ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 6/2018

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Hilfe zur Selbsthilfe

Von der Spende zur nachhaltigen Zusammenarbeit

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

Best Practice
Neue Richtlinien für Google Ad Grants: Tipps und Infos, wie Sie den Überblick behalten.

Reichtum und Moral
Der Philosoph und Autor Björn Vedder diskutiert, warum auch eine Spende ein Akt der Willkür ist.

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,

für viele von uns ist im Herbst Spenden-Hochsaison. Da bleibt kaum Zeit, innezuhalten und die vergangenen Monate zu reflektieren. Wir haben das in der Redaktion trotzdem gemacht und uns gefragt: Was waren eigentlich die interessantesten, spannendsten, kreativsten Fundraising-Aktionen im Jahr 2018?

Schnell wurde klar, dass das sehr viele sind, und dass dies auch ganz individuell ist. Deshalb fragten wir ausgewählte Leserinnen und Leser, unter anderem auch über Social Media: Was war Ihr Highlight im Fundraising-Jahr 2018? Die ersten Antworten haben wir in diesem Heft (ab Seite 16) abgedruckt.

Ich bin sicher, auch Ihnen ist eine bemerkenswerte Aktion aufgefallen oder Sie stecken vielleicht gerade selber mittendrin … Schreiben Sie uns, welche Fundraising-Höhepunkte das Jahr 2018 für Sie bereithielt, senden Sie uns gern Fotos und Links zu den Aktionen. Dann können wir in der nächsten Ausgabe diese schöne Rubrik fortsetzen. Anregungen für neue Ideen bietet das auf jeden Fall.

Unter *meinung@fundraiser-magazin.de* freue ich mich mit einer großen Portion Neugier auf Ihre Post.

Eine inspirierende Lektüre wünscht Ihnen,
Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

PS: Nur noch wenige Tage bis Weihnachten?! Im Namen des ganzen Fundraiser-Magazin-Teams wünsche ich Ihnen frohe Festtage und für das neue Jahr alles Gute.

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

Hilfe zur Selbsthilfe

Thema

ab Seite 18

Wie das Smartphone Ernten steigert 20
Die Welthungerhilfe unterstützt ein landwirtschaftliches Programm in Simbabwe

Stifter auf Reisen 22
Das Deutsche Stiftungszentrum ist auch in Kirgisistan engagiert

Selbstbestimmung ermöglichen 24
Mit Mikrokrediten und Beratungen erfolgreich gegen Armut

Safari mal anders 26
Wie ein namibisches Projekt vor Ort um Großspenden bittet

Menschen

Jürgen Reiss 12
... im Interview: über den Stellenwert von Stiftungen, schlecht informierte Juristen und tibetische Mönche im Wohnzimmer.

Björn Vedder 60
... mit seinem neuen Buch „Reicher Pöbel“ beleuchtet er die Kritik an reichen Menschen, aber auch deren Kritiker selbst.

Jeannette Gusko 86
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches.

Projekte

Ressourcen teilen – Gemeinwohl stärken 34
Die Web-Plattform „depot“ unterstützt die Zivilgesellschaft mittels Social Franchising

Der Schlüssel ist Begeisterung 36
Kinder und Jugendliche sollen für den IT-Fachbereich gewonnen werden

Schuhe, Plastikflaschen, Kippen 38
Ein Schweizer bringt weltweit Menschen dazu, Müll zu sammeln

Stiftungen

Handlungsfähig bleiben 42
Die Hannah-Stiftung setzt sich gegen sexuelle Gewalt ein

Frau gesucht 44
Ist die Zukunft von Stiftungsräten jung und weiblich?

Einfach mal mitmachen 46
Bürgerstiftungen setzen immer mehr auf Ehrenamtliche

Verlosung

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

Rubriken

Spektrum **6**
Schöner scheitern **11**
Umfrage **16**
Persönliche Gedanken **30**
Köpfe & Karrieren **48**
Branche **50**
Dienstleisterverzeichnis **54**
Fundraising-Kalender **74**
Bildung **76**
Fach- und Sachbücher **82**
Fragebogen **86**
Das Letzte **90**
Vorschau + Impressum **90**

Praxis & Erfahrung

Herz und Hand statt IBAN **64**
So tickt der Spendernachwuchs ab Generation Y

Generationenwechsel bei Spendern **66**
Spenden Babyboomer anders als ihre Vorgängergeneration?

Wegweiser zu kostenloser Werbung **68**
Updates und Empfehlungen zu den neuen Richtlinien für Google-Ad-Grants-Konten

Anschlussmöglichkeit: garantiert **70**
Projekt „Let's go digital" des Fundraising Verband Austria gestartet

Frauen an die Hebel der Macht **72**
Der Dritte Sektor bleibt für Frauen und deren Karrierechancen in Bewegung

Heft bestellen

Das Bestellformular für Ihr
Magazin-Abonnement
finden Sie im Internet unter:
www.abo.fundraiser-magazin.de

Autoren

... dieser Ausgabe:
Danielle Böhle,
Dr. Katharina Franziska Braig,
Matthias Daberstiel,
Dr. Roland Demmel, Andreas Dohrn,
Markus Fleige, Stefanie Koop,
Dr. Aline Kratz-Ulmer,
Thorsten Mehnert, Daniela Münster,
Ute Nitzsche, Marc-André Pradervand,
Jan Schudel, Silvia Schüßler,
Rico Stehfest, Dr. Stefan Stolte,
Dr. Michael Urselmann,
Sabine Wagner-Schäfer,
Juliane Wernhard, Sarina Wiens

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

Neue Zahlungskanäle für Spenden in der Schweiz

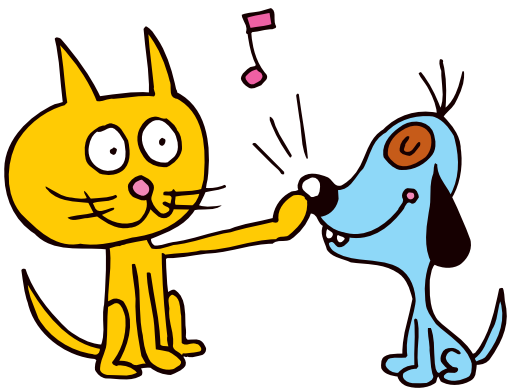
Die Zewo-zertifizierten NGOs der Schweiz können mit dem Spendenjahr 2017 wohl ganz zufrieden sein. Insgesamt 1,85 Milliarden Franken brachte das vergangene Jahr und damit einen Spendenrekord (2016: CHF 1,79). Dabei gingen drei von fünf Franken an zertifizierte Organisationen. Die Wege, über die jene Spenden eingehen, sind in erster Linie nach wie vor die bewährten, allen voran Bank- und Postüberweisungen. Neue, digitale Kanäle wie Crowdfunding oder per SMS spielen noch immer kaum eine Rolle. Von 100 gespendeten Franken ging im Schnitt weniger als ein Rappen über diese Kanäle an die NGOs.

▶ www.zewo.ch

Und sonst noch …

Wer ist das Opfer?

Aubrey Delinzer aus Houston/Texas hatte die Nase voll von der Tatsache, dass sein Sohn täglich von einem anderen Jungen gemobbt wurde. Also nahm er sich den Fiesling zur Brust. Allerdings hat er ihm nicht etwa den Hintern versohlt. Er hat einen Tag lang mit ihm verbracht, ihn kennengelernt und so erfahren, dass der Junge selbst gemobbt wurde, nicht zuletzt, weil es dessen Familie finanziell weniger gut geht. Kurzerhand hat Delinzer über gofundme Spenden für den Jungen gesammelt. Fast 26 000 US-Dollar kamen dabei zusammen. Und die beiden Jungs sind inzwischen ziemlich gute Buddies.



▶ www.gofundme.com/69zzudc

MEINE MEINUNG

Vertrauenskrise: „Spenderinnen und Spender sind keine Bankautomaten“

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Vertrauen ist die Währung im Fundraising. Diesen Satz habe ich als Fundraising-Anfänger oft gehört. Er gilt auch heute noch. Wie viele Institutionen kämpfen auch NGOs aktuell mit einem Gesichtsverlust. Größere Organisationen versuchen, mit Investitionen in Markenbildung, Awareness oder in publikumswirksame Aktionen gegenzusteuern. Laut Edelmann Trust aber ist das Vertrauen in Non-Profit-Organisationen in den letzten Jahren massiv zurückgegangen. Doch wieso haben wir es überhaupt verloren? Wir sind doch die Guten!

Gerade wer das denkt, macht es sich zu einfach. Wir müssen unsere Hilfe schon begründen. Zu sagen, wir setzen uns doch ein, und das müssen die Leute doch sehen, ist zu kurz gedacht. Ergebnis sind meist moraline Appelle, die versuchen, den Menschen ein schlechtes Gewissen zu machen. Dir geht's gut, hilf gefälligst! Oder die glauben machen wollen, dass diese Hilfe zu 100 Prozent ankommt.

Dabei ist Vertrauen zu schaffen einfach: People give to People! Auch noch so ein Fundraisingsatz. Doch auf Websites von NGOs sehe ich vieles, nur keine Menschen, die wirklich helfen, die sich einsetzen, die ansprechbar sind. Ich lese auch keine guten Geschichten. Wollen wir eigentlich Kontakt? Oder wollen wir nur unser Ding machen und die sollen zahlen? Dann ist die Entfremdung normal. Spenderinnen und Spender sind keine Bankautomaten. Fundraising braucht mehr: Persönlichkeit und ehrliche Argumente!

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

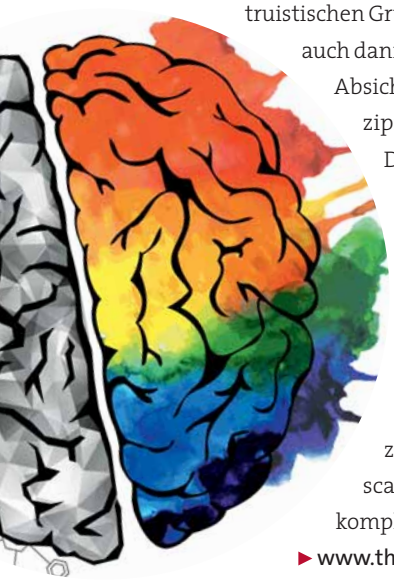
Deutscher Spendenhilfsdienst

Wenn auch die Situation in Tschechien für die Medien noch nicht so drastisch ist wie etwa in Polen oder Ungarn, optimal ist sie sicher nicht. Auch in Tschechien sehen sich gerade investigative Journalisten immer wieder Einschüchterungsversuchen und Einmischungen aller Art ausgesetzt. Zu den kritischen Medien des Landes gehört das Magazin „Reporter", das mit dieser Kampagne darauf aufmerksam macht, wie wichtig eine eigene Meinung ist. Selbstverständlich gilt das auch für die Zivilgesellschaft eines jeden Landes.

▶ www.reportermagazin.cz

Warm glow

Das Belohnungszentrum im menschlichen Gehirn ist tatsächlich deutlich aktiver, wenn Menschen aus altruistischen Gründen heraus geben, aber auch dann, wenn mit strategischer Absicht eine Gabe auf eine reziproke Belohnung abzielt. Das fanden Psychologen der Universität Sussex in einer neuen Metastudie heraus. In dieser verglichen sie Ergebnisse von 36 Studien an 1150 Patienten, deren Gehirne über einen Zeitraum von zehn Jahren wiederholt gescannt worden waren. Die komplette Studie gibt's online.



▶ www.thesocialdecisionlab.org

Online läuft doch?

Der aktuelle Giving Report sieht digitale Spenden-Kanäle vorn

Das Online-Spenden kommt nicht so richtig in Fahrt? Global betrachtet zeigt sich da ein anderes Bild. Zu dem Schluss kommt zumindest der jährliche Giving-Report von Nonprofit Tech for Good. Die Befragung von 6000 Spendern aus 119 Ländern auf sechs Kontinenten brachte sogar zutage: Online-Spenden per Kreditkarte ist die Nummer eins der beliebtesten Kanäle. In Europa liegen hier die digitalen Kanäle bei einer Spenden-Häufigkeit von 46 Prozent, global betrachtet spenden sogar 54 Prozent am liebsten online.

Die sozialen Medien sind es in erster Linie, die Spender zu einer Gabe motivieren (32 %), gefolgt von E-Mail-Aufrufen (25 %) und der Website einer Organisation (20 %). Es überrascht niemanden, dass Facebook dabei mit Abstand ganz vorn liegt. Ganze 53 Prozent der Spender nannten das Netzwerk als Spendenmotivation. Ebenso auf digitalem Weg soll bevorzugt der Dank für eine Spende erfolgen. Die Mehrheit der befragten Europäer, nämlich 68 Prozent, wünschen sich eine Danke-E-Mail.

▶ www.givingreport.ngo

Kurzgefasst …

Grüne Städte für ein nachhaltiges Europa

Es gibt eine neue EU-weite Plattform für Fachleute zum Wissensaustausch über den Nutzen von Stadtgrün und die Möglichkeiten, die negativen Auswirkungen des Klimawandels zu begrenzen. Die Plattform soll das Thema Stadtbegrünung fördern, indem sie innovative Ideen und Informationen auf Grundlage wissenschaftlicher Arbeit und technischer Expertise bereitstellt.

