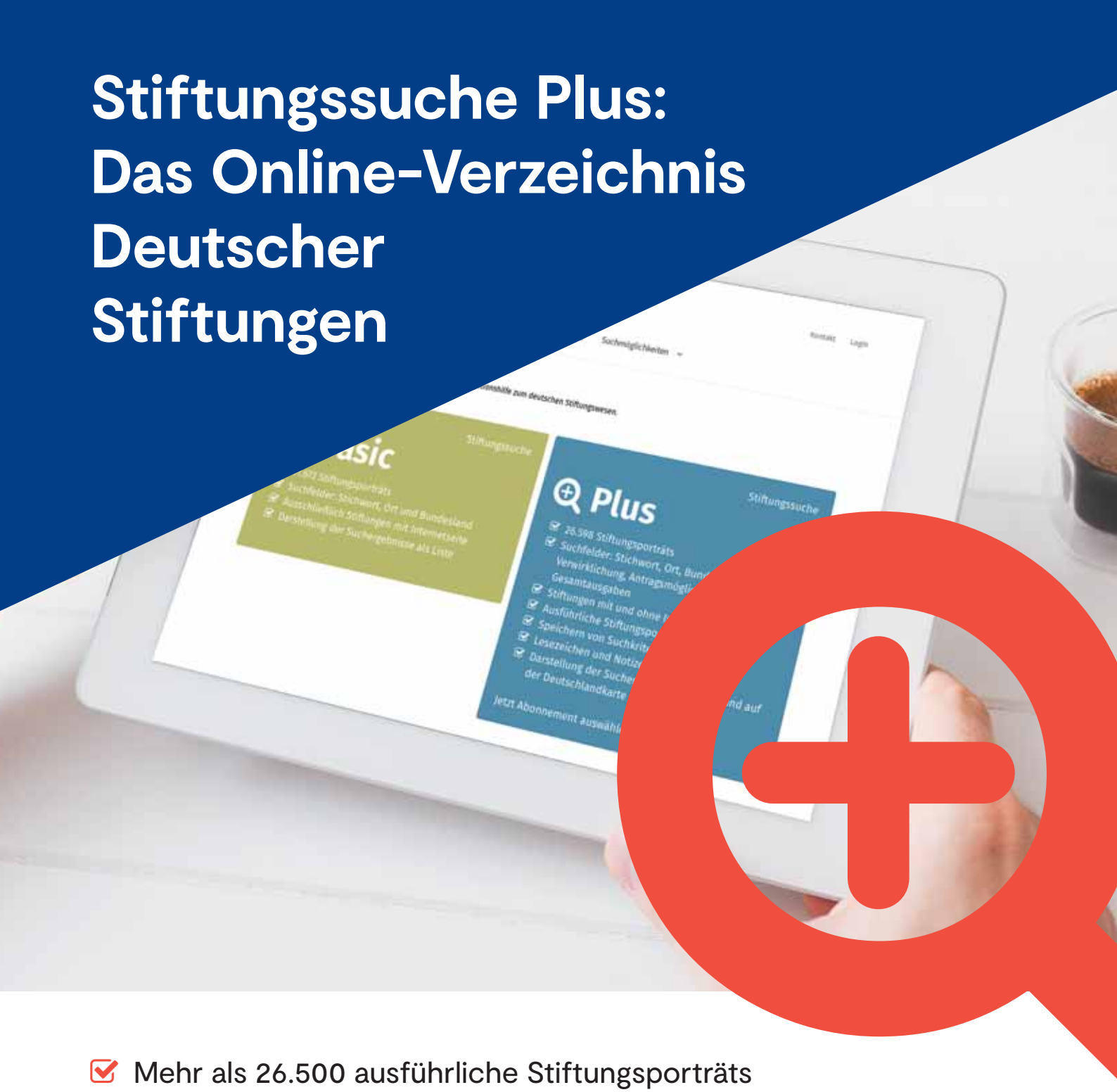
Ausgangspunkt ist immer unsere Agenda in Forschung und Lehre. Wir entscheiden, in welchen gesellschaftspolitischen Bereichen wir vorangehen wollen und dafür suchen wir uns dann ganz gezielt Partner. Zum Beispiel haben wir ein Zentrum für internationale Sicherheitspolitik. Eines der dringendsten Themen in diesem Bereich ist Cybersicherheit. Hier wollen wir die Governance-Forschung voranbringen. Das ist auch das Interesse des Technologieunternehmens NXP. Im Zuge eines sehr, sehr sorgfältig geführten Dialogs entstand daraus die Stiftungsprofessur für Cybersicherheit, die wir aktuell besetzen.

Aus unserer Sicht ist Fundraising Chefsache und zugleich eine Teamleistung. Helmut Anheier, der Präsident der Hertie School, ist die treibende Kraft hinter den Projekten, und er sorgt auch dafür, dass die Professoren voll eingebunden sind und alle hinter einer Kampagne stehen. Extrem wertvoll sind dabei natürlich deren jeweilige Netzwerke. Alle Hertie-School-Professoren forschen ja anwendungsorientiert und haben daher auf ihrem Fachgebiet sehr gute Kontakte. Nicht zuletzt sind wir in meiner Abteilung professionell aufgestellt. Wir bereiten die Kampagnen detailliert vor, bei uns laufen die Fäden zusammen. Wir stellen sicher, dass wir im permanenten Dialog mit unseren Partnern stehen, gerade auch, wenn eine Stiftungsprofessur dann schließlich besetzt ist und alles läuft.

? Wie geht es im Fundraising jetzt weiter?

Es gibt eine Reihe gesellschaftlich hochrelevanter Forschungsbereiche, zu denen wir gern intensiver arbeiten würden. Weitere Stiftungslehrstühle sind daher in Planung. Außerdem ist uns der regelmäßige Austausch und die professionelle Betreuung der Partner sehr wichtig. Daraus ergeben sich oft weitere gemeinsame Projekte.

Stiftungssuche Plus: Das Online-Verzeichnis Deutscher Stiftungen



- Mehr als 26.500 ausführliche Stiftungsporträts
- Täglich aktualisierte Daten
- Recherche anhand verschiedener Suchkriterien

Jetzt Online-Abo abschließen:
Mitglieder: ab 19,99 Euro pro Monat
Nichtmitglieder: ab 39,99 Euro pro Monat

Oder Printausgabe bestellen:
Mitglieder: 139,– Euro
Nichtmitglieder: 199,– Euro

www.stiftungssuche.de

Bundesverband Deutscher **Stiftungen**

Das alles – und noch mehr – finden Sie

Neu bei uns: der Shop

Fachbücher und Co. bestellen

Für Einsteiger oder für Profis – im Shop des Fundraiser-Magazins finden Sie die Bücher unserer Fachautoren, die Glossen von Fabian F. Fröhlich und diverse nützliche Publikationen aus dem Verlag. Auch einzelne Hefte des Magazins (soweit verfügbar) können Sie hier kaufen.

Aktuelle Berichte über Menschen, Projekte, Aktionen, Trends, Veranstaltungen und Stiftungen.

Karriere im Fundraising

Dossier zum Thema Karriere

Wie wird man Fundraiser? Welche Berufswege sind typisch? Welche Voraussetzungen muss man erfüllen? Und was tun NGOs, um ihr Personal weiterzubilden? Im Dossier zum Thema Karriere hat unsere Redaktion für Sie Antworten auf diese Fragen zusammengestellt.

Fundraising-Kalender

Seminare + Tagungen auf einen Blick

Im Fundraising-Kalender finden Sie aktuelle Veranstaltungs-Termine für Vereine, Stiftungen und NGOs rund um die Themen Spenden, NPO-Management und Öffentlichkeitsarbeit. Stöbern Sie einfach in der Terminliste oder nutzen Sie zielgerichtet die Suchfunktion!

Fundraisingtage

Gleich direkt zur Tagung anmelden

Die Fundraisingtage, die das Fundraiser-Magazin veranstaltet, sind immer einen Besuch wert. Profitieren Sie vom Wissen kompetenter Fachreferenten und vom Erfahrungsaustausch mit anderen Vereinen und Stiftungen! Alle Termine und Details unter *www.fundraisingtage.de*

auf www.fundraiser-magazin.de .at .ch

Dienstleister-Verzeichnis

Wer kann was, wer unterstützt wo?

In unserem Dienstleisterverzeichnis finden Sie über 100 Unternehmen rund um die Themen Sozialmarketing, Fundraising, Direktmarketing und Kommunikation. Sie bieten Unterstützung im Bereich Beratung, Druckerei, Software, Kommunikation, Lettershop, Kreation, Face-to-Face- oder Telefon-Fundraising sowie Recht und Steuern. Suchen Sie einfach nach Stichworten oder nach Region!

Mitschreiben

Ihr Text im Magazin: So geht's

Sie möchten einen eigenen Fachbeitrag im Fundraiser-Magazin veröffentlichen? Dazu müssen Sie nicht Mitglied der Redaktion sein. Unser Magazin steht interessanten Beiträgen mit dem Fokus Fundraising immer offen – informieren Sie sich online über das Prozedere sowie über Themen und Termine.

Fundraising-Jobs

Kostenlose Job-Börse

für Jobs in Non-Profit-Organisationen

In unserer Online-Stellenbörse finden Sie Ihren neuen Traumjob oder können selbst solche Jobs anbieten. Tragen Sie offene Stellen in Non-Profit-Organisationen hier ein oder stöbern Sie in den Inseraten! Dieser Service ist bei uns kostenlos.

So geht Online-Fundraising

Mit Technik Herzen öffnen

Die Online-Spende gehört im modernen Fundraising zu den Akquise-Instrumenten mit den stärksten Wachstumsraten. Wir zeigen in der Textsammlung „Online-Fundraising", was notwendig ist, um die vielfältigen Möglichkeiten des Online-Fundraisings zu nutzen.

Abonnement buchen

Fachlektüre, die Spaß macht

Bestellen Sie sich bequem Ihr Fundraiser-Magazin nach Hause oder ins Büro. Auch das beliebte Orga-Abo für die Kollegen können Sie online buchen.

Fotocredits: AdobeStock©Tijana, AdobeStock©charles taylor, AdobeStock©davooda, AdobeStock©vitamin s, arthurhidden@fotolia.com, georgejmclittle@fotolia.com, Paul Stadelhofer, AdobeStock©Andrey Popov

Selbstständige Beratung

Ab sofort bietet **Jaana Rasmussen** mit Rasmussen Consulting ein ganzheitliches Beratungsangebot für Menschen und Organisationen. Schwerpunkte sind Finanzierung und Fundraising, Unterstützung bei Veränderungsprozessen und Storytelling für Führungskräfte. Zu ihren Kunden gehören Kultur-, Bildungs- und soziale Organisationen sowie große Unternehmen, Agenturen und Start-ups.

Zuwachs im Stiftungsrat

Zum neuen Mitglied im Stiftungsrat der Stiftung Menschen für Menschen – Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe wurde Dr. **Ingrid Sollerer** berufen. Ingrid Sollerer ist seit 2016 globale Leiterin der Rechtsabteilung bei Novartis Onkologie für die Bereiche Strategie und Geschäftsentwicklung und des Zell- und Gentechnologie Geschäftes mit Sitz in New Jersey (USA). Sie studierte Jura in Innsbruck und Sevilla.

Verstärkung für van Acken Fundraising GmbH

Die van Acken Fundraising GmbH wird seit Kurzem durch **Benjamin Huber** verstärkt. Er hat als geprüfter Wirtschaftsfachwirt in den letzten Jahren erfolgreich in Vertrieb und Marktforschung sowie in der Beratung gearbeitet. Anja Raubinger, Geschäftsführerin der van Acken Fundraising GmbH, freut sich über die personelle Verstärkung: „Wir sind froh, dass wir mit Herrn Huber einen sehr qualifizierten Berater gefunden haben, der unser Team optimal ergänzt."

Sie wollen ein eigenes Magazin machen?

– Print und/oder Online –

Wir unterstützen Sie mit praktischem und handwerklichem Know-how in den Bereichen: **Idee, Text, Bild, Layout, Produktion, Vertrieb, Leserbindung – bis hin zur Erfolgskontrolle.**

Zwanzig Jahre Erfahrung auf dem Gebiet der Kunden-/Mitgliedermagazine bringen wir mit. Ein sicheres Gespür für die Erfordernisse im Non-Profit-Sektor haben wir ebenfalls.

Sie steuern Ihre Vision bei, und gemeinsam entwickeln und produzieren wir Ihr Magazin.

Übrigens: Eine unserer Referenzen halten Sie gerade in der Hand.

MediaVista KG

www.mediavista.de

Die Macher des Fundraiser-Magazins

Swissfundraising fest in Frauenhand

Der Schweizer Fundraisingverband swissfundraising hat auf seiner letzten Versammlung **Sibylle Spengler** zu seiner neuen ehrenamtlichen Präsidentin gewählt. Sie folgt Odilo Noti, Leiter Kommunikation und Fundraising bei der Caritas Schweiz, nach. Spengler ist seit Mitte 2015 Marketing Director und Mitglied der Geschäftsleitung bei Greenpeace Schweiz. Vorher war sie schon einmal für Greenpeace tätig sowie unter anderem für Unicef und „Brot für alle". Neue Vizepräsidentin ist die Fundraising-Beraterin Felicitas Dunekamp.

Lebensqualität verbessern

Corinna Adler ist seit März 2018 Geschäftsführerin der neu gegründeten University Hospital Zurich Foundation. Die Stiftung unterstützt am Universitätsspital Zürich innovative Projekte, welche die Lebensqualität der Patientinnen und Patienten unmittelbar verbessern. Corinna Adler verfügt über langjährige Erfahrung im Fundraising und Stiftungswesen. Zuvor war sie für die ETH Zürich Foundation tätig. Ihre Leidenschaft: Beziehungen zu Gönnerinnen und Gönnern pflegen und damit die Welt der Medizin mit der Wirtschaft und Gesellschaft verbinden.

Berufung ins BMZ

Claudia Warning, Vorstand Internationale Programme von Brot für die Welt im Evangelischen Werk für Diakonie und Entwicklung (EWDE), ist von Bundesminister Gerd Müller zum 1. Mai 2018 als Abteilungsleiterin ins Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Kooperation (BMZ) berufen worden. Sie war seit 2005 Vorstandsmitglied des Evangelischen Entwicklungsdienstes (EED) in Bonn. Mit der Fusion von EED, Brot für die Welt und Diakonie Deutschland wechselte sie 2012 in den Vorstand des neu geschaffenen EWDE.

Moderator und Journalist ist Schirmherr

Seit 2010 setzt sich die Stiftung Deutsche Leukämie-& Lymphom-Hilfe mit zahlreichen Projekten für Blutkrebspatienten in ganz Deutschland ein. Jetzt hat die Stiftung mit **Hannes Hoch**, unter anderem Moderator bei Antenne Bayern, erstmals einen Schirmherrn gewonnen. „Als die Stiftung mich auf die Schirmherrschaft ansprach, musste ich direkt an meinen Freund denken, der an Krebs erkrankt ist. Es stand für mich daher außer Frage, dass ich der Stiftung mit meinem Netzwerk und meinem Engagement helfen möchte", so der Moderator.

PR-Verband bestellt neue Generalsekretärin

Ab 1. Juli wird **Angelika Rädler** neue Generalsekretärin des Public-Relations-Verband Austria (PRVA). Die erfahrene PR-Expertin bringt umfassendes Kommunikations-Know-how und langjährige Berufserfahrung mit. Sie zeichnete in den vergangenen sieben Jahren für die Unternehmenskommunikation der Oesterreichischen Entwicklungsbank (OeEB) verantwortlich und war unter anderem als Pressesprecherin für Care Österreich und Amnesty International tätig. Außerdem ist sie Mitglied im PR-Ethikrat.

Fundraising-Jobs online finden

Auf der Website *fundraiser-magazin.de* finden Sie aktuelle Stellenangebote rund um den Bereich Fundraising. Schauen Sie doch gleich mal rein!

Neuaufstellung für Stiftung Rechnen

Die Stiftung Rechnen hat ihre Gremienstruktur zum April 2018 neu aufgestellt. **Claudia Abjörnson** tritt als Geschäftsführender Vorstand der Stiftung Rechnen die Nachfolge von Johannes Friedemann an, der die Stiftung 2009 mit gegründet und sein Mandat zum März 2018 niedergelegt hat. Als Stiftungsmanagerin hat Claudia Abjörnson bereits in den vergangenen Jahren die Geschicke der Stiftung Rechnen entscheidend gelenkt.

Leitung der KiBa

Seit Januar 2018 leitet Dr. **Catharina Hasenclever** die Geschäftsstelle der Stiftung zur Bewahrung kirchlicher Baudenkmäler in Deutschland (Stiftung KiBa) in Hannover. Sie studierte Kunstgeschichte, Klassische Archäologie und Philosophie in Köln, Paris und Marburg. Ihre Dissertation „Gotisches Mittelalter und Gottesgnadentum in den Zeichnungen Friedrich Wilhelms IV. – Herrschaftslegitimation zwischen Revolution und Restauration“ schrieb sie an der Freien Universität Berlin.

Neuer Kapitän bei Arche Noah

Markus Amann hat die Geschäftsführung des Vereins für Kulturpflanzenvielfalt Arche Noah übernommen. „Wir freuen uns, dass mit Markus Amann ein ausgezeichneter Natur- und Gartenfachmann unser engagiertes Team als Geschäftsführer verstärken wird. Er gilt auch als nationaler und internationaler Kommunikations- und Netzwerkexperte und kann auf eine langjährige und erfolgreiche Projektmanagementtätigkeit verweisen“, betont Christian Schrefel als Vorstandsvorsitzender des Vereins Arche Noah.

Wechsel zum Tierschutz beider Basel

Seit 2013 ist **Diana Bevilacqua** bereits Botschafterin des „Tierschutz beider Basel“ und verfügt als solche über einen hohen Grad an Identifikation mit dem Engagement für Tiere. Seit Anfang Mai ist sie auch in Sachen Fundraising und Marketing-Kommunikation für die Organisation tätig. Die heute noch erfolgreich auf Telebasel laufende und im TbB-Tierheim aufgenommene Sendung „Plätzli gsuecht“ wurde von Diana Bevilacqua konzipiert.

Neu bei proFonds

Sebastian Rieger ergänzt seit Januar 2018 die proFonds-Geschäftsstelle, dem Dachverband der gemeinnützigen Stiftungen der Schweiz. Er ist Anwalt mit Schwerpunkt unter anderem im Bereich Stiftungen und NPO. Er betreut den Bereich „Recht und Steuern“ und leitet den Arbeitskreis „Recht und Finanzen“. Er hat an der Universität Basel Recht studiert und war unter anderem für das Zivilgericht des Kantons Basel-Stadt tätig.

Haben Sie Neuigkeiten?

Sie haben eine neue Aufgabe übernommen oder begrüßen eine **neue Kollegin** oder einen **neuen Kollegen** in Ihrem Team? Lassen Sie es uns wissen! Wer, woher, wohin? Das interessiert unsere Leser und die gesamte Branche. Schicken Sie uns Ihre personellen Neuigkeiten inklusive eines druckfähigen Fotos an koepfe@fundraiser-magazin.de.

vanacken
Fundraising

Fundraising-Mix

Das Erfolgs-Rezept:

- Ihre Zielgruppe finden
- Das richtige Spendenthema auswählen
- Programme und Instrumente gut mixen
- Eine Prise Emotionen hinzufügen
- Die Beziehung zu den Spendern genießen

Vereinbaren Sie ein kostenloses Beratungsgespräch.

van Acken – mehr als nur eine Agentur:

- Fundraising seit 1970
- Erfolgskonzepte für kleine und große Organisationen
- Flexibilität ohne vertragliche Bindung
- Sofort starten und das Know-how eines großen Teams nutzen

Begleitung und Umsetzung durch Profis.

van Acken Fundraising GmbH
Magdeburger Straße 5, 47800 Krefeld
Telefon: 021 51 / 44 00-0, Fax: 021 51 / 44 00-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

Digitaler Netzwerker

Neues Online-Portal „Focus Meeting +“ als Speed-Meeting-Tool für Veranstaltungen

Möglichst viele gute Kontakte innerhalb kürzester Zeit knüpfen – das ist die Hauptmotivation für Messebesuche und Branchentreffen. Doch oft steht die Kombination aus Zeitmangel, Reizüberflutung und Orientierungslosigkeit diesem Wunschszenario im Weg. „Focus Meeting +“ ist eine browserbasierte Plattform, welche die Firma Kutzner Prozessoptimierung speziell für Verbände mit Netzwerkcharakter entwickelt hat. Die Software gibt bereits vor Beginn einer Veranstaltung den Überblick über alle Teilnehmenden. Dabei lädt der Veranstalter seine Community, Partner oder Mitglieder via Mail oder Newsletter dazu ein, an sogenannten Mini-Meetings teilzunehmen. Zu einem festgelegten Zeitpunkt erhalten dann alle ihre Login-Daten. Sie haben so die Möglichkeit, Treffen mit anderen Teilnehmern anzufragen, eingegangene Anfragen zu akzeptieren, abzulehnen, Timeslots zu blocken und sich anschließend ihren persönlichen Zeitplan herunterzuladen.

▶ kutzner-beratung.com

Kurzgefasst …

Kai Fischer wieder solo

Dr. Kai Fischer leitet die Firma „Mission-Based Consulting“ wieder allein. Der beliebte Newsletter bleibt in gewohnter Qualität bestehen und versorgt seine Leserinnen und Leser künftig schon montags mit aktuellen Themen rund ums Fundraising.

▶ www.mission-based.de

Internationale Dachmarke für Handicap International

Seit 35 Jahren setzt sich Handicap International weltweit für schutzbedürftige Menschen ein. Um die internationale Ausrichtung und Bandbreite der Tätigkeitsfelder besser sichtbar zu machen, wurde die Dachmarke „humanity & inclusion“ geschaffen. Ihr Logo ein Piktogramm einer Hand mit den Buchstaben H und I.

▶ www.handicap-international.de

Charity-Spenden vom Dresdner Opernball

Die Spendensumme aus dem Losverkauf der Benefiz-Tombola beim 13. Semper-Opernball in Dresden steht nun fest: 21 615 Euro wurden an dem Abend zugunsten von Unicef gesammelt. Unicef-Botschafter Hardy Krüger Jr. und die ehrenamtlichen Mitarbeiter der Unicef-Arbeitsgruppe Dresden waren dafür die ganze Nacht im Einsatz. Das Geld wird für das Projekt „Schulen für Afrika“ verwendet.

▶ www.dresden.unicef.de

Lautsprecher für Hörfilme

Die Firma „Lautsprecher-Teufel“ unterstützt das Spendenprojekt „Um Filme zu lieben, muss man sie nicht sehen“ des Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverbandes. Hörfilme ermöglichen es blinden und sehbehinderten Menschen, Filme als Ganzes wahrzunehmen und zu genießen. Die Streifen sind mit einer Audiodeskription versehen, die in knappen Worten zentrale Elemente der Handlung sowie Gestik, Mimik und Dekor beschreibt. Die Sequenzen werden in den Dialogpausen eingesprochen.

▶ www.teufel.de ▶ www.dbsv.org

Kaufland kooperiert mit Naturpark-Verband

Die Lebensmittel-Einzelhandelskette Kaufland feiert ihr 50-jähriges Jubiläum und hat zu diesem Anlass ein Projekt gemeinsam mit dem Verband Deutscher Naturparke initiiert: Während einer Aktionswoche im Februar spendete das Unternehmen für jedes verkaufte regionale Produkt zehn Cent. Der Spendenerlös von 250 000 Euro ermöglicht 50 Schulklassen eine zweitägige Klassenfahrt in einen der über 100 Naturparke in Deutschland.

▶ www.kaufland.de ▶ www.naturparke.de

Zum 50. Geburtstag der Schweizer Stiftung „Denk an mich" hat die Agentur Spinas Civil Voices eine Werbe- und Fundraisingkampagne kreiert. Als die Stiftung im Jahr 1968 ins Leben gerufen wurde, ahnte noch niemand, dass dies der Anfang einer tatsächlichen Erfolgsgeschichte sein würde. Denn der einstige Spendenaufruf auf Radio DRS (dem früheren Radio Beromünster) war eigentlich nur als einmalige Aktion gedacht. Seither engagiert sich „Denk an mich" für Menschen mit Behinderung unter anderem in den Bereichen Ferien und Freizeit. Mit dem gespendeten Geld werden zum Beispiel Sommerlager, Mitmach-Zirkusse oder hindernisfreie Spielplätze unterstützt. Die aktuelle Kampagne zeigt Portraits, die auf ästhetische wie irritierende Art Spender und Betroffene vereinen.

▶ www.denkanmich.ch

Advertorial

marketwing-Kunden profitieren von neuer Benchmark-Studie

Fast fünf Millionen hochqualifizierte, mit umfangreichen Verhaltensanalyse- und Profilinformationen versehene Spenderadressen bilden die Basis für eine neue Benchmark-Studie, die der Fundraising-Dienstleister marketwing erarbeitet hat.

„Die Ergebnisanalysen und Kennzahlen liefern wertvolle Informationen, um die richtigen Weichen für zukunftsweisende Fundraising-Strategien zu stellen", erklärt die Projektverantwortliche Rona Lönnecke-Busch. Die Social-Marketing-Experten von marketwing haben 13 Non-Profit-Organisationen mit unterschiedlichen Inhalten, Rahmenbedingungen, Zielrichtungen, Bekanntheitsgrad und Größe miteinander verglichen. Trotz der Heterogenität der Organisationen kommt die Studie zu überraschend vergleichbaren Zielgrößen.

Nur eines von vielen Ergebnissen: Der Anteil der sogenannten „Termin-Spender", die immer zum gleichen Zeitpunkt spenden (z. B. Weihnachten), liegt gerade einmal bei 1 bis 2 Prozent. Diese engagieren sich darüber hinaus jedoch im Schnitt 2 bis 3 weitere Mal im Jahr mit einer finanziellen Zuwendung.

Dass das Verhalten von Neuspendern erst nach 7 bis 8 Kontakten als wirklich nachhaltig bezeichnet werden kann, deckt sich mit Zahlen aus dem kommerziellen Bereich. Auch die Tatsache, dass EZE-Spender zu den besten und spendenfreudigsten Gruppen zählen, die mindestens 40 bis 60 Prozent der Jahressumme zusätzlich spenden, kann die Studie beweisen. Vorausgesetzt, dass die Organisation ihnen die Chance dazu gibt.