▶ www.thegreencity.eu/de

Erklär-Video für nachhaltige Banken

Alternativen zu konventionellen Banken zeigt der Kurzfilm „Nachhaltige Banken" auf dem Informationsportal www.geld-bewegt.de. Der Film stellt Banken mit Nachhaltigkeitsstandards vor und erläutert ethisch-ökologische Anlagekriterien. Begleitend zu dem Kurzfilm bietet das Informationsportal Marktübersichten zu ethisch-ökologischen Girokonten und Sparanlagen.

▶ www.geld-bewegt.de

Österreichischer Kommunikationstag 2019

Der 7. Österreichische Kommunikationstag am 9. Mai 2019 wirft seine Schatten voraus: Der Public Relations Verband Austria (PRVA) startete einen „Call for Papers" für das kommende Thema „Veränderung, Leadership und Verantwortung". Bis zum 5. Dezember können sich Vortragende, die Ideen und Best-Practice-Lösungen vorstellen möchten, bewerben.

▶ www.prva.at

Promotion für Sportler und Vereine

MySportMyStory möchte die Namen von so vielen Sportlern, Teams und Vereinen wie möglich bekannt machen. Zusätzlich bekommen sie von professionellen Journalisten und Filmemachern Tipps und Tricks, die zeigen, wie man sich selbst in Szene setzt und durch das Schaffen öffentlichen Interesses im Idealfall neue Sponsoren gewinnen kann.

▶ www.mysportmystory.com

Bilanz des Bundesprogramms für Flüchtlinge

Nach drei Jahren Programmlaufzeit zieht das Bundesprogramm „Willkommen bei Freunde – Bündnisse für junge Flüchtlinge" Bilanz: Mehr als 15 500 Mitarbeitende aus öffentlichen Verwaltungen und ehrenamtlichen Initiativen hat das Programm erreicht und über 200 Kommunen bundesweit durch die Angebote unterstützt.

▶ www.willkommen-bei-freunden.de

Drei Fragen an … Christian Deiters

Der Wirtschaftsinformatiker greift mit seinem Team Social Start-ups unter die Arme

? Ihre Plattform will Social Start-ups zu mehr Bekanntheit verhelfen. Bewerten Sie die Ideen bei deren Vorstellung auch inhaltlich?

Definitiv bewerten wir auch inhaltlich. Wir prüfen das Start-up auf verschiedene Kriterien, und wenn es gut abschneidet, dann schreiben wir auch darüber. Es ist wichtig, die Startups auch inhaltlich zu bewerten, damit unsere Plattform www.social-startups.de eine gewisse Qualität hält. Jedoch kann ich hier beruhigen: Unser Ziel ist es, die Szene zu fördern und nicht zu behindern, daher sind diese Kriterien aktuell eine geringe Hürde.

Christian Deiters …

… hat an der Technischen Hochschule Mittelhessen studiert und engagiert sich bereits seit seinem Studium für nachhaltige, innovative Geschäftsideen.

? Die Plattform gibt es bereits seit 2012, das Unternehmen seit 2013. Was sind bei Ihrer Arbeit Erfolge?

Wir haben bereits etliche Start-ups vorstellen können, die nach unserer Berichterstattung durch größere Medien aufgegriffen wurden. Außerdem sind durch unsere Arbeit auch die Begriffe „Social Start-up" und „Social Entrepreneurship" mehr in den Mainstream gerückt. Klar, noch dauert es, bis sie dort ganz ankommen – aber jeder Schritt zählt. Aktuell arbeiten wir an lokalen Konzepten und sind mit verschiedenen Partnern in Gesprächen, um nicht nur bundesweit, sondern auch gezielt auf lokaler Ebene unterstützen zu können.

? Wie wird Ihr Beratungsangebot bislang aufgenommen?

Es ist noch zu früh, um das zu beurteilen. Fakt ist: Schon jetzt kommen wöchentlich Anfragen rein. Und das von potenziellen Partnern und Start-ups, die Unterstützung wollen oder Bedarf an unserem Angebot haben.

▶ www.social-startups.de

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

SEIEN SIE DABEI!

Werden Sie jetzt Mitglied im Deutschen Fundraising Verband.

Vorteile im Überblick
- aktives Branchennetzwerk
- intensiver Austausch in Fach- und Regionalgruppen
- Mitgliederpreise für:
  - alle Veranstaltungen des Verbandes
  - Erstberatung bei Rechtsfragen
  - Mentoring und Coaching
  - Statistiken und Studien u. v. m

Mitgliederrabatt für den Deutschen Fundraising Kongress 2019 (→ S. 89)

Mehr über die Vorteile einer Mitgliedschaft unter **www.dfrv.de** und telefonisch unter: **030 3088 31800**

Für Hochschulen

Ausschreibung des Hochschul-Fundraisingpreises

Der Deutsche Hochschulverband lobt zum vierten Mal den Deutschen Hochschulfundraisingpreis aus. Mit der Auszeichnung sollen Best-Practice-Beispiele prämiert werden, die den Start in ein erfolgreiches Fundraising durch den Aufbau transparenter Netzwerke, exzellenter Einbindung von Förderern sowie nachhaltiger Spenderpflege bewiesen haben.

Bewerben können sich staatliche und staatlich anerkannte Hochschulen sowie Universitätsklinika in Deutschland mit folgendem Bewerbungsgegenstand: Kampagnen ab einem Fördervolumen von 250 000 Euro pro Jahr zur nachhaltigen Finanzierung eines Förderprojektes, zum Beispiel Lehrstuhl, Professur, Institut, Berufungsfonds.

Aus den Bewerbungsunterlagen sollen die Projektidee, die Planungsschritte und eine Erfolgsanalyse sowie eine Begründung, warum die Hochschule oder die Kampagne besonders preiswürdig ist, hervorgehen. Die Auszeichnung ist mit einem Preisgeld von 5000 Euro verbunden. Bewerbungen können noch bis zum 31. Januar 2019 eingereicht werden. Mehr Infos: kliment@hochschulverband.de

▶ www.hochschulverband.de

Schöner scheitern … mit Fischen

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 MARC-ANDRÉ PRADERVAND, Fundraiser BR

Ein Lettershop erhielt von einer NPO die Bestandteile, um ein Mailing zu verpacken. Als Give-Away war ein kleines Mauspad, das gerade in ein C5-Couvert passte, geplant. Das Besondere an dem Mauspad war, dass es eine Zwischenschicht mit Flüssigkeit hatte, in der kleinste Plastikfische schwammen. Auf der Oberseite war das Mauspad durchsichtig, sodass der Eindruck entstand, man würde in ein Aquarium schauen.

Der Lettershop verpackte die Mauspads mit den anderen Bestandteilen maschinell und übergab das ganze Mailing der Post für die Zustellung. Leider hatten die Postverteilmaschinen aber einen anderen Anpressdruck als die Kuvertiermaschinen des Lettershops, was dazu führte, dass die seitlichen Nähte der Mauspads in den Verteilmaschinen der Post platzten und die Flüssigkeit auslief. Auch die Plastikfische gelangten so ins „Freie". Da die Verteilmaschinen sehr schnell arbeiteten, konnte der ganze Prozess erst nach etwa zwei Minuten gestoppt werden – in dieser Zeit waren aber schon unzählige der Give-Aways geplatzt und verunreinigten die ganze Postverteilanlage. Zudem war der Inhalt der Mauspads auch recht dickflüssig und leicht klebrig, sodass die Maschinen gestoppt und aufwendig gereinigt werden mussten.

Das Ganze hatte für die Non-Profit-Organisation leider auch Konsequenzen, denn das Mailing war nicht zustellbar, was keine Spendeneinnahmen bedeutete. Durch den Ausfall der Postverteilmaschine kam es auch bei anderen Kunden zu Verspätungen bei der Zustellung. Zusätzlich fielen hohe Kosten für die Putzaktion der Maschine an. Schlussendlich musste geklärt werden, wer für den Schaden haftet und die entstandenen Kosten übernimmt. Man einigte sich zwischen den Parteien schließlich auf eine Kostenteilung.

Fazit: Bei nicht alltäglichen Give-Aways empfiehlt es sich, vorgängig den ganzen Verpackungs- und Versandprozess abzuklären und zu testen.

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

SIEVERTDRUCK&SERVICE

Alexandra Sievert-Heidemann
Geschäftsführerin

FUND raising makes HAPPY

Adress-Selektion, Personalisierung, Druck, Lettershop, Seminare

Ihr Kontakt zum professionellen Spendenmailing:
Alexandra Sievert-Heidemann
0521-557359-19
Potsdamer Straße 220
D-33719 Bielefeld
www.druck-u-service.de
www.owlgoesfundraising.com

„Jeder, der etwas übrig hat, kann

Jürgen Reiss war Geschäftsführer einer Brauerei und Studienrat für Fremdsprachen, bevor er selbst die „Sonnenstrahl Kinderfonds Stiftung" gründete. Mittlerweile ist er ehrenamtlich im Vorstand der Stiftung „Stifter für Stifter" und mehrerer Treuhandstiftungen tätig. Im Interview mit unserer Redakteurin Ute Nitzsche sprach er über den Stellenwert von Stiftungen in Deutschland, schlecht informierte Juristen und tibetische Mönche im Wohnzimmer.

? In den USA werden Stiftungen gerne als elitär und antidemokratisch angesehen. Welchen Stellenwert haben Stiftungen Ihrer Meinung nach in Deutschland?

Man kann die USA nicht ohne Weiteres mit Deutschland vergleichen. Die meisten Stiftungszwecke dort hängen unmittelbar mit dem Leben und Erleben des Stifters zusammen. Es wird gerne lokal gestiftet, zum Beispiel für das eigene Krankenhaus oder die Universität. In Deutschland hingegen ist der Sozialbereich, also die Hilfe für Bedürftige, der häufigste Stiftungszweck, an zweiter Stelle stehen dann Gesundheit, Bildung oder Kultur. In Deutschland ist die Orientierung der Stifter selbstloser als in den USA. Ich denke daher, dass bei uns das Ansehen von Stiftungen nicht ganz so schlecht ist. Sicher haben sie auch noch etwas den Touch des Elitären; die Menschen stellen sich unter einem Stifter oft einen Reichen vor, meistens einen alten Mann. Dieses Bild entspricht aber nicht mehr der Realität.

Bei den Stiftungen, die wir bei uns im Haus des Stiftens betreuen – rund 1500 – ist der Frauenanteil recht hoch, und bei jungen Leuten ist die soziale Orientierung sehr stark. Wir haben viele junge Menschen, die im Beruf erfolgreich sind, ihr überschüssiges Kapital aber nicht als Spende an Dritte weggeben wollen, sondern lieber eine eigene Stiftung mit geringem Kapital gründen und diese dann allmählich aufstocken. Sie spenden dann in ihre eigene Stiftung hinein, haben dadurch den steuerlichen Nutzen und geben das Geld für ihren Stiftungszweck aus.

auch eine Stiftung gründen …“

? Kritiker werfen Stiftern oft vor, dass sie vor allem Steuern sparen und sich selbst darstellen wollen. Was entgegnen Sie denen?

Steuern sparen kann man mit einer gemeinnützigen Stiftung nicht. Wenn man eine Stiftung gründet, verschenkt man Geld, es muss nur nicht zusätzlich versteuert werden. Würde ein Stifter das Geld behalten und darauf Steuern zahlen, hätte er unter dem Strich mehr in der Tasche. Zum zweiten Aspekt kann ich nur sagen: Natürlich gibt es auch Stifter, die ihr Ego damit aufpolieren wollen, aber die sehe ich nicht in der Mehrzahl. Ich erlebe gerade im Treuhandbereich sehr oft, dass der Stifter größten Wert darauf legt, anonym zu bleiben.

Deshalb kritisiere ich auch die Bemühungen einiger, ein Stiftungsregister, in dem Stifter namentlich aufgeführt sind, einzuführen. Ich befürchte, dass einige Stifter dann entweder die Stiftung nicht gründen oder einfach in die Schweiz gehen. Denn dort taucht der Name nicht auf.

? Wie sehen Sie den Vorwurf, der Staat gäbe Aufgaben an den Dritten Sektor, speziell an Stiftungen, ab?

Diese Kritik ist zum Teil berechtigt, aber der Staat hat schon seit dem Mittelalter soziale Aufgaben an Gemeinnützige abgegeben. Wo wären wir zum Beispiel heute im Rettungswesen ohne ADAC, Rotes Kreuz, ohne Malteser oder Johanniter, ohne die Caritas oder die AWO? Glaubt jemand, der den Staat in dieser Situation fordert, ernsthaft, dass der Staat all diese Aufgaben selbst leisten könnte? Ich glaube nicht. Ich glaube eher, dass die Bedeutung der Zivilgesellschaft noch zunehmen wird, weil der Staat schon jetzt an den Rand seiner Leistungsfähigkeit kommt. Wir müssen dafür werben, dass noch mehr solcher Organisationen entstehen. Wir haben den Anspruch, in einer Demokratie zu leben. Demokratisches Verhalten erschöpft sich aber nicht im Kreuzchen machen alle vier Jahre. Es verlangt nach Teilhabe und Übernahme von Verantwortung für das Gemeinwesen. Stiftungen erfüllen diese Funktion in vorbildlicher Weise, selbstlos und uneigennützig. Wer diese Art von Bürgerengagement kritisch sieht, macht die Staatsbürger letztlich nur zu passiven Konsumenten staatlicher Angebote. Wollen wir das (wieder)?

? In Deutschland gibt es mehr als 20 000 rechtsfähige und mindestens ebenso viele unselbstständige Stiftungen. Diese Vielfalt scheint in der Öffentlichkeit allerdings nicht so recht anzukommen, Stiftungen sind in den Medien kaum präsent. Wissen die Menschen gar nicht, was eine Stiftung ist und was sie macht?

Man kennt zwar in der Regel den Begriff Stiftung oder den eines Stifts, aber was dahintersteckt, wissen die meisten nicht. Es ist eine unserer Aufgaben als Stiftung „Stifter für Stifter“, darüber zu informieren, zum Beispiel in Webinaren, und Stiftern Unterstützung zu bieten, beispielsweise bei der Gremienbesetzung. Wir wollen auch deutlich machen, dass eine Stiftung keine elitäre Veranstaltung für die Superreichen ist. Jeder, der etwas übrig hat, kann auch eine Stiftung gründen.

? Warum ist gerade die Information der Öffentlichkeit das Ziel der Stiftung „Stifter für Stifter“?

Jemand, der mit dem Gedanken spielt, eine Stiftung zu gründen, sollte zumindest über die verschiedenen Formen von Stiftungen informiert sein. Häufig macht er nämlich einen großen Fehler: Er rennt zum Anwalt. In der Ausbildung von deutschen Juristen spielt aber das Stiftungswesen keine Rolle. In der Regel legt der Anwalt dann seinem Mandanten eine vorgefertigte Satzung aus dem Formularhandbuch vor. Wenn der Stifter aber irgendwann seine Stiftung zum Leben erwecken muss, tritt Frust auf. Er stellt zum Beispiel fest, dass er dies oder jenes gern tun würde, dass das aber laut Satzung seiner Stiftung nun gar nicht möglich ist. Fachanwälte hätten vielleicht für manche Zwecke eher zur Treuhandstiftung, zum Verein oder … ▶

Jürgen Reiss besucht einen Kindergarten in Indien

... zur gGmbH statt zur rechtsfähigen Stiftung geraten. Eine Satzungsänderung erlaubt aber die Stiftungsaufsicht nicht, denn es zählt ja der Stifterwille, den der Stifter bei der Gründung hatte.

? Warum sind gerade Stiftungen trotzdem sehr gut für bürgerschaftliches Engagement geeignet?

Die Alternative zum Stiften ist Spenden, zum Beispiel an eine Organisation. Der ahnungslose Spender sagt: „Hier habt ihr mein Geld, macht was damit." Wer etwas Erfahrung hat oder kaufmännisch geschult ist, will zumindest noch wissen, was mit seinem Geld passiert ist. Ein Stifter denkt noch weiter. Er möchte eine Maßnahme langfristig fördern und nach einem vereinbarten Zeitraum auch wissen, was mit seinem Geld bewirkt wurde. Das kann man zwar auch mit einer Spende erreichen, aber viele Organisationen sind auf solche Spender nicht vorbereitet. Ein Stifter hingegen sucht sich eine Organisation, mit der er selbst Ziele aushandeln kann. Wenn diese das nicht leisten kann, geht er zu einer anderen.

? Sie selbst haben die „Sonnenstrahl Kinderfonds Stiftung" gegründet. Wie kam es dazu und warum ist es Ihnen ein besonderes Anliegen, benachteiligten Kindern und Jugendlichen zu helfen?

Ich könnte jetzt etwas flapsig sagen: Wenn man etwas Gutes tun will und es fällt einem nichts ein, kommen einem immer arme Kinder in den Sinn. (lacht) Es gibt in Deutschland sehr viele Stiftungen, die Kindern helfen. Dort kommt sehr viel Geld an, während andere Stiftungszwecke wie Alten-, Behinderten- oder Flüchtlingshilfe ein stiefmütterliches Dasein führen. Das merkt man aber meist erst hinterher. Hätte ich mich im Vorfeld besser informiert, wo wirklich Bedarf besteht, wäre möglicherweise ein anderer Stiftungszweck rausgekommen. Aber nun ist es die Kinderhilfe-Stiftung, und die macht sehr viel Spaß. Ich denke, auch Projekte zu haben, bei denen wirklich Hilfe nötig ist. Die liegen nicht in Deutschland.

? Was sind das für Projekte?

2007 bin ich nach Indien gegangen. Dort fördern wir eine Schule in einem entlegenen Dorf im Himalaya-Vorland im Bundesstaat Westbengalen. Eine Dorfgemeinschaft hatte sich nach Hilfe umgeschaut, da es dort keine Schule im Ort gab und der Weg zur nächsten Schule viel zu weit und zu gefährlich war. Irgendwie sind sie dann auf meine Stiftung gestoßen, und eines Tages saß hier bei uns im Wohnzimmer ein rotbefrackter tibetischer Mönch und sagte: „Ich weiß, du hast Geld und wir können es gebrauchen." Ich antwortete: „Okay, das schaue ich mir an. Ich komme zu euch." Und so entstand dann dieses Projekt.

Die Schule war schon im Bau, und das ganze Dorf hatte mitgeholfen. Aber es fehlte jemand, der die laufenden Kosten bezahlt, wie Lehrergehälter, Unterrichtsmaterialien, Strom und so weiter. Wir als Stiftung haben uns dann schnell entschlossen, das zu übernehmen. Seitdem fahre ich jedes Jahr hin, schaue mir die Unterlagen an, und wir legen Ziele für das nächste Jahr fest. Die Kosten belaufen sich aktuell auf 25 000 Euro pro Jahr. Das müssen Sie sich vorstellen, dass man eine ganze Schule mit zehn Lehrern und 150 Kindern ein Jahr lang mit nur 25 000 Euro betreiben kann! Eine Schule hier braucht dafür rund 700 000 Euro. Das ist Wirkung. Für sehr wenig Geld kann man für Kinder sehr viel bewirken. Ob es ein indisches, ein bulgarisches oder ein deutsches Kind ist, ist mir egal. Kind ist Kind. Mittlerweile bieten wir auch Stipendien für die Schüler an, die die sechste Klasse beendet haben, da die dann in einen anderen Ort müssen. Dort brauchen sie eine Unterkunft, Verpflegung, eventuell auch Schulgeld. Auch das finanzieren wir jetzt über die „Sonnenstrahl Kinderfonds Stiftung". Man kommt mit 400 bis 600 Euro pro Jahr und Schüler hin. Und schließlich unterstützen wir seit zwei, drei Jahren auch noch ein Projekt für Straßenkinder in Indien.

? Sie sind selbst Stifter, sind im Vorstand der Stiftung „Stifter für Stifter" und auch in einigen Treuhandstiftungen. Woher kommt dieses persönliche Faible für Stiftungen?

Stiftungen sind irgendwie mein Hobby. Ich bin da hineingewachsen. Andere sagen: „Ich fahre gern Porsche." Ich brauche keinen Porsche. Stiftungen sind ein Feld, das mir Spaß macht und in dem ich jetzt seit 18 Jahren tätig bin. Davor war ich Vorstand in einer Brauerei. Schon zu diesem Zeitpunkt kam das Thema Stiftungen bei mir auf. In unserer Werbung kam damals ein Eisvogel vor und wir haben gesagt, dass wir auch etwas für den Naturschutz tun müssen, um glaubwürdig zu sein. Ein Gedanke war, eine Stiftung zu gründen. Allerdings wurde das nie realisiert. Erst als ich unabhängig von der Brauerei wurde, kam der Gedanke wieder auf, und wir haben in der Familie beraten, welches unser Lieblingszweck ist. Da kamen wir recht schnell auf das Thema Kinderhilfe.

? Welche Erfahrungen haben Sie persönlich als Stifter in Deutschland gemacht?

Positive, vor allem, was die persönliche Bereicherung angeht. Ich denke da vor allem an Einblicke und neue Freundschaften. In Indien komme ich beispielsweise mit Leuten zusammen, mit denen man als normaler Reisender nie in Berührung käme. Ich wohne dort in einem tibetischen Kloster und habe das ganze Klosterleben um mich herum, bin gut mit Mönchen befreundet.

? Wo sehen Sie das Stiftungswesen in den nächsten Jahren?

Ich bin sehr optimistisch, dass der Stiftungssektor weiter wachsen wird. Es gibt immer wieder Querschüsse aus der Regulatorik, wie Steuerthemen, Transparenzregister oder Datenschutzverordnungen. Solche Themen kosten vor allem Ehrenamtliche sehr viel Arbeit. Besonders aus der „linken" Ecke gibt es immer wieder Forderungen, dass man die Gelder von Stiftungen staatlich verwalten sollte. Gegen die Vorstellung, der Staat wüsste es besser, kann man sich wehren, indem man aufzeigt, was Stiftungen tun. Und dann stellt sich immer die Frage: Glaubt ihr, dass der Staat das auch so kann?

▶ www.stifter-fuer-stifter.de
▶ www.sonnenstrahl-stiftung.de

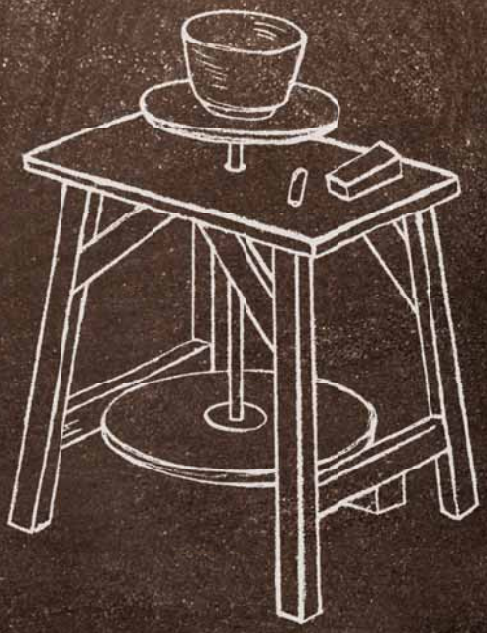
FACHWISSEN FÜR DEN GLOBALEN SÜDEN: WELTDIENST 30+

Einsatz in der Auszeit

Sie wollen sich freiwillig in der Entwicklungszusammenarbeit engagieren? Im Urlaub oder Sabbatjahr Ihr Know-how weitergeben? Wirksam helfen?

Dann machen Sie mit beim Weltdienst 30+, der jungen Sparte des Senior Experten Service (SES) für Berufstätige – von der Bundesregierung gefördert, für Sie kostenlos!

www.ses-bonn.de



ENGAGEMENT GLOBAL
Service für Entwicklungsinitiativen

Engagement Global informiert, berät und vernetzt. Wir begleiten und fördern auch die Entwicklungszusammenarbeit deutscher Stiftungen. Kommen Sie mit uns ins Gespräch:

Infotelefon: 0800 188 7 188 (gebührenfrei)
stiftungen@engagement-global.de
www.engagement-global.de/stiftungen

Im Auftrag des Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Mein Highlight im Fundraising-Jahr 2018

Es gibt so viele gute Spendenkampagnen, Aktionen und Ideen. Große und kleine NGOs und auch Privatpersonen lassen sich viel Kreatives einfallen. Wir fragten diesmal die Leserinnen und Leser des Fundraiser-Magazins: Was ist Ihr Fundraising-Highlight des Jahres 2018? Hier sind einige Antworten.
Und was meinen Sie? Schreiben Sie uns und senden Sie uns nach Möglichkeit ein Foto und/oder einen Link zu der Fundraising-Aktion, die Sie besonders beeindruckt hat, an *meinung@fundraiser-magazin.de*

„Pinke för Pänz“ zur WM 2018

Mit einer Verlosung sammelte die Katholische Jugendagentur (KJA) Köln im Juli Spenden, um einen Bolzplatz am Jugendtreff TeeNTown zu sanieren. Die 60 Jahre, die der Platz schon alt war, machten sich bemerkbar: Der Ballfangzaun zur Straße fehlte, Stolperkanten „schmückten“ das Feld, und die alten Tore drohten, auch nicht mehr lange zu halten. Viele Unternehmen schlossen sich der Idee an und kauften Lose. Bei Rewe und Kamps wurden Verkaufsstellen eingerichtet. Zudem ist es Box-Olympiasieger Torsten May und der „Stiftung mal bewegen“ zu verdanken, dass die gewünschte Summe für die Sanierung zusammenkam. Der Hauptpreis waren zwei Karten für die Euro Champions League. Das Foto zeigt das Los-Finale am Flughafen Köln-Bonn: Schauspielerin Susanne Pätzold (links), Kamps-Backstubenleiter Holger Schulz und n-tv Moderatorin Mara Bergmann gaben alles.

Daniel Könen

Crowdfunding für republik.ch

Ein überwältigender Crowdfunding-Erfolg von über 3,5 Millionen Franken realisierte erfolgreich den Start des unabhängigen digitalen Magazins „republik.ch“ im Januar 2018. Das Ergebnis übertraf alle Erwartungen und wurde damit das erfolgreichste Crowdfunding-Projekt aller Zeiten. Statt ursprünglich geplante 3 000 Geber kamen mehr als 13 800 zusammen, die 750 000 Franken zusammenbrachten. Die Kommunikationsstrategie der Macher ging total auf. Heute finanziert sich die Onlinezeitung durch ihre Leser (240 Franken/Jahr/Leser), ohne Werbeeinnahmen.