Untersucht wurde auch der Anteil von EZE-, Mehrfach-, Einmal- und Großspendern, bezogen auf Spender der vergangenen 0 bis 12 Monate und (wichtiger) die gesamte Houselist. Hier kann man ablesen, wie loyal und überzeugt Förderer sind.

Eine weitere Erkenntnis: Sogenannte „Altspender" haben viel mehr Potenzial, als viele vermuten. In dieser Schatzkiste schlummern mitunter sogar zahlreiche Großspender!

„Die Untersuchung liefert unseren Kunden wertvolle Erkenntnisse, weil der Vergleich mit anderen Organisationen hilft, die eigene historische Entwicklung zu analysieren, die Ist-Situation zu überprüfen und Kerngrößen sowie zukünftige Strategien zu entwickeln", erklärt Rona Lönnecke-Busch. Wer mehr über die Fundraising-Benchmark-Studie wissen möchte, ist herzlich eingeladen, mit marketwing in Kontakt zu treten. „Wir freuen uns über jeden Austausch."

PLZ-BEREICH 0

Mit unserem
Know-how
finden auch Sie
Spender und
Sponsoren!

€ SPENDENAGENTUR

Spendenagentur
Fundraising | Marketing | Public Relations
Die Spendenagentur hilft bei der Gründung der Organisation und dem Aufbau des Fundraisings, unterstützt Sie bei der konzeptionellen Arbeit, bildet Ihr Personal oder Ihre ehrenamtlichen Fundraiser weiter und organisiert Ihre Fundraising-Events. Vereinbaren Sie einfach ein kostenfreies Beratungsgespräch.

Altlockwitz 19 · 01257 Dresden
Telefon: +49 (0)351 87627-60
Telefax: +49 (0)351 87627-79
kontakt@spendenagentur.de
www.spendenagentur.de

MediaVista KG
Sprechen Sie Klartext!
Treffen Sie den richtigen Ton!
Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie immer richtig verstehen.
Wir unterstützen Sie dabei.
www.mediavista.de

MediaVista KG
Agentur für Medien, Public Relations & Werbung
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Spendenbriefe richtig schreiben
- Sponsoren erfolgreich ansprechen
- Corporate Design
- Entwicklung Ihres Leitbildes
- Ganzheitliche Kommunikation
- Zeitschriften, Newsletter, Internet

Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie richtig verstehen.

Altlockwitz 19 · 01257 Dresden
Telefon: +49 (0)351 87627-10
Telefax: +49 (0)351 87627-99
kontakt@mediavista.de
www.mediavista.de

PLZ-BEREICH 1

direct. Gesellschaft für Direktmarketing mbH
Die Direktmarketing-Agentur mit eigenem Lettershop. Speziell für NPO: Mailings zur Spenderbindung, Upgrading, Reaktivierung inaktiver Spender, Neuspendermailings, Versand von Zuwendungsbestätigungen, Förderzeitung
- Konzept und Idee
- Adressen
- EDV-Service
- Druck
- Personalisierung
- Bildpersonalisierung
- Handschriften
- Lettershop
- Fulfillment

Sie finden uns außerdem in Hamburg und Köln.

Kurfürstendamm 171-172 · 10707 Berlin
Telefon: +49 (0)30 8871740
Telefax: +49 (0)30 88717422
direct.berlin@directpunkt.de
www.directpunkt.de

Institut für Kommunikation in sozialen Medien
ikosom UG
ikosom forscht seit 5 Jahren zum Thema Crowdfunding, hat zahlreiche Studien zu dem Thema herausgebracht und viele Unternehmen, Projekte, NGOs und politische Organisationen bei Crowdfunding-Kampagnen beraten. Ebenso sind wir vertreten im European Crowdfunding Stakeholder Forum in Brüssel und gründeten das German Crowdfunding Network.

Karl-Liebknecht-Straße 34 · 10178 Berlin
Telefon: +49 (0)1512 5369083
crowd@ikosom.de
http://crowd.ikosom.de

Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin GmbH
„Wir sprechen mit Erfahrung"
Seit über 10 Jahren telefonieren wir ausschließlich für NGOs und bieten
- Beratung zum Auf- und Ausbau von Telefon-Fundraisingmaßnahmen.
- Durchführung von Telefonkampagnen (Outbound- und Inbound)
- Beratung zum Aufbau eigener „Telefon-Lösungen"
- Seminare/Schulungen für haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter

Boxhagener Straße 119 · 10245 Berlin
Telefon: +49 (0)30 232553000
Telefax: +49 (0)30 232553020
berlin@spendenhilfsdienst.de
www.spendenhilfsdienst.de

Hahn Kommunikation & Fundraising
Geldauflagenmarketing, Direktmarketing, Fundraisingberatung
Gemeinsam Potentiale entdecken!
Geldauflagenmarketing
- Adressvermietung
- Administration
- Produktion
- Konzept

Direktmarketing
- Ausschreibungen
- Abwicklung / Produktion / Kreation
- Mailingstrategie

Fundraisingberatung
- Prozesse / Strukturen
- Instrumente
- Strategische Planung

Rodenbergstraße 17 · 10439 Berlin
Telefon: +49 (0)160 5029484
hahn-kuf@posteo.de
www.hahn-kuf.de

FRC Spenden Manufaktur GmbH
Die FRC Spenden Manufaktur bietet hochwertige telefonische Spendenwerbung für gemeinnützige Organisationen an. Unser Angebot umfasst alle Aspekte der Spenderbetreuung, Reaktivierung, Dauerspendergewinnung und Spendenerhöhung. Unsere maßgeschneiderten Kampagnen bieten eine optimale Kostenkontrolle bei vollständiger Transparenz und Erfolgsgarantie.

Alt-Moabit 89 · 10559 Berlin
Telefon: +49 (0)30 23329117
Telefax: +49 (0)30 22908877
h.menze@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.de

ANF Agentur für Nachlass-Fundraising GmbH
- Datenbank-Analysen, Spenderprofile
- Identifikation neuer Testamentspender
- Strategie, Konzeption
- Beziehungsaufbau und -pflege – postalisch, telefonisch, persönlich
- Broschüren, Newsletter, Webpräsenzen
- Sparring rund um Veranstaltungen
- Vermittlung eines Kooperationspartners für Nachlass-Abwicklung
- Herausgeber von Regionalverzeichnissen

Wir beraten und unterstützen Sie gerne – mit Herz, Verstand und Feingefühl!

Fuggerstraße 35 · 10777 Berlin
Telefon: +49 (0)151 61367573
info@nachlass-fundraising.de
www.nachlass-fundraising.de

probono berlin GmbH
probono berlin unterstützt Akteure des gesellschaftlichen Wandels – gemeinnützige Organisationen und Unternehmen, die sich zum Wohle der Gesellschaft engagieren.
Wir kommunizieren gesellschaftliche Themen und beraten in den Bereichen Fundraising-Strategie, Organisationsentwicklung, Markenkommunikation und CSR.

Adlergestell 129 · 12439 Berlin
Telefon: +49 (0)30 67805000
Telefax: +49 (0)30 6780500-10
www.probono-berlin.de
info@probono-berlin.de
blog.probono-berlin.de

IBV Informatik GmbH
Die NPO/NGO Applikation iInfo bildet Ihre Geschäftsprozesse im Bereich Adressen, Dokumente, Fundraising, Handel, Marketing, Projekte, Spenden, Finanzen vollständig ab.
Mit auf Ihre Bedürfnisse abgestimmten Dienstleistungen werden standardisierte Prozesse implementiert und individuelle Anforderungen definiert und umgesetzt.

Brandenburgische Straße 10 · 10713 Berlin
Telefon: +49 (30) 577076850
Telefax: +49 (30) 577076859
marketing@ibv.eu
www.ibv-solutions.com/de

RaiseNow GmbH
RaiseNow ist ein führender Anbieter von Online-Fundraising-Lösungen. Unser Fokus liegt auf „white label" Online-Fundraising-Tools, die von Organisationen und Spender/innen einfach anzuwenden sind. Von Online-Spenden über Payment-Prozesse hin zu Peer-to-Peer und Employee Giving – alles fügt sich in die bestehende Fundraising-Infrastruktur ein.

Schlesische Straße 12 · 10997 Berlin
Telefon: +49 (0)30 55571730
berlin@raisenow.com
www.raisenow.com

AKB Fundraisingberatung
Arne Kasten
Passgenaues Fundraisingmanagement
Strategische Planung, integriertes Fundraising, Planungssupervison, Budgetplanung, Controlling, Qualitätsprüfung, Individualisierte Methodenentwicklung, Potentialanalysen, Konzeptentwicklung, Reorganisation von Fundraising-Strukturen, Optimierung der Spendenverwaltung

Rohrbachstraße 11 · 12307 Berlin
Telefon: +49 (0)30 70782840
Telefax: +49 (0)30 70073299
info@akb-fundraising.de
www.akb-fundraising.de

GRÜN spendino
Ihr Partner für Online-Fundraising, Social Media- und SMS-Fundraising. Mehr Spenden! Weniger Arbeit.
Spendenlösungen:
- Spendenbutton, Spendenformular, Spendenwidget, Hilfeleiste, Facebook App
- SMS-Spenden
- Spendenverwaltung, Statistiken, Spendenbelege, Datenaustausch
- Dauerspenden, Bezahlverfahren, Sicherheit
- E-Mailing-Tool

Mehr Spenden! Weniger Arbeit:
Online-Fundraising mit spendino beinhaltet: Spender gewinnen, Daten einfach verwalten und somit mehr Zeit für die gemeinnützige Arbeit. Für jeden Euro spendino-Kosten erhalten Organisationen im Schnitt 11,50 Euro Spenden.
Zuverlässig:
10 Spenden in der Sekunde, 300.000 Euro an einem Tag, 14 Millionen Seitenaufrufe pro Stunde. spendino ist einfach verlässlich.
Kostenlose Beratung: 0800/0044533

Liebenwalder Straße 11 · 13347 Berlin
Telefon: +49 (0)800 0044533
Telefax: +49 (0)30 45025657
info@spendino.de
www.gruen.net/spendino

twingle GmbH
Mit twingle gelingt Ihr Online-Fundraising! Denn twingle ist die Spendenlösung, die Spenden endlich einfach macht – ob auf der eigenen Webseite, mobil auf dem Smartphone oder direkt vor Ort. Starten Sie jetzt: Ohne Grundgebühr, ohne Einrichtungskosten – und mit persönlicher Betreuung.

Prinzenallee 74 · 13357 Berlin
Telefon: +49 (0)30 98323775
info@twingle.de
www.twingle.de

emcra GmbH – Europa aktiv nutzen
emcra ist eines der führenden Weiterbildungs- und Beratungsunternehmen rund um europäische und nationale Fördermittel.
- Zertifizierte Weiterbildungen für erfolgreiche EU-Antragstellung (Förderung möglich)
- Beratung für NGOs/Sozialwirtschaft, Unternehmen, öffentlicher Sektor
- Umfangreiche Expertise im europäischen Projekt- und Finanzmanagement

Hohenzollerndamm 152 · 14199 Berlin
Telefon: +49 (0)30 31801330
Telefax: +49 (0)30 31801369
info@emcra.eu
www. emcra.eu

PLZ-BEREICH 2

Bauer Vertriebs KG
BAUER POSTAL NETWORK
BPN ist der Post- und Logistikspezialist für die Zustellung von Presse- und Dialogpost mit eigener Zustellstruktur. BPN befördert jedes Jahr mehr als 140 Mio. Sendungen für namhafte Kunden. Persönlich, preiswert und planungssicher.
- eigenes Zustellnetzwerk
- planbare, taggenaue Zustellung
- persönliche Beratung
- Formatfreiheit für Dialogpost
- bis zu 30 % Portoersparnis

Meßberg 1 · 20086 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 30198040
Telefax: +49 (0)40 30191414
info@bauer-postal-network.de
www.bauer-postal-network.de

PP Business Protection GmbH
Versicherungsmakler für beratende Berufe und Mangement, ein Unternehmen der Ecclesia-Gruppe
PP Business Protection GmbH Ihr Spezialberater für Versicherungen des Managements
- D&O Versicherung
- Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung
- Rahmenvertrag für Stiftungen (Bundesverband dt. Stiftungen), Verbände (DGVM)
- Spezial-Strafrechtsschutz-Versicherung
- Vertrauensschaden-Versicherung
- Anstellungsvertragsrechtschutz-Versicherung

Tesdorpfstraße 22 · 20148 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 413453210
Telefax: +49 (0)40 413453216
ppb@pp-business.de
www.pp-business.de

direct. Gesellschaft für Direktmarketing mbH
Die Direktmarketing-Agentur mit eigenem Lettershop. Speziell für NPO: Mailings zur Spenderbindung, Upgrading, Reaktivierung inaktiver Spender, Neuspendermailings, Versand von Zuwendungsbestätigungen, Förderzeitung
- Konzept und Idee
- Adressen
- EDV-Service
- Druck
- Personalisierung
- Bildpersonalisierung
- Handschriften
- Lettershop
- Fulfillment

Sie finden uns außerdem in Berlin und Köln.

Ausschläger Allee 178 · 20539 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 2378600
Telefax: +49 (0)40 23786060
service@directpunkt.de
www.directpunkt.de

hello. die Dialog Agentur

hello steht für Kreativität mit Substanz. Mit mehr als 12 Jahren Berufserfahrung schaffen wir Content und öffnen Türen zu Ihren Zielgruppen. Dabei nutzen wir alle möglichen Kanäle, auf denen Ihre Inhalte geliked, geteilt oder kommentiert werden. Mit hello wird Ihre Organisation sichtbar und gewinnt Fans, Follower sowie neue Spenderinnen und Spender.

Thedestraße 13 – 17 · 20767 Hamburg
Telefon/Fax: +49 (0)40 41306156
hello@hellohello.de
www.helloprobono.de

stehli software dataworks GmbH
Die Komplettlösung für Fundraiser

- Druckfertige Mailingaufbereitung Von Postadress über DataQuality – Datenverarbeitung mit unserer MasterIT
- Business Intelligence mit dem FundraiseAnalyser Wirtschaftliche Betrachtung und Analysen aller Ihrer Aktivitäten
- Spendenverwaltung mit FundraisePlus NG Entweder als „Do it yourself"-Variante oder als „Rundum sorglos"-Paket
- Wealth Overlay – Großspenderpotenzialanalyse Wir helfen Ihnen, Ihre Großspender zu identifizieren

Kaiserstraße 18 · 25524 Itzehoe
Telefon: +49 (0)4821 9502-0
Telefax: +49 (0)4821 9502-25
info@stehli.de · www.stehli.de

Koopmanndruck GmbH

Wie generieren Sie Ihre Spender? Mit unserem kreativen Endlosdruck schaffen wir Ihnen die ideale Kombination zwischen einem Brief/Zahlschein und einem Give away oder Gimmick. Über die Standards hinaus, bieten wir eine Weiterverarbeitung mit Laminaten, Magnetfolien und Haftmaterial an. Im Handumdrehen sind Namensetiketten oder z.B. eine Patenkarte in Ihrem Brief/Zahlschein integriert. Überzeugen Sie sich selbst.

Lise-Meitner-Straße 3 · 28816 Stuhr
Telefon: +49 (0)421 56905-0
Telefax: +49 (0)421 5690-55
info@koopmann.de
www.koopmann.de

neolo fundraising GmbH

Effektives Geldauflagen-Marketing: Wir halten die Kosten niedrig und erhöhen damit Ihren Ertrag. Wir bieten Full-Service vom Mailing über die Verwaltung bis zu Bindungsmaßnahmen und der Evaluation Ihrer Geldauflagen.
Profitieren Sie auch von einer passgenauen Fundraising-Strategie und unserer jahrelangen Erfahrung in der Antragstellung.

Burgstraße 3 a · 29342 Wienhausen
Telefon: +49 (0)5082 2193280
Telefax: +49 (0)5082 2193281
mail@neolo.de
www.neolo.de

Ihr Unternehmen
fehlt hier noch?
Gleich eintragen unter:
fundraising-dienstleister.de

PLZ-BEREICH 3

adfinitas GmbH

Strategische Fundraisingberatung
Internationale Fundraisingprogramme mit europaweiter Präsenz
Kreation & Text & Grafik & Produktion
Full Service Direct Mail Fundraising
Online Fundraising
Zielgruppenberatung
Spender-Upgrading & Dauerspendergewinnung
Großspender- & Erbschaftsmarketing

Theaterstraße 15 · 30159 Hannover
Telefon: +49 (0)511 524873-0
Telefax: +49 (0)511 524873-20
info@adfinitas.de
www.adfinitas.de

marketwing GmbH

Mit modernsten Fundraising-Systemen stellt marketwing den Kontakt zu Spendern her. Als Fullservice-Partner verfügen wir über jahrzehntelange Fundraising-Erfahrung und Know-how. Unser Leistungsspektrum umfasst die Gewinnung und Betreuung von Spendern, Kreation, Zielgruppen-Management, Datenbank-Dienstleistungen, EDV-Services, Produktion und Versand.

Steinriede 5 a · 30827 Garbsen
Telefon: +49 (0)5131 45225-0
Telefax: +49 (0)5131 45225-20
info@marketwing.de
www.marketwing.de

KomServ GmbH

KomServ bietet professionelle Mitgliederverwaltung für Non-Profit-Organisationen, damit sich gemeinnützige Organisationen noch besser ihren eigentlichen Aufgaben widmen können!
Mit professionell gemanagten Daten verbessern Sie den Kontakt zu Ihren Förderern. Die Folge sind weniger Austritte, höhere Einnahmen und eine bessere Kommunikation.

Raiffeisenstraße 2 · 30938 Burgwedel
Telefon: +49 (0)5139 402-300
Telefax: +49 (0)5139 402-333
info@komserv-gmbh.de
www.komserv-gmbh.de

service94 GmbH

Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984:

- Promotion und Öffentlichkeitsarbeit an Informationsständen
- Mitgliederwerbung

Leistungen außerhalb des Fundraisings:

- Mitgliederverwaltung
- Call-Center
- Mailings
- Pressearbeit

Zu unseren Kunden gehören bundesweit namhafte Vereine und Verbände.

Raiffeisenstraße 2 · 30938 Burgwedel
Telefon: +49 (0)5139 402-0
Telefax: +49 (0)5139 402-111
info@service94.de
www.service94.de

AZ fundraising services GmbH & Co. KG

Über 25 Jahre Fundraising-Erfahrung:

- Psychografische Spenderanalyse
- Themenaffine Zielgruppenadressen
- Zuverlässige Datenpflege
- Spendenaffines Online-Marketing
- Partnerschaftliches Kooperationsmarketing
- Effiziente Werbemittelproduktion

DDV-Qualitätssiegel für Datenverarbeitung, Adressverlag und Listbroking.

Carl-Bertelsmann-Straße 161 S · 33311 Gütersloh
Telefon: +49 (0)5241 802864
Telefax: +49 (0)5241 806094
dirk.langnau@bertelsmann.de
www.az-fundraising.com

Sievert Druck & Service GmbH

Wir unterstützen NPOs und NGOs deutschlandweit bei der Generierung von Spenden durch:

- Konzeptentwicklung und Beratung
- Adressselektion und -optimierung
- Portooptimierung
- Druck, Personalisierung und Postauflieferung von Mailings und Spenderzeitungen; klassisch und handschriftlich
- Workshops und Seminare

Potsdamer Straße 220 · 33719 Bielefeld
Telefon: +49 (0)521 557359-0
Telefax: +49 (0)521 557359-99
info@druck-u-service.de
www.druck-u-service.de

PLZ-BEREICH 4

oneFIT NGO
EC Consulting GmbH

- Adressmanagement
- Kampagnenplanung
- Buchhaltungs- und Zahlungsmanagement
- Analyse-Tools
- Bußgeldmanagement
- Veranstaltungsmanagement
- Services & Dienstleistungen rund ums Fundraising

Mit oneFIT NGO besitzen gemeinnützige Organisationen und Spendenorganisationen eine innovative Softwarelösung für den kompletten administrativen Bereich

Meerbuscher Straße 64 – 78 · 40670 Meerbusch
Telefon: +49 (0)2159 81532-0
Telefax: +49 (0)2159 81532-29
beratung@ngosoftware.de
www.ngosoftware.de

microm
Micromarketing-Systeme und Consult GmbH

Microm ist einer der führenden Spezialisten für Consumer Marketing. Auch der Erfolg von Spendenaktionen ist immer vom Erfolg des Marketings abhängig. Deshalb gehören dialogstarke Werbeinstrumente zum Alltag der Fundraiser. Entdecken Sie mit uns die Möglichkeiten der Spenderbindung und -rückgewinnung und finden Sie die Top-Spender von morgen!

Hellersbergstraße 11 · 41460 Neuss
Telefon: +49 (0)2131 109701
Telefax: +49 (0)2131 109777
info@microm-online.de
www.microm-online.de

DONUM Zuwendungsverwaltung
Rüdiger Fresemann

Mit diesem Zuwendungsprogramm können Sie ohne große Vorkenntnisse und nach einer kurzen Einarbeitung alle Spenden sachgerecht verwalten. Alle Bildschirmmasken sind einfach aufgebaut und ermöglichen auch dem Laien eine schnelle und sichere Anwendung. Durch Zusatzmodule (z. B. Fundraising) erweiterbar. Kostenlose Demo auf der Homepage.

Im Johannistal 3 · 42119 Wuppertal
Telefon: +49 (0)202 8506671
Telefax: +49 (0)202 4265042
postfach@spendenprogramm.de
www.spendenprogramm.de

OPTIGEM GmbH
Softwarelösungen für Vereine, Stiftungen und gemeinnützige Werke

OPTIGEM Win-Finanz, unser zentrales Produkt, vereinigt viele Aufgaben in nur einer integrierten Softwarelösung: von der Adresse bis zur Zuwendungsbestätigung und von der einfachen Projektverwaltung bis zur kompletten Buchhaltung. Win-Finanz bringt Daten ohne Medienbrüche in Verbindung – mit wenigen Klicks. Testen Sie uns doch einfach kostenlos!

Postfach 102911 · 44029 Dortmund
Telefon: +49 (0)231 1829 3-0
Telefax: +49 (0)231 1829 3-15
info@optigem.com
www.optigem.com

Benefit Informationssysteme AG

OpenHearts unterstützt alle zentralenAbläufe großer und kleiner Non-Profit-Organisationen einfach und effizient. Unsere Kunden schätzen neben dem umfassenden Funktionsumfang unserer Standardsoftware besonders das gute Preis-Leistungs-Verhältnis und den kompetenten und freundlichen Service unserer Hotline.
Zu unseren Anwendern gehören namhafte Verbände, Vereine und Stiftungen aus Tier- und Umweltschutz, Förderung von Kindern und Familie, Entwicklungshilfe, kirchlichem Umfeld sowie Hospize und Krankenhäuser, Universitäten und andere Bildungseinrichtungen.

Wasserstraße 3–7 · 45468 Mülheim an der Ruhr
Telefon: +49 (0)208 30193-0
Telefax: +49 (0)208 30193-49
info@benefit.de
www.benefit.de

caretelligence Media Monitoring GmbH
Media Monitoring für den Nonprofit-Sektor

caretelligence hilft Ihnen, das Internet besser zu verstehen und strategisch einzusetzen.

- tagesaktuelle Analyse Ihrer Organisation im Netz
- Krisenvorerkennung durch rechtzeitige Alarmierung
- Finden von neuen Themen, Spendern und Personal
- Beobachtung Ihrer Wettbewerber
- Entwicklung von Strategie

Bergerstraße 19 · 45470 Mülheim an der Ruhr
Telefon: +49 (0)1511 9669932
info@caretelligence.de
www.caretelligence.de

Maik Meid Content Fundraising
Digitale Inhalte für Nonprofits

Fundraising-Beratung und Ideen zur digitalen Kommunikation. Aus dem Ruhrgebiet und mit über 20-jähriger Erfahrung in der Sozialwirtschaft.

- Strategien für digitale Kommunikation und Online-Fundraising
- digitale Recruiting Konzepte für soziale Träger
- Nonprofit-Fotografie und Podcast-Produktion
- Fundraising-Aufbau und Entwicklung in regionalen Organisationen

Bruchstraße 43 · 45525 Hattingen
Telefon: +49 (0)1511 9669932
info@fundraisingnetz.de
https://fundraisingnetz.de

eliteONE®

- Großspenderpotentialanalysen
- Projektmanagement
- Internationale Adress-Database
- Neuspender-Adressen
- Marketing & Konzeption
- Spenderreaktivierung
- Fundraising

Fuldastraße 25 · 47051 Duisburg
Karl Heinrich Hoogeveen
Telefon: +49 (0)1511 8422199
info@eliteone.de · www.eliteone.de

Ansprechpartner Österreich
Mag. Georg Duit, Wien
Telefon: +43 (0)676 7710707
georg.duit@fundoffice.at · www.fundoffice.at

Ansprechpartner Schweiz
Andreas J. Cueni, Basel
Telefon: +41 (0)79 6615794
andicueni@bluwin.ch · www.andicueni.ch

Fundraising und System
Analysen Software Beratung
„Du verstehst unsere Sprache" – Dolmetscherin zwischen NPO und Software
- Unabhängige Beratung zu Fundraising-Software
- Analyse von Spendendaten
- Seminare Database-Fundraising und Fundraising-Kennzahlen
- Unterstützung für neues SEPA-Lastschriftverfahren
- Informationen zur Potenzialberatung NRW (Fördermittel für Beratungsprozesse)

Doris Kunstdorff
Hermann-Löns-Straße 137 · 47199 Duisburg
Telefax: +49 (0)3222 9823430
kunstdorff@fundraising-und-system.de
www.fundraising-und-system.de

van Acken Fundraising GmbH
Dienstleistung im Fundraising seit 1975
Wir bieten:
- Strategie (Markforschung, Konzeptentwicklung, Adressauswahl, Erfolgskontrolle)
- Projektmanagement (Beratung, Koordination, Terminplanung, Etatüberwachung)
- Produktion (Druck, Personalisierung, Lettershop, Postversand)
- Print- und Außenwerbung
- Direktkommunikation (Mailings, Beilagen, telefonische Spenderbetreuung)
- Markenbildung
- Internet (Online-Marketing, Social Media)

Magdeburger Straße 5 · 47800 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 4400-0
Telefax: +49 (0)2151 4400-55
info@van-acken.de
www.van-acken.de

GOB Software & Systeme
GOB ist weltweit einer der größten Microsoft Partner im Non-Profit-Sektor und Marktführer von Fundraising-Software in Deutschland. Mit über 250 Mitarbeitern unterstützen wir Sie mit ausgezeichnetem Beratungs-Know-how und Support bei der erfolgreichen Implementierung Ihres Software-Projektes.