Katja Prescher

Alumni engagieren sich

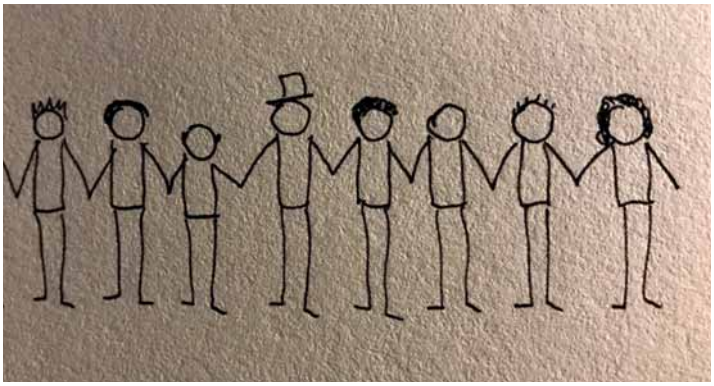
Schon zum wiederholten Male wurde nun von ehemaligen Lehrerinnen bzw. Lehrern eine Stiftung zugunsten unserer Universität Hildesheim errichtet. Dass sich Alumni so für die nachfolgende Generation von Lehramtsstudierenden engagieren, ist großartig und macht Mut für die Fundraisingkampagne des kommenden Jahres!

Markus Langer

Transparenz und Mut

Ein außergewöhnlich gutes Spenden-Mailing von Caritas International flatterte im April 2018 bei mir ins Haus. Ich wünschte, es wäre von fundango, aber dem ist nicht so. Nicht nur, dass es alles hat, was gutes Fundraising ausmacht: Emotion, inhaltlichen Tiefgang, Authentizität. Es hat noch etwas, was ich in der täglichen Praxis öfter vermisse: Es hat Mut. Mut zu unbequemen, teils verstörenden Aussagen und Bildern. Und den Mut, die Adressaten ernst zu nehmen und sich selbst zu hinterfragen: „Die Kosten pro Brief betragen 0,65 Euro inklusive Porto." Ich wünsche den Freiburger Kollegen von ganzem Herzen, dass ihr Mut belohnt wird. Mich haben sie überzeugt!

Britta Janssen



Strichmenschenkette gegen Nazis

Nach den fremdenfeindlichen Protesten in Chemnitz verkündete Tobias Vogel auf gofundme: „In Reaktion auf die aktuellen Ereignisse beginne ich heute mein neues Kunstwerk ‚Strichmenschenkette gegen Nazis'. Für jede gespendeten 5 Euro schließt sich ein weiterer Strichmensch der Kette an. Ziel sind 1000 Strichmenschen bzw. 5000 €." Nachdem das Ziel in Rekordzeit erreicht wurde, hat Vogel die Summe auf 10 000 Euro erhöht. Das Geld geht an den Sächsischen Flüchtlingsrat. Die Aktion fand ich persönlich sehr super. Pointiert und effizient!

Steffi Sczuka via Facebook

KomServ
Verwaltungsgesellschaft
... Ihre Verbindung zum Mitglied

Wir machen das für Sie:
We'll do it for you:

Moderne Mitgliederverwaltung- und Pflege
Modern membership management services and solutions

www.komserv-gmbh.de

Hilfe zur Selbsthilfe

Von der Spende zur nachhaltigen Zusammenarbeit

Technologie für Bildung in Afrika. Unser Titelbild zeigt eine Studentin in Mali.

Wie das Smartphone Ernten steigert

Um die wirtschaftliche Situation der Familien in ländlichen Gebieten in Simbabwe zu verbessern, setzt die Welthungerhilfe auf innovative Lösungen und moderne Technologie.

Seite 20

Stifter auf Reisen

Kirgisistan ist gegenwärtig die einzige parlamentarische Republik in der Region. Das Deutsche Stiftungszentrum und das EZ-Scout-Programm hatten deshalb zu einer Stifterreise geladen.

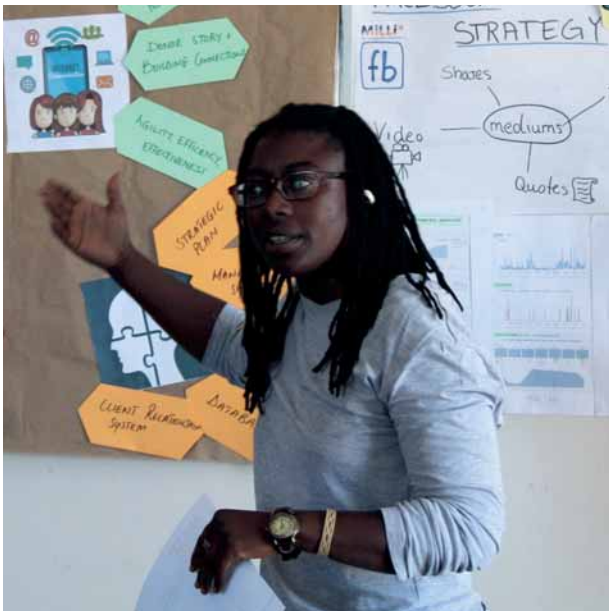
Seite 22

Selbstbestimmung ermöglichen

Mit Mikrokrediten und Beratungen erfolgreich gegen Armut. Seit ihrer Gründung 2014 hat die Hösbacher Global Micro Initiative bereits mehr als 125 spendenfinanzierte Mikrokredite vergeben.

Seite 24

Safari mal anders



Wie ein namibisches Projekt vor Ort um Großspenden bittet. Als Alexandra Ripken die Anfrage für einen Großspenden-Workshop in Namibia erhielt, kam sie aus dem Staunen nicht mehr heraus.

Seite 26

Wie das Smartphone Ernten steigert

Die Welthungerhilfe unterstützt ein landwirtschaftliches Programm in Simbabwe

Mit ihren traditionellen Anbaumethoden und überliefertem Wissen können die Kleinbauern in Simbabwe den Auswirkungen des Klimawandels einfach nicht genügend entgegensetzen. Immer häufiger zerstören andauernde Dürren oder starke Regenfälle ihre Ernten. Hier sind neue Strategien gefragt: Um die wirtschaftliche Situation der Familien in ländlichen Gebieten zu verbessern, setzt die Welthungerhilfe auf innovative Lösungen und moderne Technologie.

Von STEFANIE KOOP

Kudakwashe Mafuta, Landwirt im Bezirk Shurugwi, erinnert sich mit Schrecken an die Anbausaison 2015/2016 zurück: „Vergeblich hatten wir im Dorf auf einen landwirtschaftlichen Berater der Regierung gewartet. Da ich nicht wusste, wie stark die Auswirkungen von El Niño sein würden, pflanzte ich die falschen Sorten, auch beim Viehfutter. Alle Bauern in der Region haben durch die schwere Dürre riesige Verluste erlitten.“ Von der schwachen Infrastruktur Simbabwes sind die Kleinbauern besonders betroffen. Trotz fruchtbarer Böden leben sie meist unterhalb der Armutsgrenze, denn sie haben kaum Zugang zu neuen Techniken, Geräten und Know-how. Die Kommunikationswege sind langsam und beschwerlich, am verlässlichsten verbreiten sich Nachrichten, wenn ein Bote sie ins Dorf bringt und sie durch Mundpropaganda weitergetragen werden. Eigentlich ist es Aufgabe von staatlichen Landwirtschaftsberatern, die Bauern über Aktuelles zu informieren. Wo ist eine Tierseuche ausgebrochen? Wie entwickelt sich die Großwetterlage und welches Saatgut ist für diese Klimaverhältnisse gut geeignet? Da jedoch ein Mangel an Landwirtschaftsberatern herrscht und jeder für bis zu 1200 Haushalte zuständig ist, passiert es häufiger, dass wichtige Informationen zu spät oder gar nicht ankommen. Schnell geraten die Familien in existenzielle Not.

Jetzt probiert Kudakwashe Mafuta Neues aus, und sein wichtigstes Werkzeug ist dabei sein Handy: „Beim letzten Erntedankfest war die Welthungerhilfe zu Besuch in unserem Dorf und stellte uns ‚Kurima Mari‘ vor, eine mobile Anwendung für Smartphones, die sie eigens für Landwirte entwickelt hat. In einem Video wurde gezeigt, wie vielseitig diese App ist. Ich war sofort überzeugt und habe sie umgehend installiert!“

Das Wetter und die Preise im Blick haben

Er freut sich nicht nur über die Wetterberichte, die er nun regelmäßig per SMS erhält, sondern kann sich bei „Kurima Mari“ auch informieren, welche Kultursorten in seiner Region am besten gedeihen. Ebenfalls verfügbar sind Handbücher und Videos mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen zu Anbaumethoden und Viehzucht. „Die Nachrichten deuten darauf hin, dass wir eine gute Regenzeit bekommen. Ich weiß nun, was ich auf meinen Feldern anpflanze und wie ich düngen muss. Für die nächste Saison bin

ich bestens vorbereitet." In Erwartung einer reichen Ernte will er seine Überschüsse später verkaufen; auch dabei hilft ihm die App weiter. Aktuelle Marktpreise für landwirtschaftliche Produkte lassen sich abfragen und vergleichen. Ebenfalls fündig wird er, wenn er Tipps zur Viehzucht, Finanzplanung und Unternehmensführung benötigt. Und sollten Fragen offenbleiben, kann er mit anderen Nutzern Erfahrungen austauschen oder im Adressverzeichnis einen fachkundigen Ansprechpartner heraussuchen und direkt telefonisch per SMS oder im Chat kontaktieren – vom lokalen Großhändler über den Tierarzt bis zum Regierungs- oder Welthungerhilfe-Mitarbeiter.

„Kurima Mari" bedeutet übersetzt etwa: mit Landwirtschaft Geld verdienen. Höhere Einkommen haben die Kleinbauern dringend nötig, und genau dafür setzt sich Welthungerhilfe-Mitarbeiter Tawanda Hove in der Hauptstadt Harare unermüdlich ein. Zusammen mit einem Team aus Webdesignern und Programmierern wertet der Manager für Informations- und Kommunikationstechnologie unter anderem die Rückmeldungen der Nutzer aus, um die Funktionen der Anwendung kontinuierlich zu verbessern.

Informationen an jeden Nutzer angepasst

„Die Inhalte sind in den Sprachen Shona, Ndebele und Englisch verfügbar und bieten den Bauern zeitnah Hilfe zur Selbsthilfe. Die App soll die landwirtschaftlichen Berater nicht ersetzen, sondern sie unterstützen", so Tawanda Hove. Und er ergänzt: „‚Kurima Mari' arbeitet offline ohne Breitbandverbindung und ist daher auch für ländliche Regionen geeignet."

Rund 22 000 Kleinbauern, vorwiegend in der Provinz Midlands, profitieren bereits von der innovativen Technologie. Da die wenigsten von ihnen ein eigenes Smartphone besitzen, organisieren sie sich in Gemeinschaften. Auch Kudakwashe Mafuta teilt die Informationen der App gerne mit Freunden und Nachbarn. Hoffnungsvoll blickt er in die Zukunft: „Mit ‚Kurima Mari' eröffnet sich uns eine ganz neue Welt."

Stefanie Koop ist Referentin im Team Marketing-Kommunikation der Welthungerhilfe. Die studierte Germanistin und ausgebildete Journalistin arbeitete für verschiedene Verlage und Nachrichtenagenturen, bevor sie 2005 ihre Tätigkeit bei der Bonner Welthungerhilfe aufnahm. Heute verantwortet sie das Spendermagazin sowie andere Publikationen und arbeitet daran mit, das Thema Storytelling strategisch auszubauen, die Spenderkommunikation zu optimieren und innovative Projektansätze aufzugreifen.

▶ www.welthungerhilfe.de

Stifter auf Reisen

Das Deutsche Stiftungszentrum ist auch in Kirgisistan engagiert

Kirgisistan ist gegenwärtig die einzige parlamentarische Republik in der Region. Ethnische Unruhen im Jahr 2010 sowie wirtschaftliche Spannungen und Generationenkonflikte stellen den jungen Staat aber vor enorme Herausforderungen. Mehr als ein Drittel der Bevölkerung lebt dort unter der nationalen Armutsgrenze. Das Deutsche Stiftungszentrum (DSZ) und das EZ-Scout-Programm hatten deshalb zu einer Stifterreise geladen.

Von KATHARINA FRANZISKA BRAIG und STEFAN STOLTE

Stifter zu Besuch bei der NGO „Babushka Adoption" in Kirgisistan.

Ziel dieser Reise war es, Stiftern und Philanthropen die Gelegenheit zu geben, einen vertieften und direkten Einblick in Themen und Projekte der internationalen Entwicklungszusammenarbeit zu bekommen, um auf dieser Grundlage Möglichkeiten für ein sinnvolles entwicklungspolitisches Engagement zu identifizieren. Die Tatsache, dass die Teilnehmer die Gelegenheit hatten, sich persönlich vor Ort mit Verantwortlichen von diversen Initiativen und Projekten auszutauschen, konnte bei diesen das Bewusstsein für die Vielgestaltigkeit möglicher gemeinnütziger Engagements schärfen und den teilweise sehr hohen Bedarf an Unterstützung aufzeigen.