Europark Fichtenhain A5 · 47807 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 349-3000
Telefax: +49 (0)2151 349-1120
info@gob.de
www.gob.de

Conversio Institut
Fundraising-Management + Organisationsentwicklung
Wir beraten Sie auf dem Weg, Spenderbeziehungen zu verankern und Fundraising zu einer stabilen Säule in der Finanzierung Ihrer Organisation zu machen. Außerdem bieten wir
- Coaching (Einzel + Team)
- Seminare, Trainings
- Fundraising-Forschung
- kompetente Beratung
- strategische Positionierung
- Befragungen (SpenderInnen, MitarbeiterInnen, etc.)

Wildstraße 9 · 47057 Duisburg
Telefon: +49 (0)203 485777-0
Telefax: +49 (0)203 485777-19
info@conversio-institut.de
www.conversio-institut.de

HP-FundConsult –
Brücke zwischen Profit und Non-Profit
Partner und Bindeglied zwischen gemeinnützigen Organisationen, Wirtschaftsunternehmen und Privatpersonen
Kompetenter Partner bei Fundraising- und CSR-Prozessen für Non-Profit- und Profit-Kunden. Beratung bei Entwicklung, Aufbau und Umsetzung von nachhaltigem Fundraising und gesellschaftlichem Engagement. Integration in unternehmerisches Kerngeschäft. Verbindung von Wert und Werten. Lösung von Zielkonflikten zwischen Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft.

Rothenburg 41 · 48143 Münster
Telefon: +49 (0)251 48435-70
Telefax: +49 (0)251 48435-03
info@hp-fundconsult.de
www.hp-fundconsult.de

PLZ-BEREICH 5

steinrücke+ich gmbh
Kommunikation und Fundraising für soziale Anliegen
Entwicklung und Umsetzung von Fundraisingkampagnen und -maßnahmen | Gewinnung von Neu- oder Dauerspenden | Reaktivierung von Inaktiven | Testamentsspenden | Aktivierung Ehrenamtlicher | Konzept, Text, Grafik und Produktion von Materialien | Internetauftritt, Newsletter, Social-Media | Events | Sponsoren und Unternehmenskooperationen | Pressearbeit

Bismarckstraße 12 · 50672 Köln
Telefon: +49 (0)221 569656-00
Telefax: +49 (0)221 569656-20
info@steinrueckeundich.de
www.steinrueckeundich.de

fundango GmbH
Die Fundraising-Experten aus Köln. Gewinner des Mailingwettbewerbs 2012 in der Kategorie Effizient & Auflagenstark!
fundango unterstützt Ihr Fundraising nach allen Regeln der Kunst – online wie offline. Wir konzipieren und realisieren Kampagnen und Aktionen, die Spender überzeugen – kreativ, authentisch, verlässlich und vor allem: erfolgreich!

Brückenstraße 1 – 3 · 50667 Köln
Telefon: +49 (0)221 67784590
Telefax: +49 (0)221 67784599
info@fundango.de
www.fundango.de

GOLDWIND – gemeinsam wirken
Dipl.-Psych. Danielle Böhle
GOLDWIND bietet psychologisches Fachwissen plus praktische Umsetzbarkeit. Gemeinsam gehen wir die Herausforderungen Ihrer Spenderkommunikation an – bis Sie es selbst können. GOLDWIND ist „Hilfe zur Selbsthilfe".
Schwerpunkte: Spenderansprache, Spenderbindung
- Beratung & Strategie
- Spenderbefragungen
- Mitarbeiterentwicklung (Seminare, Trainings)

Gutenbergstraße 126 · 50823 Köln
Telefon: +49 (0)221 7158959
anfrage@goldwind-bewirken.de
www.goldwind-bewirken.de

Deutscher Spendenhilfsdienst – DSH GmbH
„Wir sprechen mit Erfahrung"
Seit über 10 Jahren telefonieren wir ausschließlich für NGOs und bieten
- Beratung zum Auf- und Ausbau von Telefon-Fundraisingmaßnahmen.
- Durchführung von Telefonkampagnen (Outbound- und Inbound)
- Beratung zum Aufbau eigener „Telefon-Lösungen"
- Seminare/Schulungen für haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter

Alpenerstraße 16 · 50825 Köln
Telefon: +49 (0)221 9901000
Telefax: +49 (0)221 9901099
koeln@spendenhilfsdienst.de
www.spendenhilfsdienst.de

Fundraising Profile GmbH & Co. KG
Menschen berühren und zum Spenden bewegen – das ist unser Geschäft.
Unsere Kunden profitieren von
- kreativen Konzepten
- zuverlässiger Produktion
- vielen Jahren Erfahrung

Mit maßgeschneiderten Lösungen gewinnen, binden und reaktivieren wir Ihre Spender und unterstützen Sie professionell im Erbschafts- und Stiftungsmarketing.

Alpenerstraße 16 · 50825 Köln
Telefon: +49 (0)221 484908-0
Telefax: +49 (0)221 484908-50
welcome@fundraising-profile.de
www.fundraising-profile.de

ifunds germany GmbH
Wir von ifunds sind Spezialisten für Daten im Fundraising. Wir vertreiben CRM- & Fundraisingsoftware, bieten Datenservices und Beratungsleistungen. Auch die systematische Aufbereitung und aussagekräftige Darstellung von Daten im Fundraising, gehört zu unserem Portfolio. Unsere Produkte sind ifunds engage und analyse-it.
ifunds engage
Basierend auf Microsoft Dynamics 365 bietet die moderne CRM- & Fundraising-Cloud-Applikation ifunds engage eine webbasierte, flexible und standardisierte Lösung für Non-Profit-Organisationen aller Größen.
analyse-it
Ein modernes und leistungsfähiges BI-Werkzeug, das Ihre Organisations- und Fundraisingdaten Ihren individuellen Anforderungen entsprechend übersichtlich und strukturiert darstellt.

Schanzenstraße 35 · 51063 Köln
Telefon: +49 (0)221 6699520
info@ifunds-germany.de
www.ifunds-germany.de

Christian Gahrmann
Philanthropy Consulting GmbH
Experts for Strategic and International Fundraising
Wir helfen NPOs weltweit, ihre Projekte zu finanzieren. Als Ihr Partner und Dienstleister akquirieren wir zusammen mit Ihnen und in Ihrem Auftrag, diejenigen Ressourcen, die Sie benötigen, um die Welt zu einem besseren Ort zu machen.
Beratungsfelder: Strategische Fundraising-Planung | Internationales Fundraising | EU-Förderung | Fundraising-Starterpaket | Großspenden | Stiftungen | Sponsoring | Philanthropie in China

Sürther Straße 59 · 50996 Köln
Telefon: +49 (0)221 79008625
gahrmann@philanthropy-consulting.eu
www.philanthropy-consulting.eu

direct. Gesellschaft für Dialogmarketing mbH
Die Direktmarketing-Agentur mit eigenem Lettershop. Speziell für NPO: Mailings zur Spenderbindung, Upgrading, Reaktivierung inaktiver Spender, Neuspendermailings, Versand von Zuwendungsbestätigungen, Förderzeitung
- Konzept und Idee
- Adressen
- EDV-Service
- Druck
- Personalisierung
- Bildpersonalisierung
- Handschriften
- Lettershop
- Fulfillment

Sie finden uns außerdem in Berlin und Hamburg.

Buchheimer Ring 87 · 51067 Köln
Telefon: +49 (0)221 7591944
Telefax: +49 (0)221 4539879
renn@directpunkt.de
www.directpunkt.de

Zentrum für Systemisches Fundraising GmbH
Das Zentrum für Systemisches Fundraising begleitet den Aufbau, die Entwicklung und die Implementierung von Fundraising in Non-Profit-Organisationen. Unsere Fachleute agieren dabei komplementär: Sie verknüpfen gängige Vorgehensweisen (Fundraisingmaßnahmen und -instrumente) mit systemischen Kompetenzen in der Organisationsberatung und -entwicklung.

Theaterstraße 15 · 52062 Aachen
Telefon: +49 (0)241 1891315
Telefax: +49 (0)241 1891314
info@Systemisches-Fundraising.de
www.Systemisches-Fundraising.de

Tagungsschmiede
c/o Stiftung Deutsche Leukämie- & Lymphom-Hilfe
Maßgeschneiderte Lösungen:
Jede Veranstaltung ist einzigartig. Daher ist auch unser Leistungsangebot sehr breit gefächert. Ob Sie eine Fortbildung mit 100 Personen, oder einen Kongress mit 600 Teilnehmern planen – wir unterstützen Sie gerne mit individuellen Dienstleistungen oder unserem Rundum-Sorglos-Paket! Kontaktieren Sie uns!

Thomas-Mann-Straße 40 · 53111 Bonn
Telefon: +49 (0)228 33889210
Telefax: +49 (0)228 33889222
info@tagungsschmiede.de
www.tagungsschmiede.de

GRÜN Software AG

Die Unternehmensgruppe GRÜN bietet Software- und IT-Serviceleistungen für Spendenorganisationen an. Mit der Branchen-Softwarefamilie GRÜN VEWA werden als Marktführer über 1 Milliarde Euro an Spenden und Beiträgen abgewickelt. Dienstleistungen in den Bereichen Outsourcing, Beratung, Werbung und interaktive Medien runden das Leistungsspektrum ab.

Pascalstraße 6 · 52076 Aachen
Telefon: +49 (0)241 1890-0
Telefax: +49 (0)241 1890-555
verwaltung@gruen.net
www.gruen.net

SYSTOPIA Organisationsberatung

Peth, Endres, Schuttenberg GbR

Von der Ist-Analyse über Konzeptentwicklung bis zu Migration und Anpassung – wir sind die Experten für CiviCRM. Features der Software:

- Kontakthistorie, Segmentierung
- Spendenverwaltung, Mitgliedschaften, Events
- Online-Formulare & Spendenseiten
- Massenmails
- SEPA-fähig
- Datenanalyse
- hochgradig anpassbare Webanwendung
- lizenzkostenfrei

Adenauerallee 12 – 14 · 53113 Bonn
Telefon: +49 (0)228 96104990
Telefax: +49 (0)228 96104991
info@systopia.de
www.systopia.de

BuschConsult

Fundraising | Projektmanagement | Antragsprüfung

Wir unterstützen Sie gewinnbringend in den Bereichen Stiftungsmarketing, öffentliche Fördermittel und Unternehmenskooperationen. Wir bieten:

- Förderberatung
- Strategieentwicklung
- Fördermittelrecherche
- Projektplanung und -entwicklung
- Antragstellung
- Kontaktpflege
- Training und Coaching
- Projektmanagement
- Prüfung von Projektanträgen

Postfach 32 11 · 53315 Bornheim
Telefon: +49 (0)2232 928544-1
Telefax: +49 (0)2232 928544-2
info@buschconsult.org
www.buschconsult.org

Trust Fundraising

Jürgen Grosse & Team

Leistungen: Fundraising von Analyse über Beratung, Strategie, Konzept und Umsetzung bis zur Erfolgskontrolle – als Einzelleistung oder umfassend.

Agenturmotto: Innovation, Zuverlässigkeit und Transparenz.

Nutzen: 30 Jahre Fundraising-Praxis; Gründer/Mitglied des SynTrust-Netzwerkes von neun Fundraising-Spezialisten für ganzheitliches Fundraising.

Antoniusstraße 2 · 53547 Kasbach-Ohlenberg
Telefon: +49 (0)2644 600-874
Telefax: +49 (0)2644 600-828
j.grosse@trustfundraising.de
www.trustfundraising.de

Kensik.com Datenanalysen.

Dipl.-Psych. Andreas Kensik

Seit 20 Jahren Analysespezialist und unabhängiger Berater im Fundraising und Dialogmarketing

- Spenderanalysen und -profile: Gewinnung, Bindung, Segmentierung, Reaktivierung
- Spenderbefragung und Motivforschung
- Strategische Fundraisingkonzepte
- Softwareentwicklung & Schulung: Interaktive Datenanalysen mit SPSS, Qlik, Excel
- FundraiseAnalyser

An der Hetzelhardt 21 · 53604 Bad Honnef
Telefon: +49 (0)2224 969319
Telefax: +49 (0)2224 969320
info@kensik.com
www.kensik.com

probono Geldauflagenmarketing

Jedes Jahr werden in Deutschland rund 130.000 Gerichts- und 190.000 Ermittlungsverfahren gegen Zahlung einer Geldauflage eingestellt. Dabei zahlen die Gerichte etwa 100–120 Millionen Euro an gemeinnützige Organisationen aus. Nutzen Sie die Chance, dass auch Ihre Organisation an diesen Zahlungen teilhat durch professionelles und konsequentes Geldauflagenmarketing. Wir helfen Ihnen dabei.

Linzer Straße 21 · 53604 Bad Honnef
Telefon: +49 (0)2224 918250
Telefax: +49 (0)2224 918350
info@gfs.de
www.gfs.de

GFS Fundraising Solutions GmbH

Einfach Fundraising für Ihren Erfolg: Sie suchen Erfahrung, Kompetenz und Sachverstand im Fundraising? Dann sind Sie bei der GFS genau richtig. Über 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bieten Ihnen einen umfassenden Service aus einer Hand: Beratung, Konzeption und Produktion von Mailings, Data-Base-Fundraising, Spenderanalysen, Listbroking, Spender- und Mitgliederbetreuung, Telefon-Fundraising und Geldauflagenmarketing. Wir arbeiten mit Kopf und Herz für Ihre Ziele.

Linzer Straße 21 · 53604 Bad Honnef
Telefon: +49 (0)2224 918250
Telefax: +49 (0)2224 918350
info@gfs.de
www.gfs.de

GECKO international GmbH

Ihr Ansprechpartner für Adressen zur Neuspendergewinnung!

Wir bieten Ihnen:

- starkes Portfolio in den Bereichen Spenden- und Seniorenmarketing
- Adressenberatung / Listbroking
- Scoring / Optimierung
- Emergency-Mailings
- E-Mail-Kampagnen

Fordern Sie Ihr Angebot an Top-Spendenlisten hier an – wir freuen uns auf Sie!

Krebsaueler Straße 49 · 53797 Lohmar
Telefon: +49 (0)2206 8628010
Telefax: +49 (0)2206 8628019
office@gecko-international.com
www.gecko-international.com

Andreas Berg

Analyse · Beratung · Strategie

Als unabhängiger Berater mit 16 Jahren Fundraising-Erfahrung stehe ich NPOs zur Seite mit

- Spenderanalysen,
- Fundraising-Audits,
- Marktforschung,
- Strategieberatung und
- Database-Fundraising

Im Grunde bin ich ein Dolmetscher – zwischen Fundraisern und Ihren Daten ebenso wie zwischen Fundraisern und Ihren Zielgruppen.

W.-Mittelmeier-Straße 53 a · 53757 Sankt Augustin
Telefon: +49 (0)2241 2091836
fundraising@andreasberg.net
www.schwieriges-einfach-machen.de

PLZ-BEREICH 6

DIALOG FRANKFURT

... the communication company

1993 gegründet, ist DIALOG FRANKFURT Ihr Partner im Bereich des integrierten Dialog- und Sozialmarketings sowie bei der Beratung und Umsetzung von Kommunikationskonzepten im Fundraising.

Wir verleihen der Kommunikation tatsächliche Qualität und in der Ausführung achten wir darauf, dass sie nicht zu einem bloßen Monolog verkommt.

Karlstraße 12 · 60329 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 272360
info@dialog-frankfurt.de
www.dialog-frankfurt.de

faktor

Die Social Profit Agentur GmbH

Wir machen Ihre Marke stark und gewinnen für Ihre Organisation Spender, Besucher, Mitarbeiter, Mitglieder und Engagierte. Unser Know-how:

- Entwicklung von Kommunikations- und Fundraisingstrategien
- Re-Brandings
- Beratung & Coaching
- Online-Fundraising & Social Media
- Kunden-/Mitarbeiterzeitschriften
- Kampagnenentwicklung
- (E-)Mailings

Ansprechpartner: Dr. Oliver Viest
Wilhelm-Busch-Straße 44 · 60431 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 366059-43
Telefax: +49 (0)69 366059-47
info@em-faktor.de
www.em-faktor.de

Fundraising Akademie gGmbH

Die Fundraising Akademie bietet Ihnen das individuelle Angebot für Ihre Organisation oder für Ihren persönlichen Bedarf: den Studiengang zum Fundraising-Manager, eine Ausbildung zum Regionalreferent Fundraising, Grundlagenkurse und Inhouse-Seminare. Gerne vermitteln wir Ihnen auch ausgewiesene Referentinnen und Referenten zum Thema Fundraising.

Emil-von-Behring-Straße 3 · 60439 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 58098-124
Telefax: +49 (0)69 58098-271
info@fundraisingakademie.de
www.fundraisingakademie.de

Agentur Zielgenau GmbH

Unser Fokus liegt auf der Entwicklung & Umsetzung individueller Konzepte.

Dabei bieten wir umfassende Leistungen in folgenden Bereichen:

- Fundraising
- Marketing
- Beratung
- Spenderbetreuung
- Geschäftsstelle
- Marketing

Profitieren Sie von unseren langjährigen Erfahrungen & Kenntnissen im Non-Profit-Bereich. Wir bieten Ihnen zielgenaue Lösungen.

Bessunger Straße 3–5 · 64285 Darmstadt
Telefon: +49 (0)6151 136518-0
Telefax: +49 (0)6151 136518-9
info@agentur-zielgenau.de
www.agentur-zielgenau.de

ENTERBRAIN Software AG

FIT für die Zukunft mit ENTERBRAIN
Software und Fundraising-Dienstleistungen aus einer Hand

Wir bieten Ihnen sämtliche Services für Ihre kompletten Fundraising-Kampagnen – Kernstück dabei ist die eigens für NPOs konzipierte Fundraising-Software ENTERBRAIN 2.0. Ebenso übernehmen wir für Sie Consulting, Layout, Druck, Kuver- tierung und Versand unter einem Dach. Und das bei absoluter Datensicherheit – dafür steht unser ISIS 12 Gütesiegel.

Darüber hinausgehend entwickeln wir unsere Lösungen ständig weiter – neu ist z.B. ENTERmed, die Speziallösung für den Gesundheitsmarkt.

Ab sofort neu im ProduktPortfolio ist Social Scout – die Verwaltungs-Software für alle Freiwilligendienste und das Ehrenamt.

Röntgenstraße 4 · 63755 Alzenau
Telefon: +49 (0)6023 9641-0
Telefax: +49 (0)6023 9641-11
info@enterbrain.ag
www.enterbrain.ag

Scharrer Social Marketing

- Konzepte und Beratung
- Gestaltung und Produktion
- Mailings, auch in großen Auflagen
- Zielgruppen-Beratung
- glaubwürdige Kommunikation steht bei uns im Vordergrund

Römerstraße 41 · 63785 Obernburg
Telefon: +49 (0)6022 710930
Telefax: +49 (0)6022 710931
scharrer@socialmarketing.de
www.socialmarketing.de

GEMINI DIRECT marketing solutions GmbH

Leistungen für Ihr Fundraising:

- spendenaffine Zielgruppenadressen
- Spenderprofile zur Spendergewinnung, -rückgewinnung und -bindung
- Datenverarbeitung und -pflege
- Ermittlung passender Werbemedien
- Mailingproduktion und Fulfillment

ISO 27001-Zertifizierung auf Basis von IT-Grundschutz des BSI, Qualitätssiegel Datenverarbeitung des DDV

Black-und-Decker-Straße 17 C · 65510 Idstein
Telefon: +49 (0)6126 95196-10
Telefax: +49 (0)6126 95196-29
mail@geminidirect.de
www.geminidirect.de

Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen, Universität Heidelberg

Das Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen ist eine zentrale wissenschaftliche Einrichtung der Universität Heidelberg. Wissen, Kontakte und Know-how des Instituts zu Strategien, Wirkungsnachweisen, Marketing und Fundraising im Bereich sozialer Investitionen stellt das CSI über seine Abteilung Beratung als Dienstleistung zur Verfügung.

Bergheimer Straße 58 · 69115 Heidelberg
Telefon: +49 (0)6221 54119-50
Telefax: +49 (0)6221 54119-99
csi@csi.uni-heidelberg.de
www.csi.uni-heidelberg.de

PLZ-BEREICH 7

faktor
Die Social Profit Agentur GmbH

Wir machen Ihre Marke stark und gewinnen für Ihre Organisation Spender, Besucher, Mitarbeiter, Mitglieder und Engagierte. Unser Know-how:
- Entwicklung von Kommunikations- und Fundraisingstrategien
- Re-Brandings
- Beratung & Coaching
- Online-Fundraising & Social Media
- Kunden-/Mitarbeiterzeitschriften
- Kampagnenentwicklung
- (E-)Mailings

Ansprechpartner: Dr. Oliver Viest
Torstraße 20 · 70173 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 414142-0
Telefax: +49 (0)711 414142-42
info@em-faktor.de · www.em-faktor.de

Arnold, Demmerer & Partner

25 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg. Gratis Arbeitshilfen und Case Studies zum Fundraising finden Sie auf:
www.zielgruppenmarketing.de
- Neuspendergewinnung
- Reaktivierung inaktiver Spender
- Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen
- Kosten-/Nutzenanalysen
- Scoring / Optimierung
- EDV-Verarbeitung

Motorstraße 25 · 70499 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 88713-0
Telefax: +49 (0)711 88713-44
post@arnold-demmerer.de
www.zielgruppenmarketing.de

G&O CreativeAgency GmbH
Die Adresse für Dialogmarketing 4.0 und Fundraising

Sie möchten wissen, wie Sie alte und neue Spender erreichen? Sie möchten über alle relevanten Offline- und Online-Kanäle kommunizieren?
Als ausgemachte Experten im Fundraising wissen wir, wie Conversion funktioniert und unterstützen Sie mit unserem kombinierten Angebot aus Expertise, Strategie, Listbroking, Konzeption, Kreation, Produktion, Erfolgskontrolle und Follow-up. Wir beraten Sie gerne persönlich.

Ansprechpartner: Gregor Gauder
Stuttgarter Straße 41 · 71254 Ditzingen
Telefon: +49 (0)7156 42584-29
Telefax: +49 (0)7156 42584-90
g.gauder@as-dialoggroup.de
www.as-dialoggroup.de

„Wer konzipiert, wer druckt, wer versendet? Und wer liefert uns die Adressen?"

PDirekt

Nutzen Sie professionellen Fullservice für Ihre Fundraising-Mailings: Alle Leistungen aus einer Hand! Effizient und ergebnisorientiert.

P Direkt – Ihr Fullservice-Partner:
- Konzeption + Kreation
- Druck + Lettershop + Streuung
- Adressen + Listbroking + Beratung
- Scoring Fremd- / Eigenadressen
- Top-Know-how aus über 3.500 Kampagnen und über 30 Jahren Fundraising-Praxis
- Effiziente Neuspendergewinnung
- Emergency-Mailings: „Go" + 24 h => Streuung

Gritznerstraße 11 · 76227 Karlsruhe
Telefon: +49 (0)721 626938-0
info@pdirekt.de
www.pdirekt.de

pbdirekt
Praun, Binder und Partner GmbH

Neutraler DV-Dienstleister für die Verarbeitung von Adressen mit feinjustierten Abgleichen, intelligentem Scoring und unerreichter Datenvielfalt.
Mit qualifizierten Adressen sinken die Retouren-/Produktions- und die Portokosten gleichermaßen.
Ob Fremdlisten für Ihre Neuspendergewinnung oder Steigerung des Spendenvolumens bei Ihren Spendern.
Setzen Sie für Ihre Offline-Kommunikation auf erstklassiges Adressmaterial. Damit aus Namen Spender werden.

Motorstraße 25 · 70499 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 83632-55
Telefax: +49 (0)711 83632-36
info@pbdirekt.de
www.pbdirekt.de

www.bussgeld-fundraising.de
Mit Geldauflagen erfolgreich Projekte finanzieren
- über 9.000 personalisierte Adressen von Strafrichtern, Amts- und Staatsanwälten mit Kontaktdaten
- zielgruppengenaue Selektion
- einfach als Excel-Tabelle herunterladen
- ohne Nutzungsbegrenzung: „preiswert kaufen statt teuer mieten"
- Adresspflege und -updates
- Fullservice: Mailingabwicklung und Geldauflagen-Verwaltung
- kostenlose Software

Postfach 102133 · 78421 Konstanz
Telefon: +49 (0)7531 282180
Telefax: +49 (0)7531 282179
post@bussgeld-fundraising.de
www.bussgeld-fundraising.de

PLZ-BEREICH 8

Altruja GmbH

Altruja bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten für Ihr Online-Fundraising: von Spendenformularen, Anlassspendentools, Kampagnentools bis zum SMS-Fundraising. Mit umfassenden Payments, zentraler Verwaltung, individueller Anpassung, höchsten Sicherheitsstandards und Weiterbildungsangeboten bieten wir den optimalen Service für Ihr Online-Fundraising.

Augustenstraße 62
80333 München
Telefon: +49 (0)89 70096190
info@altruja.de
www.altruja.de

Brakeley GmbH
Fundraising & Management Consultants

Brakeley, 1919 in den USA gegründet, ist eine erfahrene internationale Fundraising-Beratung. Wir helfen gemeinnützigen Organisationen insbesondere im Großspenden-Fundraising. Dazu vereinen die deutschsprachigen Berater der Brakeley GmbH internationales Fundraising-Know-how mit ihrer langjährigen Fundraising-Erfahrung im deutschsprachigen Raum. Brakeley GmbH ist Gründungsmitglied der Mira Partnership: www.mirapartnership.com.

Emil-Riedel-Straße 18 · 80538 München
Telefon: +49 (0)89 46138686
Telefax: +49 (0)89 46138687
johannes.ruzicka@brakeley.de
www.brakeley.de

AGENTUR FÜR ERBEN
Karla Friedemann

Unsere Kompetenz liegt in der umfangreichen Nachlassabwicklung. Stiftungen, gemeinnützige, mildtätige und kirchliche Organisationen sind unsere Zielgruppen.
Wir bieten:
- bundesweite Abwicklung von Nachlässen
- Organisation von Veranstaltungen u. a.

Wir verfügen über:
- langjährige Erfahrung
- exzellentes Management
- ein hohes Maß an Flexibilität

Allacher Straße 140
80997 München
Telefon: +49 (0)171 7028919
info@erbagentur.de
www.erbagentur.de

Fundraising&More
Professional Fundraising Solutions

Fundraising&More ist Ihr kompetenter Partner im Fundraising, in der Stiftungsberatung und in der Organisationsentwicklung. Wir erarbeiten mit Ihnen gemeinsam ein fundiertes, strategisches, maßgeschneidertes Fundraising-Konzept und begleiten Sie auch bei der Umsetzung. Wir führen Sie zum Erfolg – offen, authentisch, konsequent.

Prinzregentenstraße 54 · 80538 München
Telefon: +49 (0)89 60087100
info@fundraisingandmore.de
www.fundraisingandmore.de

SCHÖNER SPENDEN
Eine Idee der Allplast GmbH

Die Spendenprodukte von SCHÖNER SPENDEN werden von Fundraisern für Fundraiser entwickelt. Die Produktpalette umfasst
- Spendendosen
- Spendenboxen
- Spendenteller
- Spendenhäuser
- Spendensäulen
- und Pfandmarkenboxen

aus hochwertigem Acryl.
SCHÖNER SPENDEN ist selbst Hersteller und bietet auf Wunsch auch Sonderanfertigungen an.

Neurieder Straße 8 · 82131 Gauting
Telefon: + 49 (0)89 86487446
Telefax: + 49 (0)89 86487447
vertrieb@schoener-spenden.de
www.schoener-spenden.de

compact dialog GmbH

Jährlich vertrauen zahlreiche Non-Profit-Organisationen im Bereich der telefonischen Mitgliederbetreuung und Öffentlichkeitsarbeit auf die Qualität unseres Unternehmens. Sichern auch Sie Ihren stetigen Zufluss finanzieller Mittel und Aktualisierung Ihrer Mitgliederdaten durch eine Zusammenarbeit mit uns.

Herzog-Georg-Straße 29 · 89415 Lauingen
Telefon: +49 (0)9072 95370
Telefax: +49 (0)9072 953716
kontakt@compact-dialog.de
www.compact-dialog.de

base4IT AG

In langjähriger Zusammenarbeit mit Stiftungen und Spendenorganisationen entwickelt base4IT modulare, flexibel anpassbare Software-Lösungen zur Optimierung sämtlicher Stiftungsprozesse.

Leistungsspektrum (Auszug):
- Kontaktverwaltung/CRM
- Kampagnen
- Spendenmanagement
- Dokumentenverwaltung
- Förderprojekte / operative Projekte
- Rechnungswesen

Carl-von-Linde-Straße 10a · 85716 Unterschleißheim
Telefon: +49 (0)89 809093-0
Telefax: +49 (0)89 809093-79
info@base4it.com
www.stiftungssoftware.info

FundraisingBox
c/o Wikando GmbH

Ihr Partner für Digitales Fundraising. Maximale Konvertierung durch Spendenaktionen, 100 % individuelle Formulare, automat. Spenderwiedererkennung, wiederkehrende Zahlungen, Charity-Shop u. v. m. 360°-Donor-View und starke Kommunikations-Tools erhöhen die Spenderbindung. Donation-Monitoring für Echtzeit-Kontrolle über Spendeneingänge und Projekte.

Schießgrabenstraße 32 · 86150 Augsburg
Telefon: +49 (0)821 907862-50
Telefax: +49 (0)821 907862-59
support@wikando.de
www.fundraisingbox.com

TeleDialog GmbH

Telefon-Fundraising: seit vielen Jahren ausschließlich für Non-Profit-Organisationen in der telefonischen Spenderbetreuung tätig.
Neuspendergewinnung – Interessenten werden zu langfristigen Spendern
Spender-Bedankung, Reaktivierung – Vom inaktiven zum aktiven Spender.
Upgrading, Datenkontrolle, Adressrecherche, Info- und Serviceline

Kirchenweg 41 · 83026 Rosenheim
Telefon: +49 (0)8031 80660
Telefax: +49 (0)8031 8066-16
kundenbetreuung@teledialog.com
www.teledialog.com

PLZ-BEREICH 9

Mittel & Wege
Fundraising, Beratung, Fortbildung,Coaching
www.mittel-wege.de

Mittel & Wege
Fundraising, Beratung, Fortbildung,Coaching

Seit 17 Jahren Beratung von kleinen und großen Organisationen zu ihren Fundraising-Themen und Möglichkeiten.
- fachliches Coaching
- Konzeptentwicklung der Fundraisingstrategie
- Beratung und Weiterbildung zu einzelnen Fundraising-Werkzeugen im Spendenmarketing, Erbschaftsmarketing, Geldauflagenmarketing, Stiftungsanträge
- Projektentwicklung

Steubenstraße 15 · 99423 Weimar
Telefon: +49 (0)3643 773878
fundraising@mittel-wege.de
www.mittel-wege.de

Förderlotse T. Schmotz
Fördermittel für gemeinnützige Organisationen

Wir unterstützen gemeinnützige Träger bei der Gewinnung von Fördermitteln und im Fundraising. Wir bieten:
- Förderberatung
- Projektkonzeption
- Fördermittelrecherche
- Antragstellung
- Qualitätssicherung
- Förderdatenbank
- Seminare und Workshops
- Fachliches Coaching
- Strategieentwicklung
- Aufbau von Fundraisingstrukturen
- Outsourcing

Buchenstraße 3 · 91564 Neuendettelsau
Telefon: +49 (0)9874 322 311
Telefax: +49 (0)9874 322 312
beratung@foerder-lotse.de
www.foerder-lotse.de

ÖSTERREICH

20 Jahre
Den Spender im Herzen.

SOCIAL CALL fundraising GmbH
Über 20 Jahre Erfahrung am Telefon mit Spendern für mehr als 52 Organisationen.
Wir bieten:
- Klassisches Telefon-Fundraisingvon A bis Z
- In- und Outbound
- Spezialisierung auf Klein-/Großspender, Unternehmen
- Besonderer Service für Notfälle und Patenschaften
- Qualifizierte Agents sprechen sensibel und authentisch
- Innovationen wie SMS-Spende

Technologiestraße 8/3, Postfach 207 · 1120 Wien
Telefon: +43 (0)1 6023912-364
Telefax: +43 (0)1 6023912-33
office@socialcall.at
www.socialcall.at

30 Jahre
Den Spender im Herzen.

DIRECT MIND GmbH
Fundraising aus Leidenschaft
- Sie suchen neue Spender?
- Wollen „nur" Adressen mieten?
- Brauchen eine Datenbank, mit Kennzahlen als Entscheidungshilfe?
- Wollen eine Telefon-Aktion starten?
- Suchen frische Kreationen mit einer Strategie, die den aktuellen Trend am Markt berücksichtigt?

Dieses erfahrene Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.

Technologiestraße 8, Postfach 207 · 1120 Wien
Telefon: +43 (0)1 6023912-0
Telefax: +43 (0)1 6023912-33
office@directmind.at
www.directmind.at

SCHWEIZ

Motion Consulting GmbH
Fundraising | NPO-Management
Als Fundraiser, Marketing- und NPO-Spezialisten mit langjähriger Erfahrung bieten wir Know-how und Beratung für ein erfolgreiches Fundraising, zielgerichtetes Marketing und somit wirkungsvolles Handeln. In enger Zusammenarbeit mit unseren gemeinnützigen Kunden entwickeln wir innovative Ideen und Strategien, die einen spürbaren Wettbewerbsvorteil verschaffen und das Spendenergebnis nachhaltig verbessern.

Effingerstrasse 55 · 3008 Bern
Telefon: +41 (0)31 311 80 10
kontakt@motion-consulting.ch
www.motion-consulting.ch

NonproCons
Management und Fundraisingberatung
NonproCons berät Non-Profit-Organisationen im Bereich Fundraising und Management. Gehen Sie mit uns neue Wege! In Zusammenarbeit mit Ihnen stellen wir Ihre Organisation, Ihre Stiftung oder Ihr Projekt auf eine finanziell und strukturell sichere Basis. Wir beraten Sie gerne!

Rittergasse 35 · 4051 Basel
Telefon: +41 (0)61 2789393
sekretariat@nonprocons.ch
www.nonprocons.ch

StiftungSchweiz.ch
Die Schweizer Stiftungsplattform
Suchen Sie Stiftungen in der Schweiz? Stiftung Schweiz.ch ist eine webbasierte Applikation, auf welcher alle rund 13.000 Schweizer Stiftungen zu finden sind. Die Plattform ist ein Instrument für alle Fundraiser, Gesuchsteller, Stifter, Stiftungsräte, Anwälte, Notare, Treuhänder, Behörden und Forschende. Verschiedene Leistungspakete sind verfügbar.

Rittergasse 35 · 4051 Basel
Telefon: +41 (0)61 2 78 93 83
kontakt@stiftungschweiz.ch
www.stiftungschweiz.ch

Harry Graf
Organisations- und Datenberatung
Harry Graf berät Non-Profit-Organisationen bei der Analyse und Konzeption ihrer Prozesse und hilft bei der Auswahl/Einführung von geeigneter Software. Zum Leistungsportfolio gehören auch Standortbestimmungen mit Konkurrenz-Vergleich. Er ist Dozent an der ZHAW Winterthur und zertifiziert vom Schweizerischen Fundraising-Verband (Berufsregister).

Obere Brünishalde 28 · 5619 Büttikon
Telefon: +41 (0)79 5068380
hg@harrygraf.ch
www.harrygraf.ch

getunik AG
Digital-Agentur für Non-Profit Organisationen
Wir machen das Web und die Welt seit 1998 ein bisschen besser. Wir kreieren digitale Auftritte, die begeistern. Mittels digitaler Fundraising-Massnahmen steigern wir Ihren Erfolg.
Mit unserer langjährigen Erfahrung in den Bereichen User Journey, Content-Strategie, Informationsarchitektur sowie User Experience Design machen wir Ihren digitalen Auftritt für die Besucher zum Erlebnis.
Technik entwickelt sich stetig weiter. Wir uns auch. Durch agiles Vorgehen ermöglichen wir Ihnen ein hohes Mass an Flexibilität.

Hardturmstrasse 101 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 533 56 00
info@getunik.com
www.getunik.com

RaiseNow AG
RaiseNow ist ein führender Anbieter von Online-Fundraising-Lösungen. Unser Fokus liegt auf „white label" Online-Fundraising-Tools, die von Organisationen und Spender/innen einfach anzuwenden sind. Von Online-Spenden über Payment-Prozesse hin zu Peer-to-Peer und Employee Giving – alles fügt sich in die bestehende Fundraising-Infrastruktur ein.

Hardturmstrasse 101 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5335620
zurich@raisenow.com
www.raisenow.com

Corris AG
Corris ist eine 1995 gegründete Agentur für nachhaltiges Spendenmarketing. Von unseren Büros in Zürich, Lausanne und Bellinzona aus organisieren und realisieren wir Fundraising-Kampagnen in der ganzen Schweiz – mit Hilfe modernster Tablet-Computer und 3D-Datenbrillen.
Non-Profit-Organisationen erhalten bei Corris alles aus einer Hand: Beratung, Standaktionen (Face2-Face), Haustür-Werbung (Door2Door), Datenverwaltung, Callcenter und Lettershop.

Hardturmstrasse 261 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5638888
Telefax: +41 (0)44 5638899
info@corris.com
www.corris.com

comconsult
Zuverlässiger Outsourcing-Partner für alle Datenbank-Dienstleistungen rund ums Fundraising.
- Pflege Spenderbestand über ein EDÖB-zertifiziertes Secure Hosting
- tägliche Adressaktualisierung
- Datenanalysen und Potenzialermittlung
- wirksame Selektionen
- Spendenerfassung und Verdankungen
- transparente Abbildung Spenderverhalten

Kirchenweg 5 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)44 4461040
Telefax: +41 (0)44 4461046
info@com-consult.ch
www.com-consult.ch

asm Agentur für Sozial-Marketing
Professionelle Mittelbeschaffung für NPOs seit über 35 Jahren. Von der Kreation bis zur Postaufgabe, von der Responseverarbeitung bis zur Adressplege:
- Strategische Fundraising-Planung
- Mailing-Konzepte und Marketing-Mix
- Spendergewinnung, -bindung und -upgrading
- Spenderbefragungen
- Major Donor Fundraising
- Legatmarketing

Kirchenweg 5 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)43 3883141
Telefax: +41 (0)43 3883151
info@asm-cc.ch
www.asm-cc.ch

ANT-Informatik AG
Nonprofit-Branchenlösung
Die ANT-Informatik wurde 1991 gegründet und hat sich seither mit ihrer Software SextANT zum führenden Anbieter integrierter Gesamtlösungen für Nonprofit-Organisationen entwickelt.
Wir bieten für folgende Branchen komplette Lösungen an:
- Spendenorganisationen
- Vergabe Stiftungen
- Internationale Hilfswerke
- Zoos und Museen

Hufgasse 17 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5522929
info@ant-informatik.ch
www.ant-informatik.ch

Arenae Consulting AG
Das modular aufgebaute Softwarepaket funtrade unterstützt alle Bereiche des kollektiven und individuellen Fundraisings, optional auch den Versandhandel. Es wird beim Kunden installiert oder als SaaS-Angebot genutzt. funtrade wird in Zusammenarbeit mit den Kunden stetig weiterentwickelt, um neuen Bedürfnissen des Fundraisingmarkts gerecht zu werden.

Freiestrasse 18 · 8032 Zürich
Telefon: +41 (0)44 2477000
info@arenae.ch
www.arenae.ch

fundraiso.ch
by InternetTime GmbH
Fundraiso.ch bietet eine Suchplattform im Bereich Stiftungen, Fonds und Sponsoring. Die Datenbank fokussiert sich auf die Schweiz und Deutschland. Sie bietet somit eine grenzüberschreitende Datensammlung im Bereich des institutionellen Fundraisings. Man kann selber in der Datenbank suchen oder Datenauszüge kaufen.

Sihltalstrasse 67 · 8135 Langnau am Albis
Telefon: +41 (0)43 3778975
anfrage@fundraiso.ch
www.fundraiso.ch

BLICKLE & HÄFLIGER Directmarketing AG
Wir beraten Sie seit über 25 Jahren kompetent von der Adresse bis zur Postaufgabe
NPOs vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen, dank unseres grossen Know-hows und unserer Flexibilität.
Blickle & Häfliger Directmarketing AG – Ihr unabhängiger Partner für:
- Zielgruppenberatung
- Adressvermittlung
- EDV-Dienstleistungen
- Laser-Personalisierung
- Lettershop
- Fulfillment-Abteilung

Wir freuen uns auf Sie!

Hardhofstrasse 15 · 8424 Embrach
Telefon: +41 (0)44 8667200
Telefax: +41 (0)44 8667201
blickle@blickle.ch
www.blickle.ch

Walter Schmid AG
Die beste Adresse für Adressen
Die Walter Schmid AG gehört zu den führenden Adressen-Anbieter in der Schweiz. Als profunde Kenner des Schweizer Spendenmarktes erwarten unsere Kunden erfolgreiche Marktbearbeitungs-Konzepte und Zielgruppenvorschläge sowie Unterstützung bei der Pflege und Bewirtschaftung der eigenen Gönnerdaten. Für die Neuspendergewinnung steht Ihnen unsere exklusive „SwissFund" Adressen-Datenbank zur Verfügung.

Auenstrasse 10 · 8600 Dübendorf
Telefon: +41 (0)44 8026000
Telefax: +41 (0)44 8026010
info@wsag.ch
www.wsag.ch

IBV Informatik AG
Die NPO/NGO Applikation iInfo bildet Ihre Geschäftsprozesse im Bereich Adressen, Dokumente, Fundraising, Handel, Marketing, Projekte, Spenden, Finanzen vollständig ab.
Mit auf Ihre Bedürfnisse abgestimmten Dienstleistungen werden standardisierte Prozesse implementiert und individuelle Anforderungen definiert und umgesetzt.

Stallikerstrasse 1 · 8906 Bonstetten
Telefon: +41 (0)44 7459292
Telefax: +41 (0)44 7459293
marketing@ibv.eu
www.ibv-solutions.com/de

SAZ Services AG
Das SAZ Fundraising-Portfolio mit ihren professionellen Softwarelösungen und datenbankgestützen Informationen bietet seit 30 Jahren NPOs auf der ganzen Welt eine ausgereifte und umfassende Branchenlösung an, die alle Aspekte von der Spendergewinnung über deren Umwandlung zu Dauerforderern bis hin zur Spenderbetreuung abdeckt.

Davidstrasse 38 · 9001 St. Gallen
Telefon: +41 (0)71 2273500
Telefax: +41 (0)71 2273501
info@saz.net
www.saz.com

Creativ Software AG
Die Creativ Software AG entwickelt Standard-Softwarelösungen für alle Bereiche des Büroorganisations-Managements sowie Branchenlösungen für Non-Profit-Organisationen, Verbände, Gewerkschaften, Parteien, Verlage, Beraterfirmen, Softwarehersteller, usw.
OM (Organisation Management) ist eine umfassende Businesssoftware mit hoher Parametrisierbarkeit

Unterdorfstrasse 83 · 9443 Widnau
Telefon: +41 (0)71 7272170
Telefax: +41 (0)71 7272171
info@creativ.ch
www.creativ.ch

„Im Gesetz müsste eindeutig stehen, was förderungswürdig sein soll“

Stefan Diefenbach-Trommer setzt sich im Auftrag der Allianz „Rechtssicherheit für politische Willensbildung“, der über 60 Organisationen angehören, für eine Reform des Gemeinnützigkeitsrechts ein. Um zu zeigen, wie willkürlich die Finanzämter eingereichte Vereinssatzungen auf ihre Gemeinnützigkeit hin prüfen, startete die Allianz einen heimlichen Test. Ein Gespräch mit Matthias Daberstiel über die überraschenden Ergebnisse der Studie und die Arbeit als Lobbyist.

? Herr Diefenbach-Trommer, Sie arbeiten für die Allianz „Rechtssicherheit für politische Willensbildung“, sind also klassischer Lobbyist. Wie verläuft ein typischer Arbeitstag?

Wie auch bei anderen gemeinnützigen Tätigkeiten ist der Alltag wenig glamourös und entfernt von den Medien-Ereignissen. Der Tag besteht vor allem aus Schreibtischarbeit: lesen, E-Mails beantworten, Texte schreiben und auch nachdenken. Direkte Gespräche mit Bundestagsabgeordneten sind die Sahnehäubchen der Arbeit und erfordern Vorbereitung und Nachbereitung. Zum Beispiel entstehen aus Gesprächen oft neue Fragen.

? Welche Ziele verfolgt die Allianz?

Wir wollen ein Gemeinnützigkeitsrecht, das vielfältiges Engagement ermöglicht und akzeptiert, dass gesellschaftliches Engagement immer auch auf politische Entscheidungen einwirkt, dass auch die Funktionen einer Themenanwaltschaft oder die eines Wachhunds für Demokratie gemeinnützig sind, solange sie selbstlos ausgeübt werden. Letztlich braucht es dazu eine umfassende Reform der Regeln, die zivilgesellschaftliche Organisationen formatieren, vom Gemeinnützigkeitsrecht bis zum Vereinsrecht. Doch auf eine so große Reform können viele Organisationen nicht warten, die um ihren gemeinnützigen Status bangen. Deshalb wollen wir schnelle Änderungen an der Abgabenordnung, insbesondere müssen dort neue gemeinnützige Zwecke eingefügt werden.

? Und was konnten Sie bisher erreichen?

Im dicken Brett ist das Bohrloch bereits sichtbar. Die Debatte ist in Gang gekommen. Abgeordnete aller Parteien haben das Anliegen verstanden und setzen sich für Lösungen ein. Zur Bundestagswahl in Deutschland 2017 standen in den Programmen von drei Parteien entsprechende Forderungen. Im abgeschlossenen Koalitionsvertrag sind die leider nur sehr abgeschwächt angekommen.

? Gerade eben haben Sie eine Studie veröffentlicht, die deutlich macht, dass Finanzämter das Thema Gemeinnützigkeit sehr willkürlich behandeln. Was haben Sie konkret herausgefunden?

Wir haben nachgewiesen, dass viele als gemeinnützig empfundene Anliegen nicht oder nur mit hohem Aufwand von den Finanzämtern als gemeinnützig anerkannt werden und dass gleiche Fälle dabei von Finanzämtern völlig verschieden beurteilt werden. So wurde ein von uns konstruierter Verein, der sich gegen Rassismus engagiert, nur von 42 Prozent der Finanzämter als gemeinnützig anerkannt. Dass Finanzämter mal so, mal so entscheiden, liegt nicht an der Willkür der Personen dort, sondern zeigt, dass die Rechtsgrundlage unklar ist und Aussagen von Politikerinnen und Politikern widerspricht. Dieses Dilemma ist für die Leute in den Finanzämtern kaum lösbar.

? Müsste sich da nicht schnellstens etwas ändern? Wer bremst da?

Da müsste sich ganz schnell was ändern, weil bestehende Organisationen gefährdet sind oder sich nicht trauen, sich politisch einzumischen. Und das Engagement von neuen Initiativen wird ausgebremst. Wer bremst – schwierige Frage. Die Bremse lösen könnte der Deutsche Bundestag. Bei vielen in Parteien sozialisierten Menschen fehlt schlicht das Bewusstsein, dass es politisches Engagement außerhalb von Parteien gibt. Meine Erfahrung ist, dass vor allem Politikerinnen und Politiker von CDU, CSU und auch FDP politische Aktivitäten aus der Zivilgesellschaft oft anderen politischen Parteien, vor allem der Opposition, zuschreiben und gar nicht verstehen, dass das unabhängige Organisationen sind, die sich unabhängig finanzieren müssen.

Und dann bremst auch eine überkommene Auffassung davon, dass der Staat steuern muss. Der Koalitionsvertrag von CDU, SPD und CSU ist leider sehr stark davon durchzogen: Da wird Zivilgesellschaft im Inland fast nur als verlängerter Arm des Staates begriffen oder als etwas, was gefährlich sein kann. Es wird von Förderprogrammen gesprochen, aber dass sich viele Organisationen durch kleine und große Spenden finanzieren und dafür einen hilfreichen Rahmen brauchen, wird nicht gesehen.

? Wie reagierte das Deutsche Bundesfinanzministerium auf Ihre Aktivitäten?

Überraschend negativ. Das Ministerium müsste sich eigentlich als Dienstleister auch der Zivilgesellschaft begreifen und Hinweise auf eine unklare Rechtslage dankbar annehmen. Stattdessen verteidigt es ein Gesetz, für das es gar nicht verantwortlich ist, und sagt auch Abgeordneten, es gebe keinen Änderungsbedarf. Als das Ministerium merkte, dass wir für die Studie Daten bei Finanzämtern erheben, hat es mit Anweisungen dafür gesorgt, dass es weniger Antworten gibt. Jetzt hat das Ministerium immerhin auf Presseanfragen hin erklärt, die Ergebnisse auswerten zu wollen. Auf unser Gesprächsangebot gab es noch keine Reaktion.

„Zivilgesellschaft wird von der Politik fast nur als verlängerter Arm des Staates begriffen …“

? Ihre Studie wurde vom Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE) und der Otto Brenner Stiftung (OBS) unterstützt. Ich vermisse das Bündnis für Gemeinnützigkeit, dem auch der Deutsche Fundraising Verband im Beirat angehört, als Partner. Wird dort kein Reformbedarf gesehen?

Ich vermisse das Bündnis auch. Die Entscheidungsprozesse dort sind leider langsam, und offenbar sind nicht alle Dachverbände im Bündnis einig, dass unsere Forderungen für viele gemeinnützige Organisationen wichtig sind. Der gemeinnützige Sektor ist unwahrscheinlich vielfältig. Gruppen, die sich ausdrücklich politisch einmischen, sind ein Teil davon. Andere Teile des Sektors stehen vor anderen Problemen. Ich wünsche mir, dass die verschiedenen Probleme nicht als Konkurrenz gesehen werden, sondern dass auch im Sektor die Vielfalt anerkannt wird. Immerhin hat das Bündnis erklärt: „Die Betätigung gemeinnütziger Organisationen als Themenanwälte muss auch die politische Meinungsbildung umfassen können, ansonsten droht ein faktisches Leerlaufen ihres Engagements innerhalb unserer Zivilgesellschaft.“

? An welcher Stelle würden Sie das Gemeinnützigkeitsrecht verbessern wollen?

Problematisch ist vor allem die Liste der Zwecke. Da blickt kaum einer durch. Im Gesetz müsste eindeutig stehen, was förderungswürdig sein soll. Anliegen wie der Schutz der Menschenrechte müssten ausdrücklich genannt werden. Das Gesetz selbst verbietet politisches Engagement gar nicht, das tut nur die Finanzverwaltung durch ihre Auslegung im Anwendungserlass. Es braucht dringend eine Klarstellung, dass politische Einmischung natürlich nicht der Gemeinnützigkeit widerspricht. Das Verbot, Parteien zu unterstützen, steht bereits im Gesetz. Das reicht als Trennlinie zwischen Parteien und Gemeinnützigen.

? Was würden Sie dem neuen deutschen Bundesfinanzminister Olaf Scholz sagen, wenn Sie ihn im Fahrstuhl treffen?

Mehr Demokratie wagen – helfen Sie mit, dass das Steuerrecht das ermöglicht statt erschwert. Denn Gemeinnützigkeit ist Teil des Steuerrechts. Begreifen Sie zivilgesellschaftliche Einmischung als Chance demokratischer Beteiligung, als eine Hilfe für bessere Entscheidungen, für mehr Akzeptanz des Staates und seiner gewählten Repräsentanten! Finden Sie mit Ihren Kabinetts-Kollegen zügig eine Lösung dafür, wie Engagement von unten einen sicheren Rahmen bekommt.

Gemeinsam etwas Neues erarbeiten

Erfolgreich einen Workshop organisieren – so geht's

Ob Ehrenamtliche, Angestellte oder Honorarkräfte – gelegentlich sollten sich alle Mitstreiter einer Non-Profit-Organisation zusammensetzen, um über neue Strategien nachzudenken und kommende Projekte zu planen. Damit der Workshop gelingt, kommt es auf drei Dinge an.

Von PETER NEITZSCH

Sich klarmachen, was man erreichen möchte – das ist der erste Schritt zu einem erfolgreichen Workshop. „Es hat keinen Sinn, wenn ich Themen erarbeite, mit denen hinterher niemand etwas anfangen kann", sagt Andrea Lienhart. Seit bald 25 Jahren bietet die Trainerin Workshops, Fortbildungen und Inhouse-Seminare in großen Firmen an – mittlerweile mit einem Team aus 14 Mitarbeitern. „In einem Workshop geht es darum, etwas prozessorientiert und ergebnisoffen zu erarbeiten", erklärt sie. Dafür ist es nötig, einige Dinge bereits im Vorfeld zu klären.