Nikolai ist ein Junge, der in dem kirgisischen Dorf Aksuu lebt und Glück im Unglück hatte: Er hat einen Platz in dem integrativen Zentrum für behinderte und nicht behinderte Kinder namens „Kyal Ketshder", was so viel wie „Träumer" bedeutet. Dort kann er ein paar Stunden am Tag mit anderen Kindern spielen und einfach Kind sein. In einem Land, in dem Kinder und Jugendliche mit Behinderungen weiterhin unter enormen Diskriminierungen und Stigmatisierungen zu leiden haben, ist dies keine Selbstverständlichkeit. Diese unbeschwerten Stunden waren jüngst in Gefahr. Der Kleinbus, der Nikolai und die anderen Kinder jeden Tag zu dem Zentrum bringt, war kaum mehr fahrtüchtig.

Deshalb traf es sich gut, dass im Juni 2018 eine kleine Delegation von deutschen Stiftern und Philanthropen das von einer Elterninitiative getragene integrative Zentrum besuchte. Kurzerhand entstand vor Ort der Entschluss, über eine Stiftung einen neuen Bus zu finanzieren und dem Zentrum

EZ-Scouts für Stiftungen

Um die Zusammenarbeit zwischen Stiftungen und der deutschen Entwicklungszusammenarbeit (EZ) zu fördern, sind deutschlandweit vier EZ-Scouts an Institutionen des Stiftungs- und Philanthropiebereichs im Einsatz. Sie sind als entwicklungspolitische Beraterinnen im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) tätig und werden über die Engagement Global gGmbH durch die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH an Stiftungsorganisationen entsendet. Am Deutschen Stiftungszentrum des Stifterverbandes arbeitet seit 2017 Dr. Katharina Braig als EZ-Scout. Sie berät dort Stiftungen und Philanthropen zu den Tools der deutschen Entwicklungszusammenarbeit, vermittelt den Kontakt zu nationalen sowie internationalen Netzwerken und unterstützt dabei, Projekte zu entwickeln und zu realisieren.

„Ümüt-Nadjeschda“, das sich um ältere Kinder kümmert, ebenfalls eine Förderung zukommen zu lassen – denn staatliche Förderung kommt in der Regel in dieser abgelegenen Gegend Kirgisistans kaum an. Davon kann die Gründerin des Zentrums, eine seit vielen Jahren in Kirgisistan lebende Deutsche, ein Lied singen. Auch die NGO „Babushka Adoption“, die die Delegation ebenfalls besuchte, wird von einer finanziellen Zuwendung durch eine deutsche Stiftung profitieren. Durch diese soll dazu beigetragen werden, die Lebenssituation und Perspektive älterer Menschen in Kirgisistan zu verbessern, die oftmals über Renten von umgerechnet lediglich sechzig Euro verfügen.

Viele Kirgisen haben zu Sowjetzeiten in Kolchosen, genossenschaftlich organisierten Großbetrieben, gelebt und gearbeitet – in der nicht erfüllten Hoffnung, auch im Alter Teil dieser Gemeinschaft zu sein und dort versorgt zu werden. Diese und weitere Hintergrundinformationen zu den Schwerpunktthemen der Reise „Zivilgesellschaft und Demokratie, Gesundheit und Soziales sowie nachhaltige Wirtschaftsförderung“ bekamen die Reisenden, darunter Alexandra Gräfin Lambsdorff, im Rahmen von Treffen mit der deutschen Botschafterin sowie Vertretern der GIZ vor Ort.

Das DSZ plant gemeinsam mit dem dort tätigen EZ-Scout weitere Stiftungsreisen nach Südafrika (10.–17.03.2019) und Peru (7.–14.04.2019). Im Rahmen dieser Reisen haben Stifter und Philanthropen die Gelegenheit, Projekte im Bereich Umweltbildung (Regenwald, Abfallentsorgung, erneuerbare Energien) und Wissenschaft kennenzulernen und sich über Möglichkeiten einer Zusammenarbeit auszutauschen. Informationen dazu erteilt Dr. Katharina Braig (ez-scout@stifterverband.de).

Dr. Katharina Franziska Braig, LL.M. (London), arbeitet seit 2017 bei der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH und ist im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) als EZ-Scout im Deutschen Stiftungszentrum tätig.
▶ www.stifterverband.de

Rechtsanwalt Dr. Stefan Stolte ist Mitglied der Geschäftsleitung des Deutschen Stiftungszentrums im Stifterverband und leitet dort den Bereich Stiftungsmanagement. Er hat zahlreiche Bücher zu stiftungsrelevanten Themen veröffentlicht. Er unterrichtet als Dozent an verschiedenen Hochschulen.
▶ www.stifterverband.de

Selbstbestimmung ermöglichen

Mit Mikrokrediten und Beratungen erfolgreich gegen Armut

Seit ihrer Gründung im November 2014 hat die Hösbacher Global Micro Initiative e.V. (GMI) bereits mehr als 125 spendenfinanzierte Mikrokredite zwischen 35 und 200 Euro an Kleinstunternehmer oder ganze Dorfgemeinschaften in Südostasien vergeben. Bisher wurde jeder Kredit vollständig zurückbezahlt. Die Unternehmer konnten ihr durchschnittliches tägliches Pro-Kopf-Einkommen von umgerechnet etwa 1,75 Euro auf 2,48 Euro erhöhen. Was macht die Arbeit von GMI so effektiv?

Von SILVIA SCHÜSSLER

Dewis kleiner Straßenimbiss (oben) sowie Aryati (unten), die Opfergaben verkauft, konnten mit Hilfe eines Mikrokredites ihr tägliches Einkommen steigern.

Tobias Schüßler, Gründer und Vorsitzender von GMI, erklärt: „Bevor jemand einen Mikrokredit erhält, um ein Kleinunternehmen zu gründen, werden die Interessenten ausführlich geschult, damit ihr Geschäft erfolgreich sein kann. Einen Großteil unserer Mikrokredite vergeben wir jedoch an bestehende Betriebe." Auch hier werden im Vorfeld intensive Gespräche geführt, um festzustellen, welche Beratung benötigt wird und um sicherzustellen, dass der Kredit auch richtig genutzt und als solcher verstanden wird. „Mitarbeiter unserer Partner besuchen potenzielle Teilnehmer in deren Unterkunft, um sie, ihre Familien und ihr Umfeld kennenzulernen. Um einen Kredit zu erhalten, müssen Interessenten außerdem einen Geschäftsplan vorlegen und ihre Ideen und Ziele kommunizieren."

Kulturelle Sensibilität

Vor Ort arbeitet GMI ausschließlich mit lokalen, kleinen und gemeinnützigen Hilfsorganisationen zusammen. Deren Mitarbeiter stehen den Teilnehmern während der gesamten Rückzahlungsdauer beratend zur Seite. „Unsere Partner kennen die kulturellen und sozialen Gegebenheiten und können feinfühlig und rücksichtsvoll auf die Situation unserer Projektteilnehmer eingehen. Das ist uns sehr wichtig", so Schüßler, der überzeugt ist, dass neben genauer Auswahl und individueller Beratung auch der respektvolle Umgang mit den Teilnehmern ein Schlüssel zum Erfolg ist.

„Dewi zum Beispiel wollte mehr Stammkunden in ihrem kleinen Straßenimbiss haben", so Sanna, Projektleiter der Partnerorganisation WKP Stiftung in Indonesien. „Wir erklärten ihr, dass es helfen würde, feste Öffnungszeiten zu haben. Kunden wüssten dann, wann sie bei ihr essen können. Dadurch würden sie eher wiederkommen, als wenn sie ihren Stand nach Lust und Laune öffnet. Den Ratschlag probierte sie aus und einige Wochen später gab es tatsächlich erste Stammkunden."

Unvorhersehbare Entwicklungen

Die Projekte können dabei ganz unterschiedlich verlaufen. So berichtet Sanna von Aryati und Reniati, die beide in Balis Hauptstadt Denpasar traditionelle hinduistische Opfergaben verkauften. „Beide haben einen Mikrokredit erhalten, beide haben ihn erfolgreich zurückgezahlt und damit

ihr tägliches Einkommen gesteigert. Unsere Mitarbeiterin besuchte die beiden wöchentlich und unterstützte sie beim Ausbau und Erhalt ihres jeweiligen Unternehmens.“ Trotz der erfolgreichen Rückzahlungen hat nur Aryati einen zweiten Mikrokredit erhalten. „Reniati hatte keine Probleme bei der Tilgung und hätte gerne einen weiteren Kredit in Anspruch genommen“, erklärt Sanna. „Aber ihre Familie beschloss, dass Reniati für ihren kleinen Stand kein weiteres Geld brauche. Daraufhin musste Reniati die Zusammenarbeit mit WKP beenden. Auch solche Situationen müssen wir respektieren.“

Wirtschaftskraft schafft Selbstvertrauen

Ein unerwarteter Nebeneffekt der Mikrokredite zeigte sich auf den Philippinen. „Unsere Teilnehmer haben am Ende nicht nur mehr Geld für ihren Lebensunterhalt, sie haben auch ein stärkeres Selbstbewusstsein“, berichtet Leslie Nabong von Project Life Subic, GMIs philippinischer Partnerorganisation. „Sie haben gelernt, dass sie ihre Lebenssituation selbst verändern können. Wir haben gesehen, wie alleinerziehende Mütter von gewalttätigen Ex-Männern unabhängig wurden. Manche können mittlerweile ihre Familie durch das Geschäft ernähren. Cindy, eine unserer ersten Teilnehmerinnen, hat sogar Angehörige angeleitet, ihr eigenes Unternehmen zu führen!“

„Enge Zusammenarbeit und intensiver Austausch mit Partnerorganisationen sowie individuelle Betreuung unserer Teilnehmer sind auch in Zukunft die Basis unserer Hilfe zur Selbsthilfe für Menschen in Südostasien“, ist Schüßler sicher. „Bisher erhalten wir unsere Spenden hauptsächlich von einigen Fördermitgliedern und deren Freundeskreis. Anfragen bei Firmen mittels Sponsorenmappen hatten leider nicht viel Erfolg. Hier erhoffen wir uns für die Zukunft einen echten Durchbruch, da wir unsere Arbeit gerne ausbauen würden, um noch mehr Menschen den Weg in eine finanziell unabhängige Zukunft zu ermöglichen. Der Bedarf dafür ist jedenfalls riesig.“

Silvia Schüßler war nach ihrer Ausbildung zur Bürokauffrau im Rahmen eines zweijährigen sozial-diakonischen Einsatzes unter Einwanderern aus Indien und Pakistan in England tätig. Heute arbeitet sie halbtags als Verwaltungsangestellte im Sekretariat einer privaten Wirtschaftsschule und engagiert sich nebenbei ehrenamtlich im Vorstand von Global Micro Initiative e.V. Als Gründungsmitglied ist sie hier für den Bereich Presse, Spenderbetreuung, Finanz- und Mitgliederverwaltung verantwortlich.
▶ **www.global-micro-initiative.de**

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

Safari mal anders

Wie ein namibisches Projekt vor Ort um Großspenden bittet

Als Alexandra Ripken die Anfrage der Deutschen-Welle-Akademie für einen Großspenden-Workshop in Namibia erhielt, war sie positiv überrascht. Sie kennt das Land gut. Bei den vorbereitenden Skype-Gesprächen mit den Projektemachern kam sie aus dem Staunen nicht mehr heraus.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Namibia gehört mit seinem hohen mittleren Einkommen zweifelsohne zu den weiter entwickelten Staaten Afrikas. Die Deutsche-Welle-Akademie startete hier das Medienprojekt „Media and Information Literacy Learning Initiative" (MiLLi*) mit namibischer und deutscher Förderung. „MiLLi*" kämpft gegen den verheerenden Einfluss der sozialen Medien, indem sie Multiplikatoren von Jugendprojekten Medienkompetenz für Radio, Video, Musik and Fotografie vermittelt. Über die Qualifikation sollen diese jungen Menschen die Jugendprojekte stärken und mündige Bürger werden. Doch jede Förderung läuft aus. Die Deutsche-Welle-Akademie beendet ihre finanzielle Unterstützung in einem Jahr, und die staatlichen namibischen Fördermittel sind keine ausreichend verlässliche Finanzierungsgrundlage. Woher also die Gelder nehmen?

Aber bitte mit Costumer Journey!

Hier kam Alexandra Ripken, Fundraiserin und Beraterin für Großspenden, ins Spiel. Die DW-Akademie verpflichtete sie für einen Workshop vor Ort. „Am besten gleich in 14 Tagen", hieß es. Diese Eile war nicht das Einzige, was die erfahrene deutsche Beraterin überraschte: „Die Projektmacher hatten den Fokus schon auf Großspender gelegt. Ziel war es, smart mit den zwei Hauptamtlichen und ihren Botschaftern vor Ort voranzukommen. Dazu gehörte ein sehr ausgefeiltes Workshop-Konzept mit Methodenwechsel, Videos, Spielen, Ruhe- und Kreativphasen sowie exaktem Zeitmanagement. Am meisten verblüfften mich aber Fragen nach der Integration von Costumer Journey und Design Thinking. Damit hatte ich wirklich nicht gerechnet", gab Ripken zu. Geradezu selbstverständlich war es dann, das Material für die Teilnehmer in einer Cloud vorab zur Verfügung zu stellen. Die Erklärung für diesen Anspruch der beiden Hauptamtlichen im Projekt ist, dass die beiden Frauen am Austauschprogramm „1000 Leaders" in den USA teilgenommen, dort im Profit-Bereich gearbeitet und diese Erkenntnisse konsequent auf namibische Verhältnisse und auf das Fundraising angepasst hatten. „Das habe ich aber erst viel später erfahren", so Ripken.

Überwindung, um Geld zu bitten

Das Projekt selbst hat einen finanziellen Bedarf von 400 000 namibischen Dollar, ungefähr 25 000 Euro. Schnell war klar, dass dafür internationale Unternehmen in der Hauptstadt und lokale Geschäftsleute der Klein- und Mittelstädte Namibias die Hauptzielgruppe sein sollten. Als Erstes entwickelten die Workshop-Teilnehmer gemeinsam eine Story, welche die Wirkung der „MiLLi*-Akademie" veranschaulicht. Farah, selbst Workshopteilnehmerin und lokale Botschafterin im Süden Namibias,

wurde mit ihrem Werdegang von einer schüchternen Frau zur selbstbewussten Projekt-Moderatorin zur Protagonistin der Fallgeschichte. Für die Frage nach Geld arbeitete der Workshop heraus, worin das Interesse des jeweiligen möglichen Spenders liegt und wie es über das Portfolio von „MiLLi*“ befriedigt werden kann, sodass eine Projektunterstützung wertvoll für das jeweilige Unternehmen ist.

Rollenspiele stärkten die Teilnehmerinnen darin, um Spenden zu bitten. „Die Überwindung, um Geld zu bitten, war für die Teilnehmerinnen der Knackpunkt. Aber das kenne ich auch aus Deutschland; insofern war dieser Workshop nichts besonderes“, so Ripken.

Die Namibierinnen zeigten sich in diesem Projekt pragmatisch. „Woher das Geld kommt, spielte für sie keine Rolle. Ob aus dem Ausland oder Inland – Hauptsache es kommt. Am Selbstbewusstsein musste ich deshalb wenig arbeiten“, erinnert sich Ripken.

Namibias Non-Profits sind dabei ähnlich organisiert wie in Europa. Vereine, Stiftungen und sogenannte Trusts müssen sich registrieren und können dann steuerbegünstigt arbeiten. Die großen Unternehmen aus dem Bereich Bergbau und Finanzen haben wie international üblich CSR-Abteilungen, bei denen gemeinnützige Organisationen Anträge stellen können. Auch Spendenläufe gibt es in Namibia. Nur das mit der Spendenpost will nicht funktionieren. „Briefkasten ist schwierig“, scherzt Ripken, denn feste Adressen gibt es wenige, dafür aber eine Mobilfunknummer. „Digitale Dienste werden stark genutzt. Elementar ist die persönliche Empfehlung. Die Menschen in Namibia tauschen sich sehr intensiv über ihre Erfahrungen aus. Das kommt Großspenden-Fundraising sehr entgegen. Selbst kleine und mittlere Unternehmen lassen sich so über Botschafter wie Farah für ‚MiLLi*‘ ansprechen. Alles eine Frage der Augenhöhe“, so Ripken.

Afrika digital weit vorn

Ripken selbst hatte wenig Zweifel, dass das Konzept aufgehen wird. Sie erlebte die Teilnehmenden als total überzeugt von ihrer Sache, zielorientiert und hungrig auf Erfolg. Zwar sei das Mäzenatentum in Namibia noch nicht so ausgeprägt, aber deutsche Förderer wie beispielsweise die Westerwelle-Stiftung entdecken zunehmend das Feld von Unternehmerinnen und Unternehmern in Afrika, die in vielfältiger Weise gefördert, viel mehr für ihr Land erreichen könnten. Die digitale Affinität der Afrikaner und das Empfehlungsmarketing würden dabei ausgezeichnet zusammenpassen. „Das koloniale Bild der Buschtrommeln und Bananenröckchen ist, wenn es so überhaupt je stimmte, längst Vergangenheit – digital sind die Afrikaner schon ganz weit vorn“, stellt Ripken fest. Eine spannende Perspektive für Fundraising für Entwicklungszusammenarbeit.

FUNDRAISING SYMPOSIUM 2019

Fachwissen, Vertiefung und Impulse zum Thema

Unternehmens-kooperationen

Erfahrungsaustausch zwischen Fundraising-Profis aus Deutschland, Österreich und der Schweiz

SAVE THE DATE

21. UND 22. FEBRUAR 2019
GOETHE-UNIVERSITÄT
FRANKFURT AM MAIN

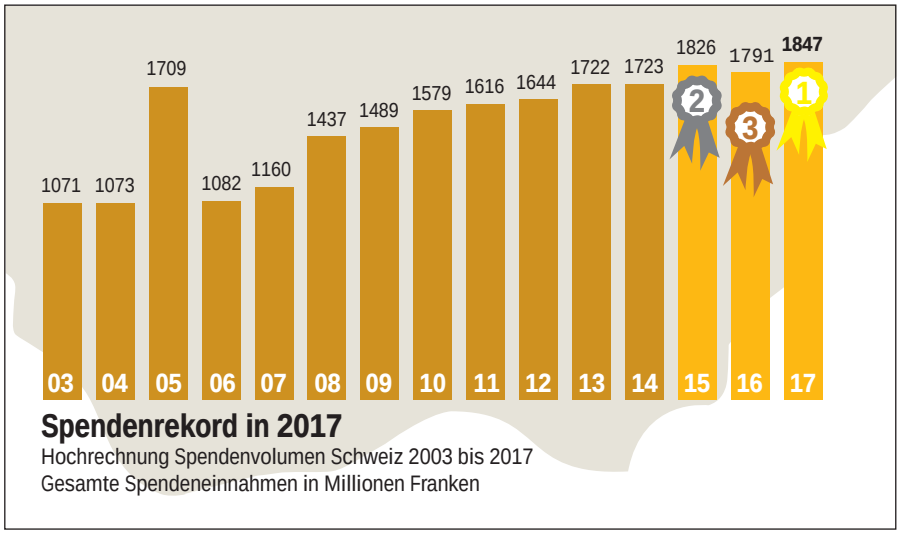
INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraising-symposium.de

Spenden-Rekordjahr 2017 in der Schweiz

1,85 Milliarden Franken für gemeinnützige NPO: Was sind die Motive und Kanäle?

Gemeinnützige NPO, die in der Schweiz Spenden sammeln, haben 2017 so viele Zuwendungen erhalten wie noch nie zuvor. Von den insgesamt 1,85 Milliarden Schweizer Franken stammen gut die Hälfte von den privaten Haushalten. Deren Motiven und Einstellungen geht auch der jährliche Spenden- und Imagebarometer von Swissfundraising nach.

Von ANDREAS CUENI und ROGER TINNER



Laut Zewo-Spendenstatistik haben die Schweizerinnen und Schweizer 2017 so viel gespendet wie noch nie.

Das Swissfundraising-Spenden- und Imagebarometer wurde 2017 bereits zum dritten Mal durchgeführt: Das bekannte Marktforschungsinstitut DemoSCOPE hat die Schweizer Haushalte im Auftrag von Swissfundraising und über 40 teilnehmenden NPO erneut repräsentativ befragt.

4 von 5 Schweizer Haushalten spenden

2017 haben nach eigener Aussage 83 Prozent der Schweizer Haushalte gespendet – ein Prozent mehr als im Jahr zuvor. In der Deutschschweiz waren es 86 Prozent, in der Westschweiz 75 Prozent und im Tessin 66 Prozent. Frauen haben beim Spenden immer noch die Überhand im Vergleich zu den Männern, mit 84 zu 81 Prozent Spenderanteil – die Differenz ist im Vergleich zum Vorjahr aber um zwei Prozentpunkte geschrumpft.

Zwischen 200 und 400 Franken pro Jahr

Neben dem Geschlecht spielt auch das Einkommen eine grosse Rolle: Bei einem verfügbaren Haushalteinkommen unter 6'000 Franken im Monat fällt die Spendentätigkeit auf 72 Prozent, bei höheren Einkommensklassen liegt sie deutlich darüber, nämlich bei 88 bis 92 Prozent. Doch das Spenderverhalten wird auch durch die Region, den Familienstand und das Alter beeinflusst. Bei der Spendenhöhe je Haushalt lag die Deutschschweiz mit 400 Franken vorne, vor der italienischen Schweiz mit 300 und der Westschweiz mit 200 Franken pro Haushalt und Jahr. Das sind Medianzahlen: sie teilen die Befragten in zwei Hälften. Insgesamt spendete jeder Haushalt rund 300 Franken und damit genau gleich viel wie im Vorjahr. Auf eine Hochrechnung für die gesamt Bevölkerung verzichtet Swissfundraising und verweist für diese Marktzahl auf die Spendenstatistik der Zewo. Die jeweils wichtigste Spende pro Haushalt beträgt 135 Franken, die Summe aller übrigen Spenden ergibt 165 Franken. 29 Prozent aller Befragten spendeten einmal, 15 Prozent zweimal und 39 Prozent häufiger. Dass Spenden auch altersabhängig ist, zeigt die Befragung ebenfalls deutlich: Die Medianspende liegt in der Altersgruppe bis 34 Jahre bei 200 Franken und bei den über 55-Jährigen bei 500 Franken; die Anteile der Spendenden an der gesamten Altersgruppe betragen 70 Prozent bei den Jungen und 88 Prozent bei den Älteren.

„Menschen mit Behinderung“ ist der häufigste Spendenzweck

Über Jahre, wenn nicht gar Jahrzehnte stabil bleiben die häufigsten Spendenzwecke: Spitzenreiter sind „Menschen mit Behinderung“ mit 55 Prozent, gefolgt von „Kinder und Jugendliche“ mit 52 Prozent und „Sozial- und Nothilfe“ sowie „Natur-, Umwelt- und Naturschutz“ mit je 46 Prozent. Am wenigsten häufig haben die Befragten „Menschenrechte“ mit 21 Prozent sowie „Bergbevölkerung“, „ältere Menschen“ und „Kulturelles“ mit je 25 Prozent genannt. Regional sind die Präferenzen anders verteilt: In der Romandie steht nach Inklusion mit 53 Prozent die Krankheitsforschung mit 50 Prozent an zweiter Stelle, ebenso wie im Tessin mit 54 Prozent, wo Sozial- und Nothilfe mit 79 Prozent ganz klar Platz 1 hält!

72 Prozent der Befragten sagen aus, dass ihnen das Spenden ein gutes Gefühl vermittelt, und 78 Prozent stimmen der Aussage zu, dass sie damit persönliche Wirkung erzielen. Die Hauptmotive sind das Überzeugtsein von Anliegen und Engagement einer

Organisation mit 92 Prozent zustimmenden Voten, Dankbarkeit für das eigene Wohlergehen mit 87 Prozent und die Übereinstimmung mit eigenen Werten 82 Prozent. Viele Ergebnisse liegen sehr nahe bei denen vom Vorjahr.

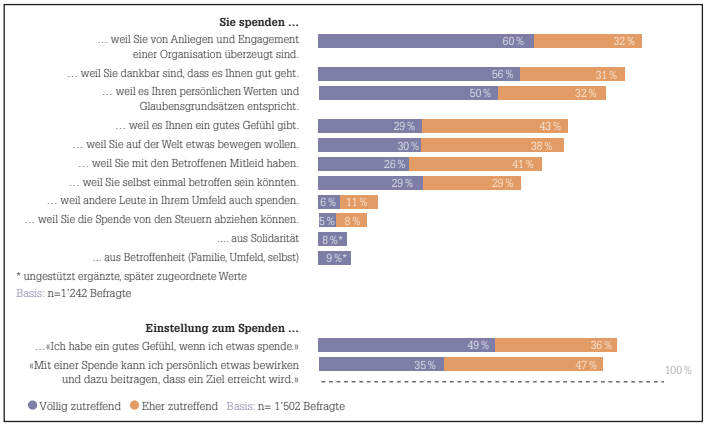
Diejenigen Menschen, die 2017 mindestens einmal gespendet haben, unterstützen zu 66 Prozent immer die gleichen Organisationen – 22 Prozent wechseln bewusst ab und 11 Prozent ändern ihr Verhalten je nach Situation. „Dieses Spendenverhalten ist über die letzten drei Jahre konstant und es sind kaum demografische Unterschiede feststellbar", sagt Ruth Wagner, Swissfundraising-Vorstandsmitglied und Autorin der vertiefenden Analyse der Umfragedaten.

Solides Image der Organisationen

Generell haben die verschiedenen Hilfswerke und Institutionen ein solides Image: 91 Prozent der Befragten halten die Arbeit der einzelnen Werke für wichtig und wesentlich und sieht sie als ergänzende Kraft zum Staat und seinen Aufgaben angesehen. „Auf hohem Niveau aber generell am niedrigsten werden Innovationskraft, Effizienz und Transparenz eingeschätzt, leicht kritischer beurteilt als im Vorjahr wird die Auswahl gesellschaftlich relevanter Themen und generell die Wirkung", urteilt Ruth Wagner. Die Erhebung der Bekanntheit einzelner Organisationen erfolgt online und umfasst ausschliesslich die an der Umfrage teilnehmenden Organisationen. Die höchsten Werte weisen wie 2015 die Schweizerische Rettungsflugwacht Rega, das Rote Kreuz und der WWF auf.

Erst 3 Prozent spenden „rein digital"

Die Befragten überweisen ihre Spenden zu 33 Prozent immer noch am Postschalter per physischem Einzahlungsschein. Dieser Wert ist aber um mehrere Punkte gesunken, und E-Banking liegt neu mit 44 Prozent an der Spitze der Bezahlkanäle. Daneben nutzen 20 Prozent den Zahlungsauftrag an Post oder Bank (nicht elektronisch). 14 Prozent spenden Bargeld, 5 Prozent via Lastschriftverfahren (wohl der frappanteste Unterschied zu Deutschland!) und 3 Prozent spenden über rein digitale Kanäle wie Karten, PayPal und SMS. Mehrere Nennungen waren möglich.