Grundlegende Fragen klären

Um sicherzustellen, dass auch alle Erwartungen erfüllt werden, sollte der Moderator Veranstalter und Teilnehmer fragen: Was wollt ihr in dem Workshop eigentlich erarbeiten? „Das ist im Grunde schon die halbe Miete", sagt Caroline Schmidt-Gross, freie Seminarleiterin an der Akademie für Publizistik in Hamburg. „Am wichtigsten ist, dass am Ende etwas hängen bleibt." Damit das gelingt, müssen drei Faktoren stimmen: Inhalte, Zeitbudget und Teilnehmerzahl.

„Teilnehmen sollten so viele wie möglich und so wenige wie nötig", sagt Lienhart. Ist die Gruppe zu groß, leidet die konstruktive Arbeit. Auf einen Moderator sollten nicht mehr als ein Dutzend Teilnehmer kommen, empfiehlt Schmidt-Gross. Sonst braucht es Untergruppen und einen zusätzlichen Trainer. Unerlässlich sind auch ein gutes Zeitmanagement und regelmäßige Pausen. „Oftmals ist man versucht, in einen Workshop-Tag möglichst viel hineinzupressen, um Zeit und Geld zu sparen." Doch das geht selten gut: „Man sollte das Programm auf keinen Fall überfrachten."

Moderieren muss man können

Workshops können auch von den Mitarbeitern selbst organisiert werden. Doch ganz ohne Erfahrung geht es nicht. Eine gute Übung sei es, schon mal einen Elternabend zu moderieren oder eine Runde im Bekanntenkreis, rät Lienhart. Fehlt der Hintergrund, wie man einen Prozess moderiert, ist es besser, einen Profi dazu zu holen. Das gilt auch, wenn der Moderator zu stark in das Thema involviert ist: „Wenn es im Team knirscht und die Führungskraft selbst Teil der Kritik ist, braucht es einen externen Moderator." Bei der Suche nach einem kompetenten Trainer sollten Organisationen nicht nur auf den Tagessatz, sondern auch auf Referenzen achten. „Niemand tut sich einen Gefallen, wenn er einfach den billigsten nimmt."

Schmidt-Gross würde die Organisation eines Workshops dagegen immer an einen externen Moderator delegieren. Auf diese Weise kämen frische Impulse ins Team. „Ich rate auch dazu, den Workshop nicht in den Räumen der Firma oder der Non-Profit-Organisation abzuhalten."

Mögliche Ablenkungen ausschließen

Für einen freien Kopf ist es wichtig, aus der gewohnten Umgebung rauszukommen. Dann ist auch keiner der Teilnehmer versucht, zwischendurch noch Mails zu checken oder Telefonate zu führen. Auch Hilfsmittel wie Beamer oder Flipcharts sind in externen Seminarräumen meist bereits vorhanden.

Zu Beginn eines Workshops ist es wichtig, den Fahrplan darzulegen und Erwartungen abzufragen. Auf die Kennenlernrunde folgt der Einstieg ins Thema: „Ein persönlicher

Einstieg ist immer gut", rät Lienhart. Einfach mal erzählen: Wie geht es mir eigentlich damit? „Eine Geschichte zu erzählen, ist meist sehr viel aufschlussreicher als reine Zahlen, Daten oder Fakten." Wichtig ist es auch, für Abwechslung zu sorgen – etwa durch einen Wechsel der Medien, Methoden und Konstellationen, also auch mal eine Gruppen- oder Partnerarbeit einstreuen. Auch der Moderator selbst kann unterschiedlich agieren – stehen, sitzen oder die Stimme modulieren.

Auf die Teilnehmer eingehen

„Wenn ich merke, dass die Teilnehmer sehr reserviert sind, dann gehe ich erst mal davon aus, dass es aus ihrer Sicht gute Gründe dafür gibt", sagt Lienhart. Die Trainerin schildert in solchen Situationen oft zuerst, was sie beobachtet und fragt dann nach den Ursachen. „Mitunter hat der Chef mit den Mitarbeitern schlicht nicht gesprochen, warum eine bestimmte Schulung nötig ist." Schließlich kennt ein guter Moderator immer auch ein paar Tricks, um ein passives Publikum aus der Reserve locken.

In Bewegung bleiben

„Auf Spiele haben viele keine Lust, da fühlen sie sich nicht ernst genommen", weiß Schmidt-Gross. „Das bedeutet aber nicht, dass der Raum abgedunkelt wird und man den Beamer einschaltet." Stattdessen setzt die Trainerin auf Gruppenarbeit, kleinere Aufgaben oder auch „einfach mal rausgehen". Zum Einstieg bietet sich etwa eine Interviewrunde an: Dabei stellen je zwei Teilnehmer einander Fragen zum Thema oder zur Person. Auch das Smartphone lässt sich für kreative Übungen nutzen: „Das Handy ist ja heute gleichzeitig Diktiergerät und Videokamera." Damit lässt sich – vom Interview bis zum Kurzfilm – eine Menge machen.

„Wenn die Teilnehmer in Bewegung sind, ist das immer eine gute Sache", bestätigt Lienhart. Manchmal reiche schon der Arbeitsauftrag, nach der Mittagspause spazieren zu gehen und sich über eine bestimmte Frage zu unterhalten. Nach der Rückkehr können die Spaziergänger dann von ihrem Gespräch berichten. Eine andere Methode nennt sich kurz „glad/sad/mad" und ist schnell umzusetzen. Die Aufgabe dabei: „Einfach einmal reihum formulieren, was mich glücklich, traurig oder wahnsinnig macht an meiner Arbeit oder an einem Projekt", rät die Expertin. „Die Erkenntnisse sind oft erstaunlich."

Buchtipp: Andrea Lienhart: Seminare, Trainings und Workshops lebendig gestalten. Haufe TaschenGuide 2015, 256 Seiten, ISBN: 978-3-64810-860-4, 9,95 €.

Bank
für Sozialwirtschaft

Vertrauen Sie unserer Expertise.

Fundraising professionalisieren. Zum Beispiel mit unserem BFS-Net.Tool XXL. Generieren Sie Spenden im Internet und automatisieren Sie Ihre Spendenströme direkt auf Ihr Konto. Sie brauchen kein Programm zu installieren oder Ihre Homepage umzubauen.

Sprechen Sie mit uns. Wir haben die Lösung.
Telefon 0221 97356-0 | fundraising@sozialbank.de | www.sozialbank.de

Die Bank für Wesentliches

Wenn der Herd in Flammen steht

Warum Krisenkommunikation immer wichtiger wird

Die Beispiele von Oxfam und Unicef in jüngster Zeit zeigen, was passiert, wenn man sich nicht mit dem Thema Krisenkommunikation beschäftigt. Schlecht vorbereitet, werden zwei große spendensammelnde Organisationen zum Spielball der Medien, gelähmt zur Untätigkeit verdammt.

Von JÖRG SCHUMACHER

Kommunikation ist für Spenden sammelnde Organisationen noch viel wichtiger als für Konzerne wie VW oder Mercedes. In Zeiten des steigenden Wettbewerbs um die Spenden auf dem deutschsprachigen Markt werden der persönliche Kontakt und das authentische Auftreten der gemeinnützigen Akteure immer wichtiger. Gerade in Zeiten der Digitalisierung treten Werte wie Vertrauen wieder in den Vordergrund und sind am Ende das Zünglein an der Waage, wenn es um Spenden und Kooperationen geht.

Qualität und Schnelligkeit sind entscheidend

Viele Organisationen beschäftigen sich erst mit (Krisen-)Kommunikation, wenn es zu spät ist. Frei nach dem Motto: Wir sind die Guten, uns kann gar nichts Böses passieren. Dabei zeigt die Vergangenheit, dass das ein Irrglaube ist. So geriet nicht nur der WWF nach einer WDR-Reportage über fragwürdige Geschäfte in Brasilien in die Schlagzeilen. Ähnlich erging es dem ADAC, dessen gelbe Chef-Engel nach dem Skandal um geschönte Abstimmungsergebnisse geschockt und falsch reagierten, nämlich mit der Behauptung, es wäre alles mit rechten Dingen zugegangen. Und auch bei der namhaften Stiftung „Menschen für Menschen – Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe“ dauerte es Monate, um die öffentlichen Korruptionsvorwürfe eines Großspenders zu entkräften. In diesen Krisen zeigt sich die Qualität einer Kommunikationsabteilung in der Substanz und der Schnelligkeit der Reaktion.

Was also ist der richtige Weg? Zuerst einmal gilt es, die Grundregeln der Krisenkommunikation zu beherrschen. Dafür gibt es die Prämisse, nach der man die Krise benennt, einordnet und dann reagieren kann: Was genau ist passiert? Welche Fakten liegen auf dem Tisch?

Alle Seiten der Ereignisse beachten

Wichtig: Erst wenn man die ganze Geschichte von allen Seiten kennt, kann man auch richtig und authentisch reagieren, gegebenenfalls mit einer glaubwürdigen öffentlichen Entschuldigung. Die Angst vor einer wie auch immer gearteten Enthüllung ist immer ein schlechter Berater.

Es macht in der Krise Sinn, alle Szenarien durchzuspielen: Wie werden die Medien reagieren? Welche Argumente oder Geschichten kommen dabei heraus? Die Stärke gelingender Krisenkommunikation ist, das Undenkbare zu denken – und dann richtig zu reagieren. Oberstes Ziel muss absolute Transparenz sein, hinter der alles und jeder zurücksteht. Hier helfen auch keine taktischen Winkelzüge, denn erst wenn die Öffentlichkeit wieder an den Absender glaubt, erreichen die Botschaften auch ihr Ziel. Also: schonungslose Offenheit! WWF-Kommunikationschef Marco Vollmar: „Dazu muss man sich schnell einen Überblick über die Faktenlage verschaffen und unklare Sachverhalte möglichst schnell aufklären.“ Der WWF entsandte Sonderfahnder, die Stiftung „Menschen für Menschen“ ermittelte verdeckt, und der ADAC beauftragte externe Spezialisten. Erst, wenn man alle Fakten kennt, kann man auch handeln.

Eine Krisenstrategie sollte das Ziel haben, mit den neugewonnenen Erkenntnissen die Informationshoheit zurückzugewinnen.

Wichtig: Wer in einer Krise nur reagiert, hat schon verloren. Journalisten aber, die mit (neuen) Informationen konfrontiert werden, brauchen erst einmal Zeit zu reagieren.

Konsequenz heißt auch, in die Offensive zu gehen

Falsch ist hier eine Salamitaktik. Das eigene Handeln sollte nicht zum Ziel haben, nichts preisgeben zu wollen, was noch nicht bekannt ist, um sich vor eventueller Bloßstellung zu schützen. Wer sich in einer solchen Situation befindet, ist bereits bloßgestellt. Hier ist es ratsam, in die Offensive zu gehen, um die eigene Glaubwürdigkeit und das Vertrauen in die Organisation wiederherzustellen.

Am Beispiel des WWF kann man sehen, wie konsequent die Krisenstrategie umgesetzt wurde, bis hin zu juristischen Schritten. Reporter des WDR hatten sich auf ein sogenanntes Schwarzbuch bezogen, in dem dem WWF dubiose Machenschaften vorgeworfen wurden. Nach einem internen Faktencheck ging der WWF in die Offensive und verklagte den Verlag des Autors und den WDR. Tatsächlich gewann der WWF vor Gericht. Die Behauptungen durften nicht mehr wiederholt werden.

Überschreitet also die Berichterstattung durch die Medien eine bestimmte Grenze, während man selbst die Faktenlage genau kennt, hilft nur konsequentes Handeln, um die Krise zu bewältigen.

Vorbereitet sein!

Kann man sich aber vor Krisen schützen? Letztendlich ist niemand davor gefeit. Gerade kleine und mittlere Organisationen müssen sich im Rahmen ihrer Möglichkeiten auf eine solche Situation vorbereiten. Ein detaillierter Fragenkatalog und ein Ablaufplan (Wer sagt wann was?) ist ebenso ratsam wie ein Durchspielen der Situation, bevor sie eintritt. Oder um es mit den Worten von Dr. Peter Schaumberger, dem geschäftsführenden Vorstand der Stiftung „Menschen für Menschen – Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe", zu sagen: „Wir wissen jetzt, was passieren kann und sind darauf vorbereitet. Wir glauben nicht mehr, dass es uns schon nicht treffen wird. Das ist ein riesiger Unterschied."

Jörg Schumacher arbeitete als Absolvent der Springer Journalistenschule elf Jahre bei BILD, unter anderem als stellvertretender Redaktionsleiter und stellvertretender Nachrichtenchef. Seit 2011 arbeitet er als Medienberater für Online- und Print-Produkte, als Moderator und als Referent.
▶ www.schumacher.newlineentertainment.de

EDITION STIFTUNG&SPONSORING

Stiftungen: Let's gamify!

Wie Sie die **Potenziale von Gamification für Stiftungen, NGOs, CSR-Abteilungen und öffentliche Einrichtungen** erschließen, erfahren Sie in diesem Band. Prägnant und mit viel Praxis-Know-how zeigt Hans Fleisch,

- was es mit Gamification auf sich hat,
- wie und warum ein „Gameful Design" funktioniert und
- wie die Methode organisationsspezifisch ausgestaltet werden kann.

Konkrete Beispiele aus den Bereichen Bildung, Integration, Gesundheit, Kultur und Umweltschutz illustrieren: Gamification allein kann nicht „die Welt retten", aber erheblich dazu beitragen.

Online informieren und bestellen:
www.ESV.info/17796

Gamification4Good
Gemeinwohl spielerisch stärken
Von Prof. Dr. Hans Fleisch
2018, 168 Seiten, mit zahlreichen Abbildungen, € (D) 19,95, ISBN 978-3-503-17796-7
Edition Stiftung&Sponsoring, Band 1
Auch als eBook erhältlich

ESV ERICH SCHMIDT VERLAG
Auf Wissen vertrauen

Bestellungen bitte an den Buchhandel oder:
Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG
Genthiner Str. 30 G · 10785 Berlin
Tel. (030) 25 00 85-265 · Fax (030) 25 00 85-275
ESV@ESVmedien.de · www.ESV.info

Alle Werkzeuge nutzen

Zehn Jahre Fundraising im Erzbistum Freiburg

Im Jahr 2007 wurde der Bereich Fundraising in der Erzdiözese Freiburg eingeführt, um die Arbeit der Kirche durch ein optimiertes kirchliches Spendenwesen zu sichern. Nach mehr als zehn Jahren Erfahrung lässt sich festhalten: Die vollständige Neuimplementierung des strategischen Fundraisings innerhalb eines Bistums bedarf einer klaren Planung, eines abgestimmten Vorgehens – und nicht zuletzt eines langen Atems.

Von UDO SCHNIEDERS

Es war das ausdrückliche Anliegen von Erzbischof Dr. Robert Zollitsch und Generalvikar Dr. Fridolin Keck, den sinkenden Kirchensteuereinnahmen auch aufgrund der demografischen Entwicklung durch neue, zusätzliche und nachhaltige Finanzierungssäulen entgegenzuwirken. Deshalb schufen sie im Jahr 2007 die Stabsstelle Fundraising. Als Kompetenzzentrum agiert das professionelle Expertenteam noch heute in zwei Richtungen.

Ein Schwerpunkt liegt auf der Einführung und Etablierung von Fundraising für Kirchengemeinden und Einrichtungen in der Fläche mit dem Ziel, dort durch Beratungs- und Fortbildungsangebote eine spenderorientierte Kultur zu entwickeln. Denn gerade die Kirchengemeinden liegen hinter dem Markt zurück, haben jedoch gleichzeitig mit ihren Themen, Angeboten und ihrer „Stammkundschaft" großes Potenzial, das es zu heben und zu pflegen gilt.

Initiative Wert-volle Zukunft

Der zweite Schwerpunkt umfasst das zentrale und systematische Fundraising für die Erzdiözese Freiburg. Dafür wurde im Jahr 2009 die „Initiative Wert-volle Zukunft" gegründet. Unter diesem Dach finden noch heute alle Fundraising-Maßnahmen der Erzdiözese Freiburg statt. Ihr Anliegen ist es, zu zeigen, wofür Kirche steht und was sie konkret leisten kann.

In der Implementierungsphase war es strategisches Vorgehen, zuerst die Kirchengemeinden und Einrichtungen zu adressieren, um in der Fläche für ein systematisches Fundraising zu werben und die Beratungsleistung der Stabsstelle vorzustellen. Hier gab es zwei Herausforderungen. Einerseits wurden die pastoralen Räume fortlaufend umstrukturiert. Andererseits gibt es eine hohe Fluktuation bei den Ehrenamtlichen. In solch einem sich ständig verändernden Umfeld ist eine Veränderung hin zu einer klaren Spenderorientierung sehr schwierig. Daher wurden verschiedene Formate wie Fortbildungsveranstaltungen, konkrete Arbeitshilfen zu allen relevanten Fundraising-Themen sowie regelmäßige Newsletter entwickelt, die die Nachhaltigkeit sichern sollten und heute zum Standard im breiten Fundraising-Beratungsangebot in der Erzdiözese Freiburg gehören. In den vergangenen zehn Jahren hat dies in den Gemeinden zu einem spürbaren Bewusstseinswandel hin zu einem nachhaltigeren Umgang mit Spenderinnen und Spendern geführt.

Profilierung macht greifbar

Die „Initiative Wert-volle Zukunft" wiederum ist 2009 als Imagekampagne gestartet und wurde in den folgenden Jahren konsequent zur Marke für das Gesicht der Erzdiözese als Spenden sammelnde Organisation weiterentwickelt. Diese Profilierung vermittelt klare Spendenmotive und ist greifbar. Dadurch hilft sie, Spender stärker zu binden und neue spendenwillige Menschen zu gewinnen – gerade in Hinblick

auf eine nachwachsende Spendergeneration. Denn sie bietet konkrete Anhaltspunkte, Transparenz und eine offene Kommunikation über die Spendenaktivitäten.

Erschwert wurde die Einführung des Fundraisings jedoch dadurch, dass die Kirche im deutschsprachigen Raum und damit auch in der Erzdiözese Freiburg durch die Veröffentlichungen zum sexuellen Missbrauch und die Geschehnisse im Bistum Limburg verunsichert war. So wurde in Frage gestellt, ob man sich vor dem Hintergrund der medialen Diskussionen als kirchensteuerfinanzierte Institution tatsächlich mit Spendenbitten an Menschen wenden könne. Die positive Reaktion der Spenderinnen und Spender gab dem Vorgehen allerdings Recht.

Spenderbrief als bewährtes Instrument

Mit der „Initiative Wert-volle Zukunft" verfolgt die Erzdiözese eine milieuspezifische Ansprache. Heute umfasst ihr integrativer Ansatz sich gegenseitig begünstigende Fundraising-Instrumente. Der zentrale Spenderbrief etwa hat sich als Finanzierungsinstrument für eine breite Themenvielfalt bewährt. Die Gemeinschaftsstiftung als Dachstiftung der Erzdiözese wiederum gibt Menschen die Chance, mit ihrem Vermögen im Raum der Kirche Zukunft zu gestalten. Sie trägt den Stiftungsgedanken in die Fläche und unterstützt Gemeinden dabei, Stiftungen zu gründen und bestehende Stiftungen besser zu managen. Testaments- und Anlassspenden runden den Instrumenten-Mix ab. Alle Instrumente werden regelmäßig durch Maßnahmen wie Außenwerbungskampagnen, Zeitungsbeilagen und Radio-Spots flankiert. Dieses breite und gleichzeitig konzertierte Vorgehen ist sehr erfolgreich.

Dadurch konnten auch Menschen erreicht werden, die sich im kirchlichen Raum eigentlich nicht engagieren. So ist zum Beispiel das Milieu der Liberal-Intellektuellen in der Spenderdatenbank der Erzdiözese im Vergleich zur Normalverteilung innerhalb der Bevölkerung deutlich überrepräsentiert. Durch die überlegte Auswahl der Themen, die Aufmachung der Kampagnen und die Auswahl der Spenderinnen und Spender konnte ein insgesamt hohes Niveau im Wettbewerb mit anderen Spenden sammelnden Organisationen behauptet werden.

Udo Schnieders,
Diplom-Theologe und Fundraiser, leitete die Stabsstelle Fundraising der Erzdiözese Freiburg seit 2007. Vorher war er Leiter des Fundraisingbüros im Bistum Hildesheim. Mitte dieses Jahres übernimmt Schnieders eine neue berufliche Aufgabe in der Beratung.
▶ **www.ebfr.de**

frc Spenden MANUFAKTUR
Fundraising Communicators

Mein letzter Wille geschehe

Wie gestalten sich Kontaktaufnahme und Beziehung zu potenziellen Nachlass-Spendenden? Was kann man ansprechen und was erfährt man zwischen den Zeilen? Wie verträgt sich emotionale Nähe mit der Frage nach klingender Münze, und wie erreicht man Augenhöhe bei einem Gespräch über den Tod und das, was bleibt?

Seit 2012 haben wir in sensiblen Gesprächen mit tausenden Nachlass-Interessierten genau diese Fragen erörtert und entwerfen gerne zusammen mit Ihnen eine maßgeschneiderte, einfühlsame Kampagne zum Thema.

Sprechen Sie uns an, bevor die Liebe erkaltet, denn:
Persönlicher Kontakt ist immer die beste Wahl.

FRC Spenden Manufaktur GmbH
Alt-Moabit 89, 10559 Berlin
+49 30 23 32 91 17
h.menze@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.de

Bankkredit fürs Fundraising

Wachstum durch Fremdfinanzierung: Österreichs Erste Bank eröffnet neue Chancen

Wer kennt das nicht: Da ist eine Fundraising-Idee; man sieht die Chance, wirklich einen substanziellen Wachstumsschritt für die eigene Organisation zu machen. Doch das kostet natürlich Geld. Wo nehme ich jetzt mein Investitionskapital her? Da beißt man sich dann oft in den Budgetverhandlungen oder beim Vorstand die Zähne aus: „Die Fundraiser sind schließlich dazu da, Geld hereinzuholen und nicht auszugeben", heißt es dann.

Von GEORG DUIT und STEFANO MASSERA

Überall im Marketing ist es vollkommen klar, dass ich zuerst investieren muss, um in der Folge dann die Früchte ernten zu können. Nur im Fundraising soll sich alles sofort rechnen. Selbst Vorstände in NPOs, denen diese Mechanismen aus ihren eigenen Unternehmen nur allzu vertraut sind, sehen dies durch die NPO-Brille plötzlich ganz anders. Wenn es darum geht, mit einem mehrjährigen Plan die Sinnhaftigkeit eines Investments im Fundraising darzustellen, stößt die mühevolle Überzeugungsarbeit in der eigenen Organisation oft an ihre Grenzen.

In vielen Fällen liegt der Grund für diese Ablehnung an den fehlenden finanziellen Mitteln der NPO. Alternativ Fundraising-Wachstum durch Fremdfinanzierung sicherzustellen, war bis vor Kurzem ein absolutes No-Go.

Aus Sicht eines Vorstands ist dies natürlich auch nachvollziehbar gewesen: Erstens hatten Banken kein detailliertes Know-how, wie Fundraising funktioniert, und wollten sich auch gar nicht damit auseinandersetzen. Zweitens gab es nur ganz wenige Vorstände, die das Risiko auf sich nahmen, persönlich für ein Darlehen an „ihre" NPO zu haften. Diese Hürden konnten viele ambitionierte Fundraising-Kampagnen nicht nehmen.

Letztes Jahr hat in Österreich die Erste Bank mit einer Neuerung zu einem Umdenken in der Fundraising-Szene beigetragen und ganz neue Chancen eröffnet: Der Ausgangspunkt, sich mit dieser neuen Materie auseinanderzusetzen, war ein Vertrag der Erste Bank mit dem „European Investment Fund" (EIF, Tochter der „Europäischen Investment Bank" = EIB) über einen Garantierahmen bezüglich eines Kreditvolumens von fünf Millionen Euro. Dieser Garantierahmen wurde aus dem Topf des „Employment and Social Innovation (EaSI)"-Programms der Europäischen Union gewährt, welcher innerhalb des bis 2020 definierten Strategieprogramms unter anderem der Bekämpfung von Armut und der Förderung sozialer Inklusion dient.

Ohne Hypothek oder persönliche Bürgschaft

Die Zielgruppe sind Sozialunternehmen, was gemäß EU-Definition auch als Vereine organisierte NPOs inkludiert. Dies eröffnete die Möglichkeit, für diesen Finanzierungsbedarf einen Kredit anzubieten, bei dem nicht nur auf dingliche Sicherheiten (wie eine Hypothek auf ein Grundstück oder die Verpfändung eines Wertpapier–Depots), sondern auch auf die persönliche Bürgschaft der involvierten Personen verzichtet wird.

Überprüfte Plausibilität und fundierte Kalkulation als Sicherheit

Das entscheidende Kriterium für eine positive Kreditentscheidung ist die Beibringung einer fundierten Kalkulationsunterlage durch die beauftragte Agentur, aus der hervorgeht, dass die Rückführung des Kredites innerhalb der vereinbarten Laufzeit gewährleistet erscheint und dabei auch genügend Mittel erwirtschaftet werden, um den Vereinszweck in einem sinnvollen Ausmaß zu erfüllen. Wichtig ist dabei die Überprüfung der Plausibilität der getroffenen Annahmen bei den Spendeneingängen, was aufgrund von konkreten Erfahrungswerten erfolgen sollte.

Die Garantie des EIF ist kostenlos – der Zinssatz beträgt derzeit 3,75 Prozent über den EURIBOR. Die Laufzeit beträgt maximal 5,5 Jahre (davon ½ Jahr tilgungsfrei). Zahlreiche Fundraising-Kampagnen haben

nun innerhalb des letzten Jahres schon von dieser Art der Vorfinanzierung profitiert.

Erste Erfolgsbeispiele

Da gab es Neuspender-Gewinnung durch Face-to-Face-Fundraising genauso wie Bindungskampagnen via Telefonmarketing. Klassisch dabei natürlich auch Prospect-Mailings (PMs) zur Gewinnung von Neuspendern. Dies hat unter anderem die Kindernothilfe Österreich gemeinsam mit der Fundraising-Agentur fundoffice GmbH aus Wien umgesetzt: Tests von PMs im Frühjahr 2017 haben in kleineren Auflagen (10 000 bis 30 000 Stück) Ergebnisse geliefert, die die Basis für die Planung eines Wachstumsschrittes lieferten. Um das Risiko in der Umsetzung zu minimieren, wurde die Strategie gewählt, zwei unterschiedliche Mailing-Packages zu zwei verschiedenen Zeitpunkten im Herbst 2017 in jeweils größeren Auflagen einzusetzen. Teil der Vorfinanzierung war auch der Einsatz des Telefonmarketings zur unmittelbaren Bindung der Spender.

Das Ziel, die Anzahl der aktiven Spender in der Hausliste durch die Maßnahme um 15 Prozent zu steigern, wurde übertroffen. Die ersten Monate zeigen auch, dass der Weg zur zweiten Spende (Bindung), der ja für die Refinanzierung des Investments essenziell ist, sehr gut funktioniert. Dadurch wird der Break-Even für diese Neuspender-Gewinnung deutlich vor dem Ablauf der Rückzahlung des Darlehens erreicht.

Für Gottfried Mernyi, Geschäftsführer der Kindernothilfe Österreich, ist „diese Maßnahme ein voller Erfolg, weil sie nachhaltig wirkt. Für einen ehrenamtlichen Vorstand wie bei uns in der Kindernothilfe bietet diese Form des Darlehens an die NPO auch mehr Sicherheit, da keine persönliche Haftung eingegangen werden muss“.

Georg Duit ist geschäftsführender Gesellschafter der fundoffice GmbH. Sein beruflicher Ursprung findet sich im Sport-Sponsoring. Seit 1993 arbeitet er im klassischen Fundraising: zu Beginn fünf Jahre als stellvertretender Geschäftsführer des WWF-Österreich (PR, Fundraising und Marketing), später als Geschäftsführer der Österreichischen Fußball-Bundesliga, in der Folge als Fundraising-Consultant in verschiedenen Fundraising-Agenturen. Seit 2010 ist er selbstständig.
▶ www.fundoffice.at

Stefano Massera ist seit 1982 in verschiedenen Positionen im Kommerzgeschäft der Erste Bank tätig. Seit zwei Jahren verantwortet er innerhalb der Social-Banking-Aktivitäten die Betreuung der Sozialunternehmen inklusive der Spendenorganisationen und koordiniert die entsprechenden Finanzierungsangebote.
▶ www.sparkasse.at

WSAG Walter Schmid AG
DIE BESTE ADRESSE FÜR ADRESSEN

MailTec AG

Zwei Unternehmen, eine Leidenschaft:
Vom Datenmanagement bis zum fertigen Mailing alles aus einer Hand.

DATENMANAGEMENT

SPENDERADRESSEN
DIE AUSWAHL MACHT DEN UNTERSCHIED

GÖNNERSTAMM ANALYSE
FÜR MEHR TRANSPARENZ

NPO DATENBANK
FÜR EIN EFFIZIENTES DATENMANAGEMENT

ADRESSEN-SERVICE
NUR KORREKTE ADRESSEN ERREICHEN IHR ZIEL

Walter Schmid AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
wsag.ch

PRODUKTIONSMANAGEMENT

BERATUNG
PERSÖNLICH. INDIVIDUELL. LÖSUNGSORIENTIERT

PRODUKTIONSLEITUNG
MIT UNS SPAREN SIE RESSOURCEN

DIRECT MAILING
25 JAHRE ERFAHRUNG INBEGRIFFEN

GIVEAWAY
KLEINE GESCHENKE MIT GROSSER WIRKUNG

MailTec AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
mailtec.ch

Effizienter Multiplikator

Digitale Donor Journeys stärken die Spenderbindung

Unternehmen und Marken in allen Branchen sind sich darüber einig, dass das Management des Customer Lifecycles eine große Herausforderung darstellt. Auch in Non-Profit-Organisationen ist die Betreuung der Interessenten und Spender Thema. Strategisch agierende Fundraiser investieren mittels Donor Journeys in die Beziehung zu ihren Spendern. Denn gerade im hart umkämpften Spendenmarkt ist die Bindung zu Interessenten und Spendern durch zielgruppenspezifische Ansprache für jede NGO ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Von MARKUS FÜRNWEGER

Das Schlagwort „Donor Journey" begleitet Fundraiser seit einigen Jahren – und das zu Recht: Denn genau geplante Donor Journeys und zum richtigen Zeitpunkt gesetzte Touchpoints sind notwendig, um erfolgreich in die Beziehung zu den Spendern zu investieren. Denn treue Spender sind „bessere" Spender.

Vertiefung der Spenderbindung durch personalisierte digitale Donor Journey

Üblicherweise ist es im Public-Fundraising nur selten möglich, „Human Touchpoints" (persönliches Treffen zwischen Spendern und Präsident, Geschäftsführer, Projektleiter der NGO) zu setzen. Daher muss auf anderen Wegen die richtige Botschaft den richtigen Empfänger zum richtigen Zeitpunkt erreichen. Dieser Prozess findet nicht zuletzt auch online statt. Um die digitale „One-to-One Kommunikation" auf persönlicher Ebene führen zu können, sollten möglichst viele Online-Quellen berücksichtigt werden. Dazu zählen unter anderem Website, Social Media, Newsletter, Online-Petition, Kontaktformular und vieles mehr. Aber auch andere Herkünfte aus der „Offline-Welt" – wie Veranstaltungen, Telefonate, persönliche Gespräche, Straßenwerbung etc. – können ein guter Start für eine Online Donor Journey sein.

Die verfügbaren Daten müssen daher gesammelt, gespeichert, analysiert und interpretiert und daraus passende Folgeschritte gezogen werden. Das alles beeinflusst Reiseziel, -dauer und -route. So erfordern Spender, die beispielsweise über Straßenwerbung gewonnen wurden, eine andere Donor Journey als Spender, die aus eigenem Antrieb eine einmalige Online-Spende gemacht haben.

Mehr Spendeneinnahmen durch punktgenaue Online-Ansprache

Natürlich spielen in der Donor Journey auch Spendenaufrufe eine zentrale Rolle. Im Idealfall sind dabei alle Maßnahmen – egal ob on- oder offline – aufeinander abgestimmt: Direct-Mailing am Postweg, Online-Spendenaufruf per E-Mail und begleitende Social Media Postings sowie die Zusendung von SMS schaffen möglichst viele persönliche Touchpoints, die nicht nur die Spenderbindung erhöhen, sondern auch Unterstützung generieren. In diesem Prozess spielt die Online Donor Journey eine wesentliche Rolle: Durch gezieltes Remindern per E-Mail lässt sich die Bindung zum Spender erhöhen und der Fundraising-Erfolg des Spenden-Aufrufs verbessern. Fallweise eingesetzte Re-Reminder (nochmaliges Erinnern an die Spende) per E-Mail oder SMS sind eine effiziente Möglichkeit, um noch bessere Ergebnisse zu erzielen. Auff dem „klassischen Postweg" sind solch verstärkende Aktionen nicht mit vergleichbarem Aufwand realisierbar – ganz abgesehen von der zeitlichen Komponente.

Genau definierte Digitalstrategie erforderlich

Automation ist der Schlüssel zum Erfolg in der digitalen Spenderbetreuung. Das laufende Datenbeobachten und die vielen einzeln gesetzten Kommunikations-Maßnahmen erfordern, dass automatisierte Prozesse in der

Donor Journey zum Einsatz kommen. Dafür ist eine genaue „Reiseplanung" notwendig.

Kanäle weder separiert betrachten noch aufbauen!

Das oft zitiert „Silo-Denken" behindert den Aufbau erfolgreicher Donor Journeys. Wenn Fundraising-, PR- und andere Marketing-Aktionen getrennt voneinander betrachtet und durchgeführt werden, kann es passieren, dass ein Empfänger mit widersprüchlichen Informationen konfrontiert wird. Solche „Unstimmigkeiten" können beim Empfänger mitunter Verunsicherung auslösen und dazu führen, dass die Spende hinterfragt oder nicht (mehr) gegeben wird. Kanalübergreifendes Agieren sorgt für bessere Erfolge. Die Spender denken nicht in Kanälen, sondern wählen den für sie in der jeweiligen Situation am besten geeigneten Kommunikationsweg. Eine erfolgreiche Donor Journey bietet dem Empfänger und Spender „wirklichen" Mehrwert.

Aktualität und Relevanz spielen eine zentrale Rolle

Egal ob es sich dabei um einen persönlichen Geburtstagsgruß, eine Willkommens-Nachricht, eine Spenderbedankung, eine Spendenbestätigung oder einen Call-to-Action (z. B. Spendenaufruf) handelt: Nur für den User relevante Nachrichten und Informationen stärken die Loyalität des Empfängers und führen zu langfristiger Spenderbindung. Grundsatz für eine erfolgreiche Donor Journey ist nicht, dass möglichst viele Touchpoints zur Vertiefung der Spenderbindung führen. Vielmehr gilt es, die „richtigen" Touchpoints für jeden einzelnen Spender zu setzen. Das gelingt durch sorgfältiges Segmentieren der Spender und strategische Planung der Einzelaktivitäten.

Es ist wie im „echten" Leben: Sorgfältige Routen-Planung sowie die Wahl der „richtigen" Verkehrsmittel und Zwischenstopps trragen dazu bei, dass es eine schöne, lange – und manchmal auch unvergessliche – Reise wird. Mit der NGO als lieb gewonnener Reisebegleiterin ...

Markus Fürnweger ist seit 29 Jahren im Fundraising tätig und zeichnet bei der Fundraising Agentur Direct Mind für den Bereich Online-Fundraising verantwortlich. Als Experte für Digital-Fundraising unterstützt er Organisationen beim Planen und Durchführen komplexer Donor Journeys und setzt damit den Grundstein für langfristige Spenderpflege und -beziehung.
▶ www.directmind.at

TeleDIALOG Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

Die Digitale Revolution wird kommen

Große Organisationen investieren mehr in Online-Fundraising

Die „Altruja-Online-Fundraising-Studie" gibt jährlich einen Überblick über die wichtigsten Trends im Online-Fundraising. In diesem Jahr konzentrierten sich die Experten der Digital-Agentur auf die Frage, wie die größten Organisationen ihre Spenden online generieren.

Von KURT MANUS

Ziel der neuen Online-Fundraising-Studie-Spezial „Die digitale Revolution?!" ist es, einen Blick hinter die Kulissen der großen Organisationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz (D-A-CH) zu geben und zu zeigen, was andere Organisationen davon lernen können. „Wir haben mit dieser Studie die Trends aufgedeckt, die in den kommenden Jahren unverzichtbar sind. Die befragten Expertinnen und Experten im Online-Fundraising geben zudem zahlreiche praktische Tipps, mit denen Organisationen ihr Online-Fundraising weiter nach vorne bringen können", so Sarah Wetzel von Altruja.

Mehr Investitionen ins Online-Fundraising

Ein erstes Ergebnis der Studie war zu erwarten: Große Organisationen investieren deutlich mehr ins Online-Fundraising. Waren es in den Studien der vergangenen Jahre eher bis 10 000 Euro, sind die Zahlen jetzt deutlich anders. 25 Prozent der teilnehmenden Organisationen investieren bis zu 20 000 Euro. 19 Prozent geben zwischen 100 000 und 300 000 Euro aus, und bei sechs Prozent sind es sogar mehr als 300 000 Euro. Und dabei sind noch keine Personalkosten mit eingerechnet. Die Einbindung einer Software zum Spenden sammeln ist bei den großen Organisationen völlig normal.

Hohe Relevanz hat auch das Thema Anlassspenden: 71 Prozent aller befragten Organisationen animieren ihre Spenderinnen und Spender zum Beispiel, zu Jubiläen auf Blumen zu verzichten und stattdessen an die Organisationen spenden zu lassen, auch online.

Facebook ist wichtiger Kommunikationskanal

Ein deutlicher Trend zeigt sich in der Kommunikation. Eine Website ist inzwischen Standard, doch auch Social Media ist unverzichtbar. Facebook ist mit 97 Prozent parallel zur Website der wichtigste Kommunikationskanal. Direkt darauf folgen Newsletter und Youtube. Social Media ist und bleibt also wichtiger Bestandteil für erfolgreiches Online-Fundraising.

Ein besonderer Trend zeigt sich auch im Bereich Mailing. Lediglich zwölf Prozent der großen Organisationen senden gar keinen Newsletter, 88 Prozent dagegen wenden sich mindestens einmal im Quartal – knapp zehn Prozent sogar mindestens einmal wöchentlich – an ihre Förderer und Interessenten. Auch Spendenmailings und Marketing-Automationen gewinnen deutlich an Zuwachs. Die Befragten sind sich hier einig: Aktuell und zukünftig kann nicht auf das klassische Spendenmailing verzichtet werden.

Klassische Spendenkanäle liegen vorn

Platz e1ins der wichtigsten Spendenkanäle nimmt klar das Post-Mailing ein, gefolgt von Unternehmensspenden und Mitgliedsbeiträgen, die sich Platz zwei teilen. Schon auf dem nächsten Platz steht das Online-Fundraising. Auch hier wird deutlich, dass große Organisationen bereits Erfolge erzielen und einen Vorsprung haben.

Einig sind sich (fast) alle, dass der Bereich Online-Fundraising weiter wachsen und in den kommenden Jahren unverzichtbar werden wird – auch wenn die Entwicklung im Raum D-A-CH insgesamt langsamer läuft als in anderen Regionen der Welt.

Die Veröffentlichung steht zum kostenlosen Download zur Verfügung.

▶ www.altruja.de/online-fundraising-studie.html

kulturmarken jahrbuch

Buchen Sie Ihren Eintrag bis 15.7.2018!

Der Verkaufskatalog für Ihre Sponsoringlizenzen an die Wirtschaft

kulturmarken gala

Night of Cultural Brands am 12.11.2018 im Radialsystem V in Berlin

Preisverleihung der Europäischen Kulturmarken-Awards

kulturmarken award

Bewerben Sie sich bis 31.8.2018!

Der Wettbewerb für Kulturmanagement, Kulturmarketing und Kulturförderung

kulturinvest kongress

10 Jahre kultur invest

Buchen Sie Ihr Ticket für den 12./13.11.2018 im Radialsystem V in Berlin

Das führende Forum für Kulturanbieter und Kulturförderer

kulturmarken.de

Informationen, Veranstaltungstickets und Sponsoringlizenzen

Das Online-Portal für Kulturmarketing und Kultursponsoring in Europa

15 Jahre Beratung, Veranstaltungen und Medien für Kulturkommunikation, -Marketing und -Sponsoring

causales®

MAI

Wirkungsvolle Kommunikation – vor Publikum sicher auftreten
24.05., Bern
www.kampagnenforum.ch

Kampagnenstrategie
25. & 26.05., Berlin
www.campaigning-academy.com

Fundraising Forum
26.05., Altenkirchen/Westerwald
www.netzwerk-m.de

Gemeinsam sind wir erkennbarer: Öffentlichkeitsarbeit in Kirchspielen und Kirchenbezirken
26.05., Dresden
www.ehrenamtsakademie-sachsen.de

Strategie- und Organisationsentwicklung für NPOs
28. & 29.05., Berlin
www.ehrenamt.de

Förderermagazine als Spenderbindungsmittel
29.05., Zürich
www.npo-akademie.ch

Wirkungsvolles Stiftungsfundraising
29.05., Basel
www.nonprocons.ch

Tagung Umweltjobs
29.05., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Erbschaftsakquisition und Nachlassabwicklung
29.05., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

9. Sozialkongress der Diakoniestiftung
29.05., Bad Blankenburg
www.thueringer-ehrenamtsstiftung.de

Kommunikative Kompetenz – Probleme lösen durch Kommunikation
30.05., Berlin
www.npo-akademie.de

Storytelling – Wie aus Fakten Geschichten werden, die begeistern und unterhalten
30.05., Zürich
www.npo-akademie.ch

Online-Fundraising
30.05., Mannheim
www.fundraisingakademie.de

JUNI

Fundraising-Leuchtturm. Kompakt-Seminar für Ihren ERSTEN Schritt zur Fundraising-Datenbank
01.06., Mülheim an der Ruhr
www.cloud-und-rueben.org

Anlass-Spenden
04.06., Köln
www.bfs-service.de

Umstrukturierung von Vereinen und gGmbHs
04.06., Frankfurt am Main
www.winheller.com

Bildungsfundraising
05.06., Berlin
www.npo-academy.com

Erbschaftsfundraising in und für Stiftungen
05.06., Berlin
www.esv.info

Rhetorisches Aikido – erfolgreich gegen Stammtischparolen argumentieren
05.06., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Good Corporate Governance in Caritas und Diakonie
05.06., Köln
www.solidaris.de

Forum Vermögensmanagement
05.06., Hamburg
www.stiftungsakademie.de

Erfolgreiches Stiftungs-Fundraising
05.06., Wien
www.fundraising.at

Begeistern und gewinnen
06.06., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
06.06., Köln
www.winheller.com

Machen Sie aus jedem Mitarbeiter eine(n) Fundraiser(in): Multiplikatorenschulung für FR-Verantwortliche in Verbänden
07.06., München
www.munichfundraising.school

Großspendergespräch
07.06., Würzburg
www.fundraisingakademie.de

Fundraising Forum Frankfurt
07.06., Frankfurt am Main
www.fundraising.ekhn.de

ABC des Umsatzsteuer- und Gemeinnützigkeitsrechts
07.06., Freiburg
www.solidaris.de

Treffen der Fachgruppe Förderstiftungen für Kleine
07.06., Zürich
www.swissfundraising.org

Fortbildung: Leitung einer Freiwilligenagentur
07. & 08.06., Frankfurt am Main
www.bagfa.de

Recht und Steuern: rechtliche und steuerliche Aspekte für Stiftung
08.06., München
www.munichfundraising.school

Happy major donors: Großspender finden und binden mit Events
08.06., München
www.munichfundraising.school

Geldauflagenmarketing
08.06., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Start Fortbildungskurs Fundraising 2018
08.06., München
www.ebw-muenchen.de

4. Campaign Boostcamp
10.–15.06., Berlin
www.campaignboostcamp.de

Einführung in das professionelle Fundraising
11.06., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Fundraising für Hochschulen
11. & 12.06., Bonn
www.hochschulverband.de

Strategische Fundraising-Planung
12.06., Basel
www.nonprocons.ch

Videos mit dem Smartphone selbst produzieren
12. & 13.06., Köln
www.npo-academy.com

Weiterbildungsmöglichkeiten im CAS Kommunikation für Nonprofit-Organisationen
13.06., Olten
www.fhnw.ch

NPO-Management in der Praxis: Gemeinnützige Organisationen führen (3 Module)
13.06. – 28.11., Berlin
www.ehrenamt.de

Stiftungen in Veränderungsprozessen
14.06., München
www.munichfundraising.school

Vermögensmanagement in kleineren Stiftungen
14.06., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar zum Schreiben eines gemeinnützigen Förderantrages
14.06., Stuttgart
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

4. Fachtagung für Kulturfundraising und -sponsoring
14.06., Wien
www.kultur.fundraising.at

6. Fundraisingtag der Bank für Kirche und Diakonie
14.06., Dortmund
www.kd-bank.de

Effektiv und effizient führen – Erfolgreiche Führungsarbeit in Verbänden und Stiftungen
14. & 15.06., München
www.munichfundraising.school

Einsteigerworkshop für potenzielle regionale Mittler für Corporate Citizenship und Unternehmenskooperationen
14.06., Frankfurt am Main
www.upj.de

Stiftungsgründung und Gestaltung: ein professioneller Einblick in die Welt der Stiftungen
15.06., München
www.munichfundraising.school

Regionaler Impulsworkshop „Neue Verbindungen schaffen – Unternehmenskooperationen vor Ort initiieren
15.06., Mainz
www.upj.de

Spendenbriefe
15.06., München
www.ebw-muenchen.de

Aufbaukurs: Fundraising für NPOs
15.06., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Seminar zum Schreiben eines gemeinnützigen Förderantrages
15.06., Hamburg
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

Fundraising-Festival der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers
16.06., Hannover
www.fundraising-festival.wir-e.de

Gute Taten brauchen gute Daten
16.06., Frankfurt am Main
www.transparenz-leicht-gemacht.de

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
18. & 19.06., Regensburg
www.katholischeakademie-regensburg.de

Freiwilligenkoordinator/-in – Basiskurs
18.–20.06., München
www.ebw-muenchen.de

Fit für die Medien Verständnis für die „andere" Seite als Basis für erfolgreiche Kommunikation
19.06., München
www.munichfundraising.school

Blockchain für Fundraiser_innen
19.06., Frankfurt am Main
www.cloud-und-rueben.org

Stiftungsmanagement – Die Grundlagen
19.06., München
www.stiftungsakademie.de

Kapitalkampagne: Der Turbo im Fundraising – Große Geber in kurzer Zeit bewegen
19.06., Köln
www.fundraisingakademie.de

Gut versichert im Ehrenamt
19.06., München
www.ebw-muenchen.de

17. Schweizer Stiftungssymposium
19. & 20.06., St. Gallen
www.swissfoundations.ch

European Fundraising School: Developing Major Gifts
19. & 20.06., Berlin
www.fundraising.at

DFRV-Regionalgruppentreffen München
20.06., München
www.fundraisingverband.de

Ihr Termin fällt hier nicht auf?

Mit einer Kalender-Anzeige im Fundraiser-Magazin machen Sie effektiv Werbung für Ihre Veranstaltungen. Sorgen Sie hier für mehr Bekanntheit und laden Sie neue Besucher ein!

Eine Kalender-Anzeige im Fundraising-Kalender (42 mm breit x 42 mm hoch) kostet **nur 99,– €***

Senden Sie bitte einfach Ihre Veranstaltungshinweise und Kalender-Anzeigen an: termin@fundraising-kalender.de
Redaktionsschluss und Erscheinungstermin erfahren Sie unter www.fundraiser-magazin.de

Haben Sie Fragen zu Kalender-Anzeigen, sprechen Sie bitte mit Matthias Daberstiel.
Telefon: +49 (0)3 51/8 76 27-70, termin@fundraising-kalender.de

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Kalender-Anzeigen!

Kompaktseminar: Fundraising in der Praxis
20.06., Würzburg
www.fundraisingakademie.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination
20.–22.06., Berlin
www.ehrenamt.de

Das 1×1 der Projektfinanzierung – Fördermittel und Online-Fundraising
20.–22.06., Berlin
www.foerdermittelbuero.de

Zweimoduliger Zertifikatslehrgang Hochschulfundraising
20.06.–30.09., Münster
www.weiterbildung.uni-muenster.de

Ohne gute Netzwerke geht gar nichts im Fundraising
21.06., München
www.munichfundraising.school

SwissFundraisingDay 2018
21.06., Bern
www.swissfundraisingday.ch

Fördergelder für Vereine und NPOs
21.06., Köln
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

Steuer-Update für NPOs
21.06., Mainz
www.solidaris.de

Fundraising für Vorstände und Geschäftsführer: Was kann ich davon erwarten?
22.06., München
www.munichfundraising.school

Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln (Kurzlehrgang)
22.06., Berlin
www.ebam.de

Storytelling für Fundraiser
22.06., Berlin
www.doo.net

Great Fundraising
22.06., Bern
www.swissfundraising.org

Spender glücklich machen
23.06., Leipzig
www.transparenz-leicht-gemacht.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
25.06., Mannheim
www.winheller.com

European Fundraising School: Fundraising Intensive
25.–27.06., Wien
fundraising.at

Kompaktseminar: Fördermittel für NPOs
27.06., Hannover
www.kompakt.foerder-lotse.de

8. Kirchlicher Stiftungstag der Bank für Kirche und Diakonie
27.06., Schwerte
www.kd-bank.de

Projektmanagement in Stiftungen
27. & 28.06., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Fundraising TAG
STUTTGART,
28. JUNI 2018
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Fundraisingtag Stuttgart
28.06., Filderstadt
www.fundraisingtage.de

European Fundraising School: Building your Major Donor Journey
28. & 29.06., Wien
fundraising.at

Wirkungsorientiertes Investieren – bye bye Fundraising?
29.06., München
www.munichfundraising.school

JULI

Social Impact Camp Austria
02. & 03.07., Wien
www.social-reporting-standard.de

Verkauf im Fundraising I – Mach Deinen Deal!
03.07., München
www.munichfundraising.school

Warum Menschen spenden
03.07., Hamburg
www.fundraisingakademie.de

Instagram für Non Profits
03.07., Berlin
www.okayfactor.com

Ehrenamtskongress 2018
06. & 07.07., Nürnberg
www.ehrenamtskongress.de

Intensivseminar Stiftungswesen
09.07., Berlin
www.web.maecenata.eu

Nah dran: Fachtagung des Bundesprogramms „Zusammenhalt durch Teilhabe"
10. & 11.07., Potsdam
www.zusammenhalt-durch-teilhabe.de

Fundraising – Eine Einführung
14. & 15.07., Berlin
www.programm.bildungswerk-boell.de

Fundraising für Stiftungen: Erfolgreiche Strategien in schwierigen Zeiten
20.07., München
www.munichfundraising.school

Erbschaftsmarketing – strategisches Vorgehen für ein erfolgreiches Erbschaftsmarketing
20.07., München
www.munichfundraising.school

AUGUST

Fundraising-Leuchtturm. Kompakt-Seminar für Ihren ERSTEN Schritt zur Fundraising-Datenbank
01.08., Mülheim an der Ruhr
www.cloud-und-rueben.org

Blocklehrgang Stiftungsmanager
13.–23.08., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln (Kurzlehrgang)
17.08., Berlin
www.ebam.de

Start: Zertifikatslehrgang CAS Kommunikation & Wirkungsmessung in NPO
20.08., Basel
www.ceps.unibas.ch

Einführungskurs: Fundraising für NPOs
24.08., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Start: Modulare Fortbildung Führen und Managen im Non-Profit-Bereich
28.08., Berlin
www.kbw.de

Basler Stiftungstag 2018
28.08., Basel
www.stiftungsstadt-basel.ch

Fundraising TAG
DRESDEN,
30. AUGUST 2018
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Sächsischer Fundraisingtag
30.08., Dresden
www.fundraisingtage.de

Treffen der Fachgruppe Förderstiftungen für Große
30.08., Zürich
www.swissfundraising.org

SEPTEMBER

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
03.09., Dortmund
www.winheller.com

Profitieren von Unternehmens-Kooperationen – Spenden, Sponsoring und Stiftungsgelder
03. & 04.09., Tromm, Wald-Michelbach
www.odenwaldinstitut.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination
03.–05.09., Berlin
www.ehrenamt.de

Seminar: Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
04.09., Berlin
www.winheller.com

Hildesheimer Tag des Stiftungsmanagements
06.09., Hildesheim
www.stiftungen.org

OWL goes Fundraising
06.09., Bielefeld
www.owlgoesfundraising.com

mailingtage 2018
06.09., Frankfurt am Main
www.mailingtage.de

Effektiv und effizient führen – Erfolgreiche Führungsarbeit in Verbänden und Stiftungen
06. & 07.09., München
www.munichfundraising.school

Mit einem Bein im Monsun und mit dem anderen in der Cloud: Wie die digitale Transformation die Entwicklungszusammenarbeit verändern wird
06. & 07.09., Münster
www.cloud-und-rueben.org

FairFriends
06.–09.09., Dortmund
www.fair-friends.de

Markterfolg durch eindeutige Markenpositionierung
07.09., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Qualität analysieren. PowerPivot für NPOs. Neue Möglichkeiten an Excel entdecken und clever nutzen
07.09., Mülheim an der Ruhr
www.cloud-und-rueben.org

Crowd Campaigning
07.09., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Modularer Zertifizierungslehrgang: Stiftungsmanager
07.09.–18.12., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Spender glücklich machen
08.09., Köln
www.transparenz-leicht-gemacht.de

Zweimoduliger Zertifikatslehrgang: Strategie, Innovation und Wirkung
08.–30.09., Münster
www.weiterbildung.uni-muenster.de

Online-Fundraising
10.09., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
10.09., Hamburg
www.winheller.com

Fit für die Öffentlichkeit – Schwerpunkt Pressearbeit
11.09., München
www.munichfundraising.school

Storytelling für Fundraiser
11.09., Berlin
www.doo.net

Fit für die Öffentlichkeit – Schwerpunkt Personal Performance
12.09., München
www.munichfundraising.school

Basiswissen Stiftung – Rechnungslegung und Prüfung
12.09., München
www.stiftungsakademie.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
12.09., Dortmund
www.winheller.com

Großspendergespräch
13.09., Münster
www.fundraisingakademie.de

Großspender-Fundraising – immer auf der Suche nach den reichen Förderern
13. & 14.09., München
www.munichfundraising.school

3. Leipziger NPO-Forum
14.09., Leipzig
www.leipziger-npo-forum.de

Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
14.09., Berlin
www.winheller.com

Major Donors finden – gewinnen – binden
14.09., Zürich
www.kampagnenforum.ch

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND
FACHTAGUNG
Fundraising für Stiftungen
28. Sept. 2018
STUTTGART
Infos unter www.dfrv.de

WWU
Nonprofit-Management & Governance
Berufsbegleitender Masterstudiengang an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster
Starttermin: 1. Oktober 2018
www.wwu-weiterbildung.de/npm
wissen.leben
WWU Weiterbildung

MUSEUMS MANAGEMENT TAGUNG
12. und 13. November 2018
Erfolg durch Personal.
Ansätze und Perspektiven des Personalmanagements in Museen
www.arbeitskreis-museumsmanagement.de

Flaggschiff mit Schlagseite?