In der Broschüre „Spendenmarkt Schweiz 2017" sind die wesentlichen Ergebnisse – hier die Spendenmotive – als Grafiken veröffentlicht.

Unerwartetes Rekordjahr

2017 war in der Schweiz ein Spenden-Rekord-Jahr. Wir haben uns mit Martina Ziegerer, Geschäftsführerin von Zewo, der Schweizer Spendengütesiegel-Organisation, unterhalten.

? Martina Ziegerer, war ein so gutes Ergebnis für 2017 zu erwarten?

Es gab kein herausragendes Ereignis, das den Spenden-Rekord ausgelöst hat. So gesehen war es nicht zu erwarten. Betrachtet man aber die mehrjährige Entwicklung, so überrascht es nicht: Des Spendenvolumen ist über die vergangenen 10 Jahre tendenziell gewachsen.

? Was sind aus Ihrer Sicht die Hauptgründe dafür, dass der Spendenmarkt in der Schweiz immer noch wächst?

Die Menschen in der Schweiz finden die Arbeit von NPO wichtig. Sie spenden, weil sie von den gemeinnützigen Anliegen überzeugt sind und vertrauen den NPO. Geht die Schere zwischen arm und reich weiter auseinander, nehmen Naturkatastrophen und internationale Krisenherde zu, so wachsen auch die Aufgaben. Nebst den privaten Haushalten werden zunehmend auch institutionelle Spender wie Förderstiftungen oder Firmenspenden wichtig. Dazu kommen Vermächtnisse aus Erbschaften, die tendenziell ebenfalls leicht steigen.

? Spenden ist dennoch kaum ein Thema in der Öffentlichkeit. Ist Spenden in der Schweiz eine „Selbstverständlichkeit"?

Ich würde eher sagen, Spenden hat in vielen Familien Tradition. Die Befragung von Spendern zeigt regelmässig, dass 8 von 10 Haushalten spenden. Das ist auch im internationalen Vergleich ein sehr hoher Wert.

? Der Anteil von Spenden über ganz neue Zahlungskanäle liegt bei den Zewo-zertifizierten Organisationen immer noch deutlich unter einem Prozent. Haben Sie dafür eine Erklärung?

Viele Menschen dürften ihre Spenden auf die selbe Art tätigen, wie sie sonst Rechnungen bezahlen. Ein Überweisung vom eigenen Post- oder Bankkonto an eine NPO ist einfach und kostengünstig. Die Spende kommt schnell und direkt beim der NPO an.

(Interview: tr)

Zu jung zum Spenden?

Persönliche Gedanken von Danielle Böhle

Der Blick auf die Responsezahlen des vorweihnachtlichen Neuspendermailings mag wieder ernüchtern. Viele neue Spender sind es nicht, schon gar keine jüngeren. Aber die spenden ja ohnehin nicht. Nur eine Zielgruppe verspricht Spenden: ältere Menschen, vorzugweise weiblich, christlich geprägt. Die haben „zu viel" Geld und die nötige soziale Einstellung.

Und so jagen sich die Organisationen diese Spendergruppe gegenseitig ab. Leider mit denselben Mitteln. Die Mailings werden verfeinert, Incentives beigelegt, Adressen optimiert, die Verhaltenspsychologie und -ökonomie bemüht. Das Instrument wird in Form und Ansprache besser, aber eben nur für diese eine Zielgruppe. Und da kommen Henne und Ei ins Spiel: Ist das wirklich die beste Spendergruppe oder ist sie es, weil die Fundraisingkommunikation voll auf sie zugeschnitten ist?

Ich glaube nicht, dass es ein vordefiniertes Spendenalter gibt. Ja, in jungen Jahren ist nicht so viel Geld da. Ausbildung, Kinder, Haus, das alles kostet. Aber es gibt genug Menschen, die am Ende des Jahres Geld übrig haben. Vielleicht weniger als die älteren Kohorten, aber ausreichend. Es gibt Menschen unter 60 (und unter 50, 40 ...), die gerne spenden. Insbesondere die – in der Tat noch jungen – Generationen Y/Z sind für ihr Bewusstsein für nachhaltigen Konsum und ihre Sinnorientierung bekannt! Und es gibt die Beispiele, die zeigen, dass Fundraising auch bei jüngeren Zielgruppen funktioniert.

Allerdings bedeutet das, das Lehrbuch-Fundraising ein ganzes Stück beiseitezulegen. Wer mit alter Kommunikation auf Jüngere zielt, findet sich bestätigt: Die spenden nicht. Es geht nicht um „jüngere" Kanäle, sondern angepasste Inhalte. Nicht das Mailing ist tot, sondern seine Form. Online trifft auf keine schwierigere Zielgruppe, sondern auf eine andere. Bereits die Babyboomer fühlen sich von der gängigen Fundraisingpraxis nicht mehr abgeholt. Wie auch? Treue, Pflicht und Institutionsgläubigkeit sind nicht die Werte, die in den wilden, diskussionsfreudigen, kritischen 60er Jahren geprägt wurden.

Und da wird es anstrengend. Denn die meisten Organisationen müssten sich von der Logik der Instrumentenoptimierung verabschieden und sich auf unterschiedliche Spendergruppen einstellen. Deren Werte berücksichtigen, statt nur ihr (Spenden)Verhalten. Das bedeutet für etablierte NGOs Veränderung. Nicht nur in der Kommunikation, sondern auch in den Strukturen. Puh ... Und es braucht Geduld, sowie eine „zweite" Hausliste. Wer neue Wege intern mal getestet hat, weiß, wie wenig ergiebig das am Anfang ist. Logisch, man hat ja genau die Spender gefunden, die die aktuelle Kommunikation mögen. Und die anderen öffnen die Briefe längst nicht mehr.

Das ist mühselig, aber überlebenswichtig. Sonst landet man irgendwann beim Weg der regionalen Tageszeitungen. Denen brechen die alten Abonnenten ebenso weg. Neulich haben sie mir 200 (!) Euro für ein Abo geboten. Tageszeitungen haben den Kampf um die nächsten Generationen vermutlich verloren. Bei NGOs habe ich noch Hoffnung. Aber es wird Zeit umzudenken. Es sind nicht die jungen Spender, die nicht spenden wollen. Es sind die Organisationen, die sich so schwer tun, sich auf sie einzustellen.

Dipl.-Psychologin **Danielle Böhle** liebt es, Menschen zu unterstützen, die sich der guten Sache verschrieben haben. Mit Leidenschaft berät sie seit 2011 gemeinnützige Organisationen als Expertin für psychologische Spenderansprache, Spenderbindung und Spendersicht.
► www.goldwind-bewirken.de

Fundraising-Wahrheit Nr. 2

Die Wahrheit liegt in der Bitte.

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

fundango®
Fundraising ist mehr

Korallensterben

Die Schweizer Videokünstlerin Pipilotti Rist hat Anfang Oktober das Berner Hallenbad Hirschengraben zeitweise in ein farbenfrohes Korallenriff verwandelt. Die Badegäste konnten dabei durch ein buntes Meer aus Licht und Klang tauchen. Die Künstlerin wollte damit gemeinsam mit dem WWF auf das grassierende weltweite Korallensterben aufmerksam machen. Zusätzlich stellte der WWF auf Plakatwänden und Flyern entsprechende Informationen bereit.

▶ www.wwf.ch

Kultur verbindet

In Hamburg finden Senioren junge Begleiter für Theater und Konzert

Wer geht schon gern allein in die Oper? Wer in Hamburg lebt, älter als 63 Jahre ist und über eine schmale Rente verfügt, trotzdem aber hin und wieder kulturelle Angebote genießen möchte, kann sich an die Stiftung Generationen-Zusammenhalt wenden. Deren Projekt „KulturistenHoch²“ vermittelt allen Interessenten Schüler der Oberstufe als Begleitpersonen. Dabei ist nicht nur die Vermittlung kostenlos. Auch Eintrittskarten, Fahrtkosten für den Bus, Garderobengebühren und sogar ein Getränk sind Teil des Angebots. Die Jugendlichen erhalten im Vorfeld in Workshops grundlegendes Wissen im Umgang mit älteren Menschen, wie beispielsweise solchen, die streckenweise auf einen Rollstuhl angewiesen sind.

Das gemeinsame Erleben kultureller Veranstaltungen ist dabei „nur“ der Kitt für die generationsübergreifenden Begegnungen. So kommt es automatisch zum Austausch der Eindrücke, wodurch jeder auch Persönliches vermittelt. Dass davon beide Seiten profitieren, liegt auf der Hand. Nach Angaben der Projektverantwortlichen lernt man dabei aber nicht nur neue Menschen kennen, sondern auch neue kulturelle Hintergründe: Mehr als 50 Prozent der teilnehmenden Schüler haben einen Migrationshintergrund.

▶ www.kulturisten-hoch2.de

MEINE MEINUNG

„Hass ist an kein Geschlecht gebunden“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Die österreichische Politikerin Sigrid Maurer hat, sagen wir, ein Exempel statuiert. Im Prinzip ging es ihr ja auch genau darum. Nachdem sie über Facebook obszöne Nachrichten erhalten und diese publik gemacht hatte, wurde sie wegen übler Nachrede verurteilt. Der Urheber der Nachrichten kann nicht genau identifiziert werden. Trotzdem nimmt der Streit kein Ende. Ihre daraufhin gestartete Crowdfunding-Aktion brachte innerhalb von nur 38 Stunden die angepeilten 100 000 Euro zusammen. Sie will damit einen Rechtshilfefond gegen Hass im Netz aufbauen. Eine darauf folgende Crowdfunding-Aktion lief zum Redaktionsschluss noch. Das ist, bis hierher, ein beglückwünschenswerter Erfolg mit Öffentlichkeitswirksamkeit. Schade zwar, dass es erst soweit kommen musste, aber immerhin lässt Maurer das nicht auf sich sitzen.

Jetzt aber wird es drollig: Die Spendenplattform „respekt.net“ hat die Spender analysiert und herausgefunden, dass 63,26 Prozent der Spenden von Männern kamen. Viele haben zudem mit ihrem Klarnamen gespendet, explizit um ihre Position zu demonstrieren. Das ist löblich, aber stellt diese Betonung nicht Männer explizit als Täter hin und damit Frauen als Opfer. Es mag ja so sein, dass Frauen deutlich mehr Hasskommentaren im Netz ausgesetzt sind, aber Hass ist an kein Geschlecht gebunden. Man kann den Zahlen entnehmen, dass sich Männer und Frauen hier zu gleichen Teilen angesprochen fühlen. So gesehen ist das beruhigend.

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

Kurzgefasst …

Ehrenamtsportal

An Ehrenamtliche in der Flüchtlingshilfe richtet sich ein neues Webangebot des Deutschen Volkshochschul-Verbands e. V. Unter www.vhs-ehrenamtsportal.de finden Engagierte fachlich fundierte Informationen rund um das Thema Zuwanderung und Integration. Es ist das erste deutschsprachige Webangebot, das Ehrenamtliche gleichzeitig qualifiziert und zum überregionalen Erfahrungsaustausch einlädt.

▶ www.vhs-ehrenamtsportal.de

App zur Ehrenamtskarte Bayern

Als App erhältlich ist die „Ehrenamtskarte Bayern" des Bayerischen Sozialministeriums. Unter verschiedenen Kategorien können Inhaber einer Ehrenamtskarte Vergünstigungen und Angebote finden. Die App ist im Google Play Store bzw. Apple App Store kostenlos erhältlich.

▶ www.lbe.bayern.de/engagement-anerkennen/ehrenamtskarte/index.php

Spielerische Annäherung

„HemoHeroes" ist eine Spiele-App für Hämophilie-Patienten im Kindesalter. Im Heldenspiel müssen Abenteuer und Herausforderungen gemeistert werden, indem spielerisch der Alltag von Kindern mit der Krankheit aufgegriffen wird. Insbesondere die Bedeutung des regelmäßigen Spritzens des fehlenden Gerinnungsfaktors, um die Blutgerinnung zu verbessern, wird in dem Spiel thematisiert.

▶ www.pfizer.de

Video-Aktion des Sozialverbandes (SoVD)

Mit einer Video-Aktion will der SoVD für eine offene und pluralistische Gesellschaft werben. Dabei antworten ehrenamtliche Akteure und politische Mandatsträger auf die Frage „Ist Demokratie selbstverständlich?". Der SoVD setzt sich seit 100 Jahren zugunsten sozial Benachteiligter für Gerechtigkeit, Demokratie und Frieden ein.

▶ www.unteilbar.org

Bayer unterstützt Kleinbauern in Afrika

Der Bayer-Konzern unterstützt Kleinbauern in Afrika mit einer Spende an den One Acre Fund in Höhe von 700 000 Euro. Langfristiges Ziel ist es, ein gemeinsames Netzwerk mit sozialen Entrepreneuren aufzubauen, um das Leben von Kleinbauern in ländlichen Regionen Afrikas nachhaltig zu verbessern. Teil des Projektes ist der Einsatz digitaler Technologien zur effektiveren Arbeitsgestaltung des Funds.

▶ www.oneacrefund.org

Wehr dich!