Der 25. Deutsche Fundraising Kongress hat nicht jeden überzeugt

Es ist die wichtigste Veranstaltung des Deutschen Fundraising Verbands im Jahr, zumindest sollte man das meinen. Trotzdem ist das Interesse vor allem bei „alten Hasen" am Deutschen Fundraising Kongress nicht so ausgeprägt, wie es sein könnte. Nach 25 Jahren scheint dieses Flaggschiff nicht ganz auf idealem Kurs zu sein. Woran liegt das?

Von RICO STEHFEST

Der Cyber-Aktivist und ehemalige WikiLeaks-Sprecher Daniel Domscheit-Berg sieht eine der wichtigsten Aufgaben einer Organisation darin, proaktiv transparent zu sein.

Sagen wir es so: Den Deutschen Fundraising Kongress als Marke wahrzunehmen, fällt nicht leicht. Für Neulinge in der Branche ist eine Veranstaltung derartigen Ausmaßes natürlich nach wie vor ein Füllhorn an Informationen, Inspirationen und neuen Kontakten. Wer aber bereits mehr als einen Kongress kennt, schaut mit anderem Blick auf die Details. Neulinge werden wohl auch kaum wahrgenommen haben, wie es hinter der verschlossenen Tür bei der Mitgliederversammlung des Verbandes gekracht hat.

Programm ließ Wünsche offen

Hinsichtlich des diesjährigen Programms sah es nicht unbedingt so aus, dass man gern mehrere Sessions gleichzeitig besucht hätte. Auch inhaltlich gab es einige Auffälligkeiten. So boten manche 90-minütigen Seminare den Referenten Gelegenheit, alle in deren Augen nur halbwegs relevanten Punkte in epischer Breite zu präsentieren, wohingegen andere Referenten in ihren 45 Minuten kaum ihren Stoff bewältigt bekamen. Zeit für Diskussionen blieb da mitunter kaum.

Nach einer wunderbar inspirierenden Keynote des Cyber-Aktivisten und ehemaligen WikiLeaks-Sprechers Daniel Domscheit-Berg, fand nachmittags das Seminar zum Thema Blockchain enormen Zulauf. Ausgerechnet dieses Seminar fand in einem der kleineren Räume statt. War das nicht abzusehen?

So ein Kongress sollte aber nicht allein durch sein Programm anziehen. Von einer Pflicht-Veranstaltung für „jeden" ist das Format aber definitiv entfernt, auch, wenn nach offiziellen Angaben in diesem Jahr mehr Teilnehmer gezählt wurden als 2017.

Das begrenzte Interesse könnte auch daran liegen, dass der Verband nicht stark genug im Rahmen des Kongresses als Gastgeber auftritt. So hat zwar Marita Haibach (Major Giving Institute) klar formuliert, dass sich der Verband mehr Mitglieder wünscht. Was aber tat dieser dafür?

Wo war eigentlich der Verband?

Im Rahmen der Gala als Kern des Events stand er nicht im Vordergrund. Geschäftsführer Arne Peper ist zwar mit einer netten Geste von Martin Dodenhoeft als Vorsitzendem des Verbandes verabschiedet worden, aber im Saal hat sich dafür kaum jemand interessiert. Die Gespräche an den Tischen waren wichtiger. Verübeln kann man es kaum jemandem, wenn man bedenkt, dass das eng getaktete Veranstaltungsprogramm alles andere als günstig für entspanntes und so überaus wichtiges Networking gestrickt ist. Und die neue Geschäftsführerin des Verbandes? Wie war noch mal ihr Name? Auf der Bühne gesehen hat man sie jedenfalls nicht. Die Verleihung der Fundraising-Preise fand im Durchmarsch statt. Die Preisträger erhielten zwar Blumen, aber keine Gelegenheit, ein paar Dankesworte an das Publikum zu richten.

Werte und Visionen kommunizieren

Beziehungspflege, Markenpositionierung, Dialog. In der Fundraising-Branche sind das eigentlich keine Fremdwörter. Hatte der Verband dann für die abschließende Keynote ausgerechnet den SPD-Politiker Jörn Thießen eingeladen, damit er mal zeigt, wie man seine Hausaufgaben macht? Zumindest wusste er viele kluge Worte darüber zu formulieren, wie gute Führung aussieht. So meinte er beispielsweise, Werte und Visionen müssten ständig kommuniziert werden. „Alles, was nur aufgeschrieben ist, neigt dazu, abgeheftet zu werden", so Thießen. Nota bene!

Warum so schüchtern, wir sind die Guten!

Die Fundraisingtage Berlin-Brandenburg und Sachsen vereinen Profis und Einsteiger

Motivation ist einer der ganz entscheidenden Aspekte, die einen erfolgreichen, aber gleichzeitig zufriedenen Fundraiser ausmachen. Motivation will aber immer wieder erneuert werden. Darauf verweist der Abschlussvortrag „Warum so schüchtern, wir sind die Guten!“ von Matthias Daberstiel, Herausgeber des Fundraiser Magazins, anlässlich des Sächsischen Fundraisingtags am 30. August in Dresden. Natürlich wird er auch verraten, wie das geht. Vorher sind aber noch jede Menge Seminare zu erleben, die thematisch die Qual der Wahl lassen. Wie immer gibt es auch umfassend einführende Themen für Einsteiger. So erläutert Nico Singer vom Umweltbund Leipzig e. V., wie man mit schmalem Budget Fundraising aufbauen kann. Digitale

Themen stehen ebenso auf dem Programm wie Großspender- und Nachlassfundraising.

Mit letzterem Thema ist Almuth Wenta vom BUND auch Gast des Fundraisingtags Berlin-Brandenburg, der dieses Jahr am 20. September in einer neuen Location stattfindet. Die Alte Börse in Berlin Marzahn (Foto) bietet mit ihren individuell eingerichteten Räumlichkeiten viel Platz für intensiven Austausch. Online-Videos, Förderkreise und Telefonfundraising werden nur einige der Themen sein. Die Teilnehmer werden ebenso in Sachen Pitching für Unternehmenskooperationen fit gemacht und erfahren, an welchen Schrauben sie in ihrer Organisation drehen müssen, um eine möglichst gute Institutional Readiness zu erreichen. Wenn das mal nicht zur Teilnahme motiviert!

Sächsischer Fundraisingtag am 30. August an der Technischen Universität Dresden; Fundraisingtag Berlin-Brandenburg am 20. September in der Alten Börse Marzahn, Berlin

▶ **www.fundraisingtage.de**

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Unternehmerische Verantwortung als Beruf

Wir informieren Sie gerne unter (069) 580 98 - 321, oder
senden Sie eine Mail an: pbuschkaemper@fundraisingakademie.de

www.fundraisingakademie.de

In Kooperation mit

KOMPASS

FundConsult

Spitze oder Breite?

Die achte Ausgabe des Basler Stiftungstages steht unter der Überschrift „Spitze oder Breite? Die Strategien von operativen und fördernden Stiftungen". Neben der Möglichkeit für Stiftungen aus Basel und der Region, sich und ihre Arbeitsschwerpunkte zu präsentieren, erwartet die Teilnehmer ein Veranstaltungsprogramm, das alle sowohl in der Spitze als auch in der Breite begeistern will.

8. Basler Stiftungstag am 28. August in der Musik Akademie
▶ **www.stiftungsstadt-basel.ch**

Schweizer Branchentreff

In Bern findet im Juni wieder der SwissFundraisingDay statt

Sechs Workshops, drei Fallbeispiele und drei Plenumsreferate zu aktuellen Themen: Das sind die Rahmendaten des 10. SwissFundraisingDay, der erneut von Felicitas Dunekamp, Vorstandsmitglied von Swissfundraising, moderiert wird. Das Eröffnungsreferat hält der britische Fundraising-Experte Alan Clayton, der in der Branche wohl weitreichend bekannt sein sollte. Auch Daniel Graf, ehemaliger Sprecher von Amnesty International, kennen viele Fundraiser. Er wird das Mittagsreferat halten und dabei mit Sicherheit ein Plädoyer für die Demokratie in den Mittelpunkt stellen. Die Themen der Workshops lesen sich nicht weniger spannend: Corporate Fundraising, erfolgreiches Verknüpfen von Online- und Offline-Kampagnen sowie der Aufbau einer Fundraising-Kultur in der eigenen Organisation sind nur einige. Die beiden Gewinner des SwissFundraising Awards, dessen Verleihung wie immer der Höhepunkt der Verleihung sein wird, erhalten eine kostenlose Teilnahme für den nächsten International Fundraising Congress.

10. SwissFundraisingDay am 21. Juni in Bern
▶ **www.swissfundraisingday.ch**

Social Impact erreichen

Erst Köln, dann München, jetzt Frankfurt. Das Social Impact Camp erfreut sich weiter großer Beliebtheit. Die diesjährige Ausgabe in Frankfurt am Main beinhaltet auch die Verleihung des Preises „Social Reporting Champ". Bis 22. Juni können sich dafür Organisationen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz bewerben, indem sie ihren SRS-Jahresbericht einsenden. Und Wien macht jetzt auch mit: Am 2. und 3. Juli findet dort das erste Social Impact Camp Austria statt.

Social Impact Camp #3 vom 26.–28. September in Frankfurt am Main
▶ **www.social-reporting-standard.de**

Mittler werden

Brücken bauen zwischen Wirtschaft, Staat und gemeinwohlorientierten Akteuren der Zivilgesellschaft in der eigenen Region: Wer das tun und ein Mittler für Unternehmenskooperationen werden will, dem sei der Workshop des UPJ-Netzwerkes im Juni in Frankfurt am Main ans Herz gelegt. Die Veranstaltung wendet sich explizit an Einsteiger und ist kostenfrei. Die Teilnehmer werden unter anderem über Geschäftsmodelle von Mittlerorganisationen sowie Leistungen und Handlungsfelder regionaler Mittler informiert.

Regionaler Mittler für Unternehmenskooperationen am 14. Juni in Frankfurt am Main
▶ **www.upj.de**

Anträge schreiben

Erfolgreich Förderanträge für gemeinnützige Projekte zu verfassen ist kein Hexenwerk. Der Bildungsnetzwerk Verein und Ehrenamt e. V. bietet deshalb Mitgliedern und Mitarbeitern von Vereinen, gemeinnützigen Organisationen und Trägern der Kultur- und Sozialwirtschaft ein entsprechendes Seminar, in dem Text- und Antragsbausteine entwickelt werden können. Die richtige (Muster-)Budgetierung ist ebenfalls Thema des Seminars.

Seminar zum Schreiben eines gemeinnützigen Förderantrages am 14. Juni in Stuttgart
▶ **www.knowhow-fuers-ehrenamt.de**

Kurzgefasst …

Anlass-Spenden

So schön und wichtig sie auch sind, sind sie doch in der Regel administrativ nur aufwendig zu bearbeiten. Anlass-Spenden kann man aber genauso systematisch verarbeiten wie alle anderen Spenden. Wie das geht verrät Peter Strzeletz (Microplan) am 4. Juni in Köln. Die Teilnehmer erhalten Ablaufmuster mit Word- und Excel-Vorlagen und ein kleines MS Access-Tool.

▶ www.bfs-service.de/Seminare/anlass-spenden.html

Vermögen kleiner Stiftungen

Stiftungen stehen stets vor der Herausforderung, Risiko und Ertrag optimieren zu müssen. Das Seminar der Stiftungsakademie am 14. Juni in Berlin vermittelt mögliche Ansätze des Vermögensmanagements wie Impact Investment und nachhaltige Kapitalanlagen. Die Relevanz von Anlagerichtlinien für Stiftungen mit weniger als eine Million Stiftungsvermögen wird in den Fokus genommen.

▶ www.stiftungsakademie.de/veranstaltungen

Instagram für Non-Profits

Die Möglichkeiten digitaler Känale sind vielfältig. Wie NGOs die Foto-Plattform Instagram nutzen können, zeigt Jan Heilig in seinem Seminar für Einsteiger. Er zeigt am 3. Juli in Berlin die Möglichkeiten des Smartphones auf, verrät, wie man Follower bekommt und stellt die besten Design-Apps für die Bildbearbeitung vor. Zusätzlich wird er auch auf das Erstellen von Videos eingehen.

▶ www.okayfactor.com

Spender glücklich machen

Wie man transparente Strukturen aufbaut, organisiert und darüber berichtet, können die Teilnehmer des Grundlagen-Workshops des Deutschen Spendenrats am 23. Juni in Leipzig erfahren. Welche Hürden gibt es im Gemeinnützigkeits- und Steuerrecht? Auch dieser Frage geht der Workshop nach. Die Referenten kommen aus der Wirtschaftsprüfung und dem Best-Practice-Bereich.

▶ www.transparenz-leicht-gemacht.de/workshops/termine

4. Fachtagung Kulturfundraising und -sponsoring

„I wish I'd thought of that" ist ein Veranstaltungsprogramm der nächsten Kulturfundraising-Fachtagung des Fundraising Verband Austria am 14. Juni in Wien. Dabei stellen Teilnehmer originelle Sponsoring- und Fundraising-Ideen vor, die sie gerne für ihren eigenen Kulturbetrieb gehabt hätten. Eine Vielzahl von Vorträgen und Workshops gibt es wie gewohnt auch wieder.

▶ www.fundraising.at

Neue Impulse

Der Ehrenamtskongress würdigt und fördert das Miteinander

Sarah Wetzel (Altruja) und Alf Pille (Leiter Fundraising und Kommunikation beim Landesbund für Vogelschutz in Bayern) sind nur zwei der bekannteren Namen, die als Referenten auf dem alle zwei Jahre ausgetragenen Ehrenamtskongress auftreten. Insgesamt sind nahezu 60 Referenten geladen. Zielgruppe sind Interessierte, die im Ehrenamt Verantwortung tragen oder hauptamtlich mit Ehrenamtlichen zusammenarbeiten. An der Technischen Hochschule Nürnberg als neuem Veranstaltungsort erfolgt der Einstieg in die zweitätige Veranstaltung mit einem Plenumsvortrag zu den beiden Themenfeldern Engagement und Kommunikation. Nach zwei intensiven Workshoprunden mündet der erste Tag in eine informelle Abendveranstaltung bei Live-Musik. Das Progamm des zweiten Tages ist nicht weniger vollgepackt.

4. Ehrenamtskongress am 6. und 7. Juli in Nürnberg

▶ www.ehrenamtskongress.de

zh aw School of Management and Law

Erfolgreich im Spendenmarkt

Berufsbegleitende Weiterbildung
Diplom Fundraising Management

Info-Veranstaltung
9. Juli 2018, 18.15 Uhr
Stadthausstrasse 14, Winterthur

www.zhaw.ch/zkm/fundraising

Auch für Teilnehmende aus Deutschland

Zürcher Fachhochschule

Owl goes great

Theoretisches Seminar oder praktischer Workshop? In der fünften Ausgabe des Fundraising-Seminar-Tages „Owl goes Fundraising“ lädt die Sievert Druck & Service GmbH wieder nach Bielefeld. Bereits am Vorabend der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, andere Teilnehmer bei Häppchen und Getränken in entspannter Atmosphäre zu treffen. Am nächsten Tag heißt es gleich zu Beginn: „FUN-Raising“, wenn der Comedian und Poetry Slammer Sven Stickling seinen Impulsvortrag hält.

„Owl goes Fundraising“
am 6. September in Bielefeld
▶ www.owlgoesfundraising.com

Briefversandmesse

Die „mailingtage“ sind wieder da und wollen alle Kanäle miteinander verbinden

Aus Alt mach Neu? Ganz so ist es natürlich nicht. Erst waren es die „mailingtage“, die dann später den Titel „Co-Reach“ bekamen. Und nun also wieder „mailingtage“. Crossmedial ist, wen überrascht es, die neue Ausrichtung natürlich auch. Vonseiten der Messe Nürnberg, auf deren Gelände die „Co-Reach“ bis 2017 stattgefunden hatte, hieß es offiziell, tiefgreifende Veränderungen bedingt durch die Digitalisierung seien der Grund, dass die Veranstaltung nicht länger durchgeführt werden könne. Was immer das auch bedeuten mag, Nürnberg ist auch nicht mehr der Austragungsort. Stattdessen sind jetzt Aussteller und Besucher nach Frankfurt am Main eingeladen. Als Veranstalter zeichnet die Ariane Rieger Medienberatung aus Baden-Baden verantwortlich. Im Programm will Rieger auf „Praxiswissen, Networking und fachlichen Austausch auf hohem Niveau“ setzen. Auch zum Thema Fundraising.

„mailingtage“ 2018 am 6. September in Frankfurt am Main
▶ www.mailingtage.de

Von Wien nach Berlin

Die European Fundraising School erweitert ihr Angebot

Wien liegt zwar immer noch und immer wieder ganz oben auf der Hitliste der Städte mit der höchsten Lebensqualität, aber Berlin ist ja durchaus auch nicht ohne Reiz. Wer will, kann im Juni beide Städte besuchen, Vor- und Nachteile abwägen und sich gleichzeitig auch noch in Sachen Expertenwissen für Fundraising auf den neuesten Stand bringen. Bevor wie gewohnt die beiden Kurse der European Fundraising School in Wien starten, gibt es erst mal zwei Tage lang alles zum Thema Großspenden in Berlin zu erfahren. Wie immer ist Eva Aldrich (President CFRE) die Referentin. „Major Gifts: Building Your Base of Major Donors“ lautet der Titel ihres Kurses, der im Haus der Wirtschaft stattfinden wird. Einer der Programmpunkte befasst sich sogar mit der Einbindung Freiwilliger in das Großspenden-Fundraising.

In Wien wird Eva Aldrich dann ein paar Tage später einen allgemeinen Intensivkurs

zu den wichtigsten Aspekten des Fundraisings durchführen. Effizienz und Effektivität sind hier zwei zentrale Punkte in der Gesamtheit der Kernthemen. Die Teilnehmer erfahren folglich auch, wie sie am besten Prioritäten setzen, um Fundraising unter dem Strich tatsächlich erfolgreich zu machen.

Der letzte der drei Kurse trägt den Titel „Building your Major Donor Journey“. Neu als Referent ist hier Bernard Ross (Foto), der unter anderem bereits für das Internationale Rote Kreuz und Unicef globale Fundraising-Strategien entwickelt hat. Der Kurs wendet sich explizit an Teilnehmer aus allen Tätigkeitsbereichen wie dem Gesundheitswesen, Arbeit mit Behinderten, Kunst und Kultur, Bildung oder humanitäre Hilfe.

Alle Kurse werden in englischer Sprache gehalten. Die Anmeldungen für alle Kurse erfolgen über die Homepage des Fundraising Verbands Austria.

Developing Major Gifts
am 19. und 20. Juni in Berlin
Fundraising Intensive
vom 25. bis 27. Juni in Wien
Building your Major Donour Journey
am 28. und 29. Juni in Wien

▶ www.www.fundraising.at

Blockchain

Wer das völlig überfüllte, aber ausgezeichnete Seminar von Gisela Bhatti (Cloud und Rüben) und Veronika Kütt (Blockchain Center Frankfurt School) im Rahmen des Fundraising Kongresses in Kassel verpasst hat, sollte sich die Gelegenheit nicht entgehen lassen, sich Mitte Juni in Frankfurt am Main intensiv dem Thema zu widmen. Bitcoins und andere Kryptowährungen stehen dabei weniger im Vordergrund als die Möglichkeiten und Chancen der Blockchain-Technologie für das Fundraising. Besonderes technisches Verständnis ist hierfür nicht nötig.

Blockchain-Orientierungstag
am 19. Juni in Frankfurt am Main
▶ www.cloud-und-rueben.org

Für die Kirche

Gleich zwei Veranstaltungen bietet die Bank für Kirche und Diakonie im Juni. Der 6. Fundraisingtag widmet sich der Frage, wie Zeitspenden und ehrenamtliches Engagement für die Kirche gewonnen und erhalten werden können. Der 8. Kirchliche Stiftungstag hingegen beschäftigt sich mit dem andauernden Problem der Niedrigzinsphase. Beide Veranstaltungen sind kostenlos. Deshalb wird im Vorfeld um Anmeldung gebeten.

6. Fundraisingtag der Bank für Kirche und Diakonie
am 14. Juni in Dortmund
8. Kirchlicher Stiftungstag der Bank für Kirche und Diakonie am 27. Juni in Schwerte
▶ www.kd-bank.de/fundraisingtag

Verantwortung

Die Messe „Fair Friends“ wächst weiter. Die zweite Ausgabe im vorigen Jahr lockte mit mehr als 5000 Besuchern über 1000 mehr als beim ersten Mal nach Dortmund. Das vielfältige Programm bot neben Upcycling in der Mode (Foto) und Poetry Slammern mit Texten zu den globalen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen auch eine umfassende Plattform für Engagierte des Bereiches Social Entrepreneurship. So war beispielsweise das Social Impact Lab Duisburg mit von der Partie. Außerdem gab es die Möglichkeit, Elektrofahrzeuge zu testen. Und das sind nur einige der Highlights aus dem letzten Jahr. Auch in diesem Jahr bilden die drei Themenwelten „Nachhaltige Lebensstile“, „Fairer Handel“ und „Gesellschaftliche Verantwortung“ den Kern der viertägigen Veranstaltung.

Messe FairFriends vom 6. bis 9. September in Dortmund
▶ www.fair-friends.de

n|w Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

Kommunikation für Nonprofit-Organisationen (NPO)

Erfolgreiches Kommunizieren in NPO motiviert Mitarbeitende, überzeugt Geldgeber und sorgt für eine positive Medienpräsenz. Das Know-how dazu vermittelt der berufsbegleitende Studiengang «Kommunikation für NPO» (Certificate of Advanced Studies).

Information und Anmeldung: marianne.bucca@fhnw.ch, T +41 62 957 22 26

www.fhnw.ch/wirtschaft/weiterbildung/npo-kommunikation

Mehrwertig

Unternehmenskooperationen sind das eine und werden im NGO-Bereich zum Teil noch mit Skepsis betrachtet. Dieser Teil wird aber geringer. Immer deutlicher werden die Möglichkeiten von Win-win-Situationen. Was aber, wenn eine Organisation eine solche Kooperation über das Branding angeht und der Öffentlichkeit die eigene Marke vermitteln will? Die Autoren dieses Bandes zeigen die Praktikabilität und das Potenzial solcher Formen der Zusammenarbeit. Strategien dafür gibt es viele. Die Zusammenarbeit mit Influencern ist dabei nur einer der möglichen Wege.

Karsten Kilian, Nils Pickenpack (Hrsg.). Mehr Erfolg mit Markenkooperationen. Partnerschaften im Zeitalter der Digitalisierung. Verlag Business Village. 2018. 272 Seiten. ISBN: 978-3-86980-425-5. [D] 34,95 €, [A] 36,00 €, CHF 48,85.

Übersichtlich

Visualisierung fördert bekanntlich das Verständnis. Je mehr Beteiligte an einem Projekt arbeiten, desto mehr Stimmen gibt es und desto entscheidender ist es, eine gemeinsame Sprache zu finden und allen den gleichen Kenntnisstand zu ermöglichen. Ein Project Canvas schafft das auf einem Blatt Papier. Locker und kreativ soll es dabei zugehen. Abhängig von der Arbeitsweise eines Teams ist das möglicherweise nicht jedermanns Sache. Aber neue Wege zu testen hat noch niemandem geschadet. Schließlich dürfen Findungsprozesse auch Spaß machen.

Rudy Kor, Jo Bos, Theo van der Tak. Project Canvas. Innovative Methoden für professionelles Projektmanagement. Verlag Schäffer Poeschel. 2018. 160 Seiten. ISBN: 978-3791041209. [D] 29,95 €, [A] 30,80 €, CHF 41,85.

Nachhaltig

In dieser Welt, die so „klein“ geworden ist, werden uns Zusammenhänge immer deutlicher. Es ist praktisch unmöglich geworden, nicht verantwortlich zu sein. Da liegt es auf der Hand, dass alltägliche Aspekte, seien es wirtschaftliche, ökologische oder soziale, in ihrer Komplexität jeden Otto Normalverbraucher überfordern. Das wiederum bedeutet aber trotzdem nicht, dass wir als hilflose Bündel tatenlos zusehen müssen, wie wir selbst unters Rad kommen. Der Begriff der Nachhaltigkeit ist schon lange kein Modewort mehr, sondern vielmehr ein Ausdruck eben jenes Verantwortungsbewusstseins. Die Autoren dieses Bandes sehen deshalb die grundsätzliche Notwendigkeit für eine gelingende Zukunft in der Aufgeklärtheit und Mündigkeit eines jeden Einzelnen. Genau deshalb wenden sie sich tatsächlich an jeden: Vom Schüler über den Ehrenamtler bis hin zum Politiker soll jeder verstehen können, was Klimawandel, Artenschutz oder Energiewende im Konkreten bedeuten. Entsprechend leicht zugänglich ist das Buch aufgebaut. An eine umfangreiche Darstellung der vorhandenen Probleme auf der Welt schließt sich eine Aufreihung der offiziellen Akteure an. Der dritte große Teil widmet sich der Frage, was wir alle selbst tun können. Der sprachliche Stil ist sehr einfach gehalten, viele Grafiken und Fotos lassen weltweite Ausprägungen einzelner Probleme auf einen Blick erkennen. Das erleichtert nicht nur die Lektüre, sondern ermöglicht es jedem Leser, selbst zum Multiplikator dieses Wissens zu werden.

Rico Stehfest

Claus-Peter Hutter, Karin Blessing, Rainer Köthe. Grundkurs Nachhaltigkeit. Handbuch für Einsteiger und Fortgeschrittene. oekom Verlag. 2. Auflage 2018. 400 Seiten. ISBN: 978-3-96238-039-7. [D] 39,00 €, [A] 40,10 €, CHF 54,55.

Transformativ

Das Modell der kapitalistischen Wachstumsgesellschaft stößt immer mehr an seine Grenzen. Die damit einhergehenden sozialen und ökologischen Verwerfungen verlangen nach alternativen Entwürfen. Ganz klar, dass dabei auch die wirtschaftlichen Bezüge mit dem sogenannten globalen Süden und daraus resultierende Verantwortlichkeiten eine Rolle spielen. Die zeigt der erste Teil des Buches als Status quo auf. Der zweite Teil widmet sich möglichen Lösungsansätzen. Hier kommen Stichworte wie Suffizienz und Ecommony ebenso ins Spiel wie das bedingungslose Grundeinkommen.

Maximilian Becker, Mathilda Reinicke (Hrsg.). Anders wachsen! Von der Krise der kapitalistischen Wachstumsgesellschaft und Ansätzen einer Transformation. oekom Verlag. 2018. 304 Seiten. ISBN: 978-3-96238-031-1. [D] 19,00 €, [A] 19,60 €, CHF 26,55.

Organisiert

Um organisatorische Komplexität verständlich zu machen, erläutert der Autor, wie die deutsche Nationalmannschaft funktioniert. Das sollte aber niemanden verwirren. Der Kern des Buches ist die Tatsache, dass althergebrachte Organisationsstrukturen, vor allem das Streben nach absoluter Kontrolle aller Einzelaspekte und Vorgänge innerhalb eines Systems, so nicht mehr heutigen Notwendigkeiten gerecht werden können. Die Grundlage für Neuerungen sollte deshalb immer der Blick auf die Mitarbeiter sein, auch „human-orientierter Designansatz“ genannt. Klingt komplizierter, als es ist.

Mark Lambertz. Die intelligente Organisation. Das Playbook für organisatorische Komplexität. Verlag Business Village. 2018. 286 Seiten. ISBN: 978-3869804095. [D] 24,95 €, [A] 25,70 €, CHF 34,85.

Gefühlvoll

Seien wir ehrlich: Emotionale Anwandlungen gehören nicht zu den beliebtesten Szenarien des beruflichen Alltags. Sachlichkeit ist gefragt. Alles andere ist unvernünftig. Seien wir noch mal ehrlich: So ganz gesund kann das nicht sein. Je stärker wir Emotionen ausblenden, desto eher werden sie „sozialromantisch verklärt", meint zumindest der Autor dieses Buches. Nutzen wir sie dann mal bewusst, dann schnell dramatisierend und manipulativ, Stichwort Storytelling. Das muss so nicht sein. Und warum es sogar besser ist, wenn dem so nicht ist, erläutert der Autor auf äußerst unterhaltsame Weise. Dabei nähert er sich erstaunlich pragmatisch, um nicht zu sagen, emotionslos seinem Thema. Dabei hilft ihm auch Mr. Spock als Inkarnation der gleichgültigkeit. So lässt sich ganz simpel die Frage stellen, was Gefühle überhaupt sind. Schnell wird deutlich, dass diese individuellen Regelungen auf einem jeweils komplexen Wertesystem beruhen. Wozu das Ganze? Der bewusste Umgang mit unseren Emotionen macht uns kompetenter.

Markus Hornung. Der Abschied von der Sachlichkeit. Wie Sie mit Emotionen tatsächlich für Bewegung sorgen. Verlag Business Village. 3. Auflage 2018. 320 Seiten. ISBN: 978-3-86980-302-9. [D] 24,80 €, [A] 25,50 €, CHF 34,65.

Dialogisch

Die Ergebnisse des zwölften Kongresses für Dialogmarketing im vergangenen Jahr liegen nun in Buchform vor. Einer der darin enthaltenen Beiträge widmet sich beispielsweise den Direktwerbeverweigerern, also all jenen, die jegliche Art werblicher Briefe proaktiv ablehnen. Nach Angaben des Verbandes sind das rund ein Fünftel der deutschen Bevölkerung. Jede Organisation, die Direct Mail betreibt, dürfte das aufhorchen lassen. Wie dem begegnet werden kann und wie jener Bevölkerungsanteil im Idealfall (re)aktiviert werden kann, wird im Buch eingehend untersucht.

Weitere Themen sind unter anderem Influencer-Marketing, Ethik im Dialogmarketing und Machine Learning. Als klare Tendenz sind dabei natürlich die fortschreitende Digitalisierung und deren Herausforderungen erkennbar. Da das Funktionieren von Technik allerdings nach wie vor nicht ohne den Menschen denkbar ist, geht ein Beitrag ausführlich auf Führungs- und Organisationskonzepte ein. Stichwort: Agilität.

Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. (Hrsg.). Dialogmarketing Perspektiven 2017/2018. Tagungsband 12. Wissenschaftlicher interdisziplinärer Kongress für Dialogmarketing. Verlag Springer Gabler. 2018. 240 Seiten. ISBN: 978-3-65820-597-3. [D] 54,99 €, [A] 56,53€, CHF 76,90.

Zukünftig

Wie wollen wir zukünftig in Deutschland leben? Zukunft kommt zwar unausweichlich, soll und muss aber aktiv gestaltet werden. Die Autoren entwerfen hier acht Szenarien, wobei absichtlich nicht alle erstrebenswerten Idealzustände aufzeigen. Unter dem Motto „Vorwärts in die Vergangenheit" wird beispielsweise vor einem allgemeinen Rückzug und damit verbundener Abschottung gewarnt. Auch in bewusster Abkopplung sehen die Autoren keine Alternative. Gemeinsam ist allen Entwürfen, dass in jedem einzelnen gleichsam Vor- wie auch Nachteile enthalten sind. Das bedeutet, dass die Autoren nicht nach einer Gesamtlösung suchen, sondern vielmehr die Vielzahl der Aspekte für ein gelingendes Miteinander aufzeigen wollen.

Der Hintergrund dieses Buches ist die Initiative „D2030", zu deren Kernteam die Autoren gehören. Sie haben es sich zur Aufgabe gemacht, einen dauerhaften Diskurs über die zukünftige Rolle Deutschlands in Europa und der Welt zu fördern. Mit diesem Buch soll sich dazu jeder eingeladen fühlen.

Klaus Burmeister, Alexander Fink, Beate Schulz-Montag, Karlheinz Steinmüller. Deutschland neu denken. Acht Szenarien für unsere Zukunft. oekom Verlag. 2018. 224 Seiten. ISBN: 978-3962380182. [D] 24,00 €, [A] 24,70 €, CHF 33,55.

bussgeld-fundraising.de

Adressen Gerichte und Staatsanwaltschaften

- **über 9.000 personalisierte Entscheideradressen online verfügbar**
- **jederzeit aktualisierbar**
- **zielgruppengenaue Selektion**
- **„preiswert kaufen statt teuer mieten"**

Fullservice: Mailings und Geldauflagenverwaltung

Wir übernehmen auch die komplette Mailingplanung und -abwicklung sowie die fachkundige und zuverlässige Verwaltung der Ihnen zugewiesenen Geldauflagen.

Mit Geldauflagen erfolgreich Projekte finanzieren

V & M Service GmbH • 78421 Konstanz • Telefon 07531-282180 • post@bussgeld-fundraising.de

Fragebogen: Elisabeth Lenz begeistert

Direkt nach dem Fundraising-Forum Niedersachsen, das Elisabeth Lenz zum mittlerweile zwölften Mal organisiert hat, ist sie an die holländische Küste gefahren. Auf dem dortigen Keukenhof konnte man Ende April Massen an blühenden Tulpen bewundern. „Tulpen in allen Größen, Farben und Kombinationen. Aber noch mehr Tulpen wachsen auf den Feldern in der ganzen Region, wie auf Kartoffelfeldern. Und um diese Felder zu sehen, muss man bis Anfang Mai nach Holland reisen", schwärmt die passionierte Gärtnerin. „Gardening ist meine Leidenschaft. Nach meinem Anglistikstudium und vielen Reisen durch englische Gärten und Parks in England habe ich jetzt auch die Gartenschätze des Kontinents entdeckt."

Beruflich hatte Elisabeth Lenz lange Zeit im ländlichen Raum Niedersachsen zu tun und hat auf Landesebene als Leiterin der Abteilung Frauenbildung einer niedersächsischen Erwachsenenbildungseinrichtung gewirkt. Dort sammelte sie erste Erfahrungen und Erfolge im Fundraising. Dieser Arbeitsschwerpunkt rückte zunehmend in den Fokus ihrer Tätigkeit. Seit 1998 unterstützt sie hauptberuflich gemeinnützige Einrichtungen bei der Akquise von Kontakten und Finanzmitteln. Sie leitet das Treffen der regionalen Fundraiser in Hannover und die Fachgruppe „Frauen" des Deutschen Fundraising-Verbandes auf Bundesebene.

Im Spätsommer kann man Elisabeth Lenz auf den Spuren von Fürst Pückler-Muskau im brandenburgischen Branitz treffen. Dann wird sie dort mit ihrer Netzwerkveranstaltung „Frauen auf Tour" Station machen.

▶ www.fundraising-forum-niedersachsen.de

1. Bitte ergänzen Sie folgenden Satz: Ein guter Tag beginnt …

… mit Sonnenschein.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Krankenschwester bei Albert Schweizer in Lambarene.

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Trump.

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Mehr Frauen in Führungspositionen in Verwaltung, Wirtschaft und dem Drittem Sektor.

5. Sie machen eine Zeitreise in das Jahr 1990. Was würden Sie dort tun?

In den 1990ern habe ich meine Begeisterung für die Rolling Stones ausgelebt und Konzerte in Hannover und Holland besucht. Live waren sie unschlagbar!

6. Wem würden Sie mit welcher Begründung einen Orden verleihen?

Für Marita Haibach habe ich gemeinsam mit anderen Fundraiserinnen ein Bundesverdienstkreuz für ihre Leistungen zur Entwicklung des Fundraisings in Deutschland beantragt. Wir waren auch erfolgreich – es gibt aber bestimmt noch mehr Menschen im Fundraising, die es verdient hätten.

7. Sie treffen den reichsten Menschen der Welt im Aufzug. Was sagen Sie ihm?

Ich glaube kaum, dass ich in Niedersachsen dem reichsten Menschen der Welt begegnen werde – und hier halte ich mich ja vorwiegend auf. Da suche ich doch lieber das nette Gespräch mit allen, die mir über den Weg laufen – wobei man ja nie wissen kann, welches Potenzial im Gegenüber steckt. Das kleine Gespräch – auch Small Talk genannt – macht gute Laune auf beiden Seiten.

sich für Blumen

8. Wer ist für Sie ein Held?

Stephen Hawking – jemand, der mit einer extrem schweren Krankheit nicht aufgegeben und Grandioses geleistet hat.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

An der Nordsee, am Strand mit viel weißem Sand, Strandhafer, Wind und den Rufen der Strandläufer.

10. Was tun Sie, wenn Sie nichts zu tun haben?

Dann arbeite ich im Garten, plane, pflanze, gieße, pflege. Habe gerade 5000 Narzissen in Holland bestellt und suche noch helfende Hände fürs Einpflanzen.

11. Worüber können Sie lachen?

Über englische Satire – Monty Python haben herrlich skurrile, satirische Sendungen und Filme produziert. Und John Cleese war von der ganzen Truppe der Beste. Nicht zu vergessen: „Dinner for One" kommt auch aus England.

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Wenn der Fehler zugegeben wird. Nachtragend zu sein liegt mir gar nicht.

13. Was war früher besser?

Früher war gestern – nach vorne zu schauen halte ich für die bessere Perspektive. Da kann man noch etwas bewegen, kann sich auf Dinge freuen.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Sie hat vielen niedersächsischen Non-Profits zu Ideen, Anschub und Erfolgen verholfen.

15. Zum Abschluss vervollständigen Sie bitte diese Aussage: Eine Spende ist für mich …

… ein Geschenk, das ich im Sinne des Spenders verwende.

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

Dann senden Sie Ihre Antworten sowie ein Foto an *redaktion@fundraiser-magazin.de*! Mit der Einsendung stimmen Sie der Veröffentlichung im Print- und Online-Magazin zu.

NÄHER AM MENSCHEN

ENTERBRAIN Software AG

Software, Dienstleistung und Know-How für Ihre Nonprofit-Organisation

www.enterbrain.ag

Wissen testen und gewinnen

Bestimmt haben Sie das Magazin aufmerksam gelesen – dann sind die folgenden Fragen kein Problem für Sie. Oder Sie sind sowieso fit rund um das Thema Fundraising.

Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir diesmal drei Induktions-Powerbanks „Qi-Plate" von InLine. Einfach Smartphone hinlegen, kabellos Kraft tanken und gestärkt wieder an die Arbeit gehen. Der Nachfolger des ersten InLine-Induktionsmodells hat energisch aufgestockt, birgt einen 8000 mAh-Akku und prescht mit USB-C als drittem USB-Port voran. Rund 200 Gramm und die handliche Größe fallen im Alltagsgepäck kaum ins Gewicht. Außerdem verlosen wir das Buch „Die intelligente Organsiation", das wir auf Seite 84 näher vorstellen. Als „Trostpreise" haben wir nochmal lustig-ironische Kartensets zum Thema „Ausreden und Ausflüchte" vom Heragon-Verlag. Und falls das alles nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

1 Effektiven Altruisten wird nachgesagt, dass sie immer bestrebt sind, im Leben möglichst viel …

F) zu konsumieren
G) zu verdienen
H) zu argumentieren

2 Fundraising-Profi Stephen George aus England sagt zum Thema Teamarbeit sinngemäß folgendes:

C) Toll, ein anderer macht's!
D) Rette sich, wer kann!
E) Nur als Einheit funktioniert der Verband!

3 Gesiebte Luft hinter Schwedischen Gardinen … Wer kann das in Hamburg probeweise und präventiv erleben?

V) gefallene Jungfrauen
W) gefährdete Jugendliche
Y) gefeuerte Justizvollzugsbeamte

4 Diese Kunst-Installation steht unter anderem in Luzern, Basel, Genf und Lausanne. Worauf macht sie aufmerksam?

A) soziale Isolation durch Filterblasen
E) mangelnder Lärmschutz in Bahnhöfen
I) Kampf gegen Malaria in Ostafrika

5 Wenn der Brand brennt … Krisenkommunikation wird immer wichtiger. Im Ernstfall sollte eine NGO:

M) die BILD-Zeitung abonnieren
N) einen Plan machen, wer was wann sagt
O) Hausverbot für Journalisten aussprechen

6 Der Fundraisingtag Berlin-Brandenburg findet in diesem Jahr nicht in Potsdam statt, sondern:

L) in Berlin-Spandau in der Zitadelle
M) in Berlin-Mitte auf dem Potsdamer Platz
N) in Berlin-Marzahn in der Alten Börse

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 6 ergeben das Lösungswort. Senden Sie dieses an *gewinnen@fundraiser-magazin.de* und schreiben Sie uns, welchen Preis Sie haben möchten. Vergessen Sie bitte die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie auch erreicht! Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 15. Juni 2018. Viel Glück!

Leser-Post und Leser-Postings

Wir freuen uns auch auf Ihre Post

Schreiben Sie an *meinung@fundraiser-magazin.de*! Oder ganz traditionell auf Papier an: Fundraiser-Magazin, Altlockwitz 19, 01257 Dresden. Aus Platzgründen müssen wir uns vorbehalten, Leserzuschriften gegebenenfalls zu kürzen.

Kölner Verbände Seminare

www.verbaendeseminare.de

Veränderungen und Anforderungen im Datenschutz – Wie Sie Ihren Verband optimal vorbereiten

Intensivseminar:
Datenschutz intensiv: Die DSGVO* kommt
19. Juni 2018 in Berlin

Praxislehrgang:
Datenschutzbeauftragte/-r im Verband
26. bis 28. Juni 2018 in Bonn

*Datenschutzgrundverordnung

Sie erreichen uns telefonisch unter (02 28) 93 54 93-20
oder per E-Mail info@verbaendeseminare.de

Kooperationspartner
DGVM
Verbände report

Sendungs-Empfänger Fabian F. Fröhlich hat Bindungs-Angst

Leute, wir kommunizieren uns noch zu Tode! Neulich wieder: „Verpasster Anruf" auf dem Handy, drei Mal unbekannte Nummer. Ich ruf zurück – meine Bank. Meine persönliche Kundenberaterin, die ich gar nicht kannte, lud mich zum Jahresgespräch vor, schauen ob noch alles zu meiner Zufriedenheit wäre. Wenn Sie jetzt denken, ich hätte Geld wie Heu oder Aktienpakete oder Hedgefonds … ich hab nur ein Girokonto und das ist meistens knapp im Minus. Es gab auch nicht wirklich was zu besprechen, nur Kundenbindung.

Aus dem Grund bekomme ich auch dauernd Mails oder Papier-Briefe von der Krankenkasse, vom Versicherungsfritzen, vom Handyladen, von den Stadtwerken, der Busgesellschaft, der Telekom und der Autowerkstatt. Sogar das städtische Amt für Abfallwirtschaft schickte kürzlich 'ne Zufriedenheitsumfrage. Haben die alle nichts zu tun?! Bei so viel Kundenbindung krieg ich Bindungsangst.

Wenn du dann ehrlich angibst, nicht zufrieden zu sein, und etwa gar noch 'nen Verbesserungsvorschlag hast, dann heißt es sinngemäß: „Danke für Ihre offenen Worte, wir bedauern dies sehr und werden das prüfen, etc. etc.", und es tut sich – gar nichts! Ja, Umfragen machen und Mails schreiben ist scheinbar leichter, macht mehr Spaß und wird besser bezahlt als – nehmen wir zum Beispiel das Abfallamt – einfach immer pünktlich den Müll abzuholen.

Ich bin jetzt dazu übergegangen, diese Schreiben nicht mehr zu lesen, landet alles ungeöffnet im Papierkorb. Und wenn mal was Wichtiges dabei ist? Tja, Leute, no risk, no fun! Als ich das letztens auf einer Grillparty erzählte, stellte sich schnell heraus: Ich bin offenbar nicht der Erste und Einzige, der das so handhabt. Wir sind schon eine richtige Graswurzelbewegung, eine kritische Masse.

Kommunikationsexperten wie Sie, liebe Leserinnen und Leser, werden jetzt aufstöhnen. Doch ich bin sicher, schon bald gibt es erste Studien „Dialog mit Kommunikations-Ignoranten im Wandel – Chancen und Risiken der digitalen Interaktion". Dazu sollte man eigentlich direkt eine Umfrage machen! Dient ja auch der Kundenbindung. Schauen Sie doch gleich mal in Ihren Posteingang.

Mehr von Fabian F. Fröhlich?

„Das Letzte – Kolumnen aus dem Fundraiser-Magazin"

Taschenbuch, 10 €

bestellen unter:
▸ shop.fundraiser-magazin.de

Ausgabe 4/2018 erscheint am 2. Juli 2018 u. a. mit diesen Themen

- Fundraising für Museum und Denkmal
- Omas gegen Rechts
- Marketing Automation im Online-FR
- Digitale Strategien für Stiftungen

… und natürlich mit den Themen, die Sie uns schicken an *redaktion@fundraiser-magazin.de*

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 4/2018 ist der 14.05.2018.

ISSN 1867-0563 – 13. Jahrgang

Fundraiser magazin
Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

erscheint 2-monatlich.
Alle vorherigen Ausgaben stehen im Internet unter *archiv.fundraiser-magazin.de* kostenlos als PDF-Dateien zur Verfügung.

Herausgeber:
Matthias Daberstiel, Udo Lehner, Daniela Münster

Verlag, Produktion, Vertrieb:
Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden
verlag@fundraiser-magazin.de, www.fundraiser-magazin.de

Redaktionsleitung:
Daniela Münster (v. i. S. d. P.), redaktion@fundraiser-magazin.de
Telefon: +49 (0)351 8762 7-70, Fax: -79

Korrespondenten:
International: Jan Uekermann, jan.uekermann@fundraiser-magazin.de
Schweiz: Katja Prescher, katja.prescher@fundraiser-magazin.ch

Anzeigen-Werbung:
matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de (verantwortlich), Telefon: +49 (0)351 8762 7-80, Fax: +49 (0)351 8762 7-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 11 vom 1.12.2017

Druck:
Silber Druck oHG, Niestetal

Namentlich gekennzeichnete Beiträge spiegeln nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber wider. Für unverlangt eingesandte Beiträge und Fotos wird keine Haftung übernommen. Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages. Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 4/2018, die am 02.07.2018 erscheint, ist der 14.05.2018.

Fotonachweise:
Titelbild, S. 4 (Thema), S. 16, S. 17 (oben links, Mitte links & rechts), S. 18, S. 22, S. 24: bruniewska@ AdobeStock, S. 1 & S. 4 (Menschen), S. 14: Mission Lifeline / Axel Steier, S. 3: René Grodde/atri.eu, S. 4 (Projekte) & S. 36: Tatjana Balzer@AdobeStock, S. 6: René Grodde/atri.eu (Daberstiel), S. 8: ÖJRK/Holly Kellner (oben), S. 11: PrettyVectors@AdobeStock, S. 12: Markus Weinberg, S. 17: IRStone@AdobeStock (oben rechts), okalinichenko@AdobeStock (unten links), enterlinedesign@AdobeStock (unten rechts), S. 18 (oben), S. 20 (unten) & S. 30 (links): Kbiscuit@AdobeStock, S. 21: Roland Hutzenlaub, S. 26–29 (oben): Liliia@AdobeStock, S. 26: Juenger Fotostudio (Havenith), Stefan Marthaler (Caenaro), Evang. Kirche in Mitteldeutschland (Buchmann), S. 28: Harald Reusmann (Heck), Fred Dott (Lehmann), Nina Crole-Rees (Crole), S. 29: Hauke Seyfarth (Bäcker), S. 30 IFA@AdobeStock (rechts), S. 32: Tim Hoekstra (oben), René Grodde/atri.eu (Stehfest), S. 37: Yves Noir Photographie, S. 38 & S. 80: Sinuswelle@AdobeStock, S. 42 (links) & S: 80: Inti Zea, René Grodde/atri.eu (Nitzsche), S. 46: rcx@fotolia.com, S. 47: David Ausserhofer, S. 52: Sebastian Engels (Rasmussen), Ingrid Sollerer (Sollerer), Alexander Preobrajenski (Spengler), Christian Schnur/schnur.tv (Adler), Hermann Bredehorst/Brot für die Welt (Warning), Christina Haeusler (Rädler), S. 53: ARCHE NOAH/Schiltern (Amann), S. 55: Spinas Civil Voices, S. 62: Bente Stachowske, S. 64: Robert Kneschke, S. 66: karenfoleyphoto@AdobeStock, S. 68: Marem@fotolia.com, S. 70: Daniel Hinterramskogler, S. 71: Ludwig Schedl (Duit), S. 72: Gpoint StudioqAdobeStock, S. 74: vege@AdobeStock, S. 83: Anja Cord, S. 88: Nomad Soul@AdobeStock (18), madochab@photocase.com (66), S. 90: oza@fotolia, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der
Fundraising Akademie

IHR LEITSYSTEM ZUM FUNDRAISING ERFOLG.

SEXTANT ist die Software für NPO.

SEXTANT
SUPPORTS YOU.

sextant-npo.net

Referenzen:

AMNESTY INTERNATIONAL
amnesty.ch

CARITAS
caritas.ch

GREENPEACE
greenpeace.ch

BLUTSPENDE SRK SCHWEIZ
TRANSFUSION CRS SUISSE
TRASFUSIONE CRS SVIZZERA
blutspende.ch

Menschen für Menschen
Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe
menschenfuermenschen.org

Erfolgreiches Fundraising

Regel #2

Heute schon an morgen denken.

Wer wird sich in Zukunft mit Ihnen engagieren? Überzeugen Sie mehr Menschen von Ihrer Sache und sorgen Sie für Spender-Nachwuchs. Wir von adfinitas helfen Ihnen dabei: Mit maßgeschneiderten Mailing-Konzepten und sorgfältig ausgewählten Adresslisten gewinnen wir Ihre Neuspender. Gemeinsam können wir die Welt ein kleines bisschen besser machen! Übrigens: Alle weiteren Regeln für Ihren Fundraising-Erfolg finden Sie unter adfinitas-fundraising.de/regeln.

www.adfinitas.de · info@adfinitas.de · Tel: +49(0) 511 52 48 73-0 · Fax: +49(0) 511 52 48 73-20

adfinitas