Eine Schweizer Kampagnenseite bietet Hilfe für jugendliche Gewaltopfer

Acht von zehn jungen Menschen wissen nicht, dass sie als Opfer einer Gewalttat Anrecht auf Unterstützung und Beratung haben. Dieses Resultat der sogenannten Optimus-Studie ist besorgniserregend, weil Erfahrungen zeigen, dass die Hilfsleistungen unter dem Titel Opferhilfe tatsächlich zu einer Verringerung der psychischen Folgen von Opfern von Gewalttaten führen. Gerade bei jungen Menschen kann eine fachlich gute Begleitung einen wesentlichen Beitrag leisten, um das Erlebte zu verarbeiten. Die Kantonale Opferhilfe Schweiz hat deshalb unter dem Titel #zukrass eine Informationskampagne lanciert. Im Zentrum stehen vier Videoclips, die Opfersituationen und den Umgang der Betroffenen damit beispielhaft zeigen. Die Kampagne hat zum Ziel, Opfer zu ermutigen, sich zu melden. Zielgruppen sind Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene. Die Informationskampagne macht klar, dass es immer das Opfer selber ist, das entscheidet, ob weitere Schritte unternommen werden.

▶ www.zukrass.ch

25
Fundraising-Inspirationen

«klar, hilfreich, interessant, professionell, motivierend, inspirierend! Ich habe ALLE gelesen. Vielen Dank!»

«… weil ich's richtig gut finde, dass jemand der Ahnung hat, NGOs unterstützt und hilfreiche Tipps gibt.»

JanUekermann.de

Ressourcen teilen – Gemeinwohl stärken

Die Web-Plattform „depot“ unterstützt die Zivilgesellschaft mittels Social Franchising

Seit 2009 transformiert die Stiftung „Ecken wecken“ gemeinsam mit Anwohnern, Vereinen und Gewerbetreibenden einen ehemaligen etwa 17 Hektar großen Güterbahnhof in Leipzig in einen Ort der Kommunikation und Begegnung, den „Bürgerbahnhof Plagwitz“. Für Veranstaltungen gab es immer großen Bedarf an Biertischgarnituren. Deshalb wurden 15 Garnituren zur gemeinsamen Nutzung angeschafft. Viele Organisationen außerhalb des Bürgerbahnhofs zeigten ebenfalls Interesse und über die Jahre wurde jede einzelne Garnitur mehrere hundert Mal im Quartier ausgeliehen.

Von THORSTEN MEHNERT und ANDREAS DOHRN

Die manuelle Organisation des Verleihens brauchte viel Zeit, und so wurde die Entwicklung einer Web-Plattform beschlossen. Buchungs- und Sperrzeitenkalender, digitale Buchungsprozesse, Generierung von Verleihverträgen und so weiter sollten das Verleihen vereinfachen und es auch weiteren Anbietern ermöglichen, Gegenstände oder Ressourcen, die diese nur selten benötigen, mit anderen zu teilen. Seit 2018 ist die Plattform unter *depot-leipzig.de* in Betrieb und bietet mittlerweile rund 60 Ressourcen – vom Veranstaltungs-Equipment, über Räume bis hin zu Transportmitteln. Jeder kann als Anbieter und/oder Nutzer von Ressourcen mitmachen. Organisationen, die dem Gemeinwohl dienen, erhalten sie zu reduzierten Preisen.

Warum nicht auch in anderen Städten?

Schnell wurde klar, dass andernorts ebenfalls Bedarf an einer solchen Plattform besteht und dass das Verleihen dort ähnlich wie in Leipzig funktioniert. Um IT-Investitionen in anderen Städten und Regionen zu vermeiden, wurde entschieden, die Plattform selbst zu „teilen“, und zwar mit Gemeinwohlorganisationen andernorts. Mit einer Gruppe vorwiegend ehrenamtlich Aktiver und mit Unterstützung durch die Veolia Stiftung arbeitet die Stiftung „Ecken wecken“ deshalb nun daran, das „depot“ auch außerhalb Leipzigs über ein Social-Franchising-Modell bereitzustellen.

Im Rahmen dieses Modells erhalten Gemeinwohlorganisationen, sogenannte Regional-Partner des „depot“, vielfache Unterstützung. as beginnt bei der Bereitstellung einer lokalen depot-Subdomain (<Name Stadt/Region>.depot.social), die ein Regional-Partner mit eigenem Logo und Text gestalten kann und auf der Ressourcen der jeweiligen Stadt oder Region von lokalen Anbietern eingestellt werden können. Hinzu kommen das Hosting beziehungsweise die Wartung, Weiterentwicklung und technischer Support für die Nutzer. Des Weiteren bekommen die Franchise-Nehmer Unterstützung beim Aufbau einer lokalen Community, unter anderem mit lokal anpassbaren Werbematerialvorlagen, zentralen Social-Media-Kanälen und Weiterem.

Zudem gibt es die Möglichkeit, künftige depot-Versionen über ein Regional-Partner-Gremium mitzugestalten. Ein Gebietsschutz für die gewählten Postleitzahlengebiete wird außerdem zugestanden.

Die Regionalpartner bringen sich selbst mit dem Aufbau einer regionalen Community von Ressourcen-Anbietern und -Nutzern ein und überwachen die Freigabe von neuen Ressourcen, um sicherzustellen, dass diese Gemeinwohl-Organisationen zum Selbstkostenpreis angeboten werden. Zusätzlich erfolgt die Bearbeitung von Gemeinwohl-Anträgen von Organisationen, also die Prüfung von online bereitgestellten Freistellungsbescheiden.

Unabhängigkeit der Zivilgesellschaft

Sobald die Plattform in einer Stadt oder Region eine gute Verbreitung gefunden hat, sollen Regional-Partner auch finanziell profitieren. Dann soll die Ausleihe von Ressourcen mit einer kleinen Vermittlungsgebühr beaufschlagt werden, die die Partner für die Mitfinanzierung ihrer eigenen Arbeit im Quartier einsetzen können.

Das „depot" versteht sich als ein erster Schritt, um die Zivilgesellschaft unabhängiger von der aktuell bestehenden Förderlandschaft zu machen. Im Verhältnis zu möglichen Förderungen oder Preisen verlangt sie Organisationen oft zu viel Bewerbungsarbeit und nicht selten administrativ überladene Nachweisprozesse ab. In nächsten Schritten sind ergänzende zivilgesellschaftliche Infrastrukturentwicklungsprojekte geplant, die die Unabhängigkeit durch kooperatives, gemeinwohlorientiertes Wirtschaften weiter stärken. Die Stiftung ist mit mehreren potenziellen Regional-Partnern im Gespräch und freut sich über weitere Interessierte.

▶ https://stiftung-ecken-wecken.de/depot-anderswo

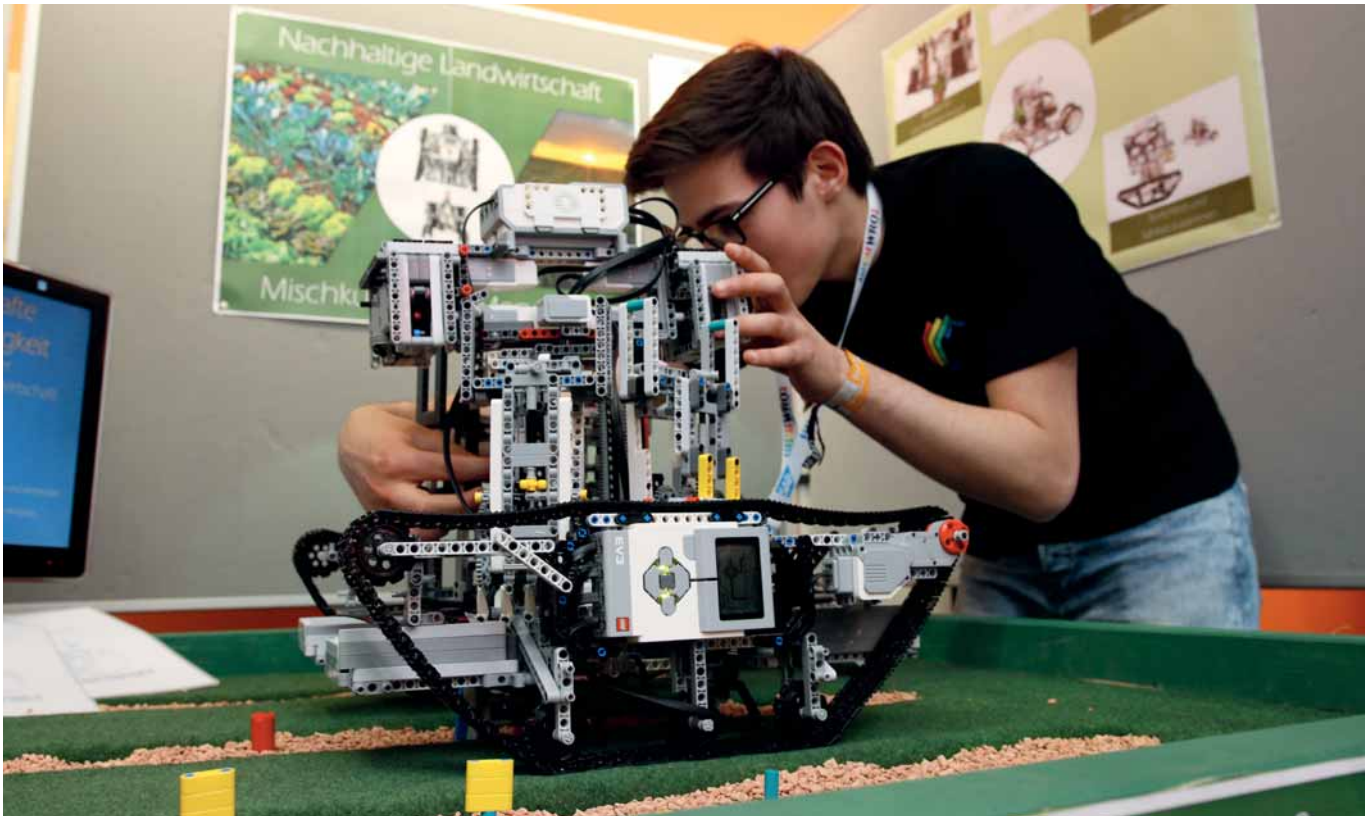
Thorsten Mehnert ist Unternehmensberater und Vorstand der Stiftung „Ecken wecken". Die Stiftung konzentriert sich auf Projekte, die stärkere Mitgestaltung und Mitverantwortung der Zivilgesellschaft im Quartier zum Ziel haben.

▶ www.stiftung-ecken-wecken.de

Andreas Dohrn ist Pfarrer der Leipziger Peterskirche und unterstützt das „depot" im Regionalpartner-Team. Die Peters-Kirchgemeinde teilt ihre Raum-Ressourcen über das „depot" und ist als erste Kirchgemeinde in Deutschland mit dem Siegel „Zukunft einkaufen" ausgezeichnet worden.

▶ www.buergerbahnhof-plagwitz.de
▶ www.depot-leipzig.de
▶ www.stiftung-ecken-wecken.de/depot

Bildnachweis: © sdecore1 – stock.adobe.com



Der Schlüssel ist Begeisterung

Kinder und Jugendliche sollen für den IT-Fachbereich gewonnen werden

Seit vielen Jahren organisiert der Verein „Technik begeistert" e.V. in ganz Deutschland Roboterwettbewerbe der „World Robot Olympiad" (WRO). Hierbei unterstützen viele Partner und mittlerweile über 500 Ehrenamtliche. Wettbewerbe ermöglichen in besonderer Form eine Kombination aus Begeisterung und Lernen und schaffen daher für alle Beteiligten nachhaltige Eindrücke. Die WRO beweist das durch ihre eigene Erfolgsgeschichte: Mit nur 32 Teams 2012 gestartet, ist sie inzwischen der größte Robotik-Wettbewerb in Deutschland.

Von MARKUS FLEIGE

Die WRO wächst auch weiterhin. Für das kommende Jahr werden mehr als 700 Teams erwartet. Beim internationalen Roboterwettbewerb, der in über 70 Ländern ausgetragen wird, arbeiten die Teilnehmer in Zweier- oder Dreier-Teams an jährlich wechselnden Aufgaben und treten in verschiedenen Wettbewerbskategorien gegeneinander an. Über die Wettbewerbe in Deutschland können sich die Teams für ein Weltfinale qualifizieren, welches jedes Jahr in einem anderen Land stattfindet.

Engagierter Partner

Ein solch dynamisches Wachstum innerhalb weniger Jahre ist nur möglich, wenn man es als gemeinnütziger Verein schafft, eine Art „Ökosystem" zuverlässiger und engagierter Partner und Helfer zu etablieren. Als Partner der ersten Stunde gehört bis heute das Unternehmen IBM Deutschland dazu. Kennengelernt haben die Vereinsmitglieder Peter Kusterer, den Leiter Corporate Citizenship bei IBM, bereits 2008 während ihrer Schulzeit. Damals suchten sie einen Sponsor für ihre Reise nach Minneapolis – hatten sie sich doch mit ihrer Robotik-AG für die Weltmeisterschaft qualifiziert. Diese Anfrage blieb ohne Erfolg, doch das Wettbewerbskonzept der WRO und der gerade gegründete Verein konnten überzeugen. Das führte zu einer ersten Spende für die WRO-Wettbewerbe im Jahr 2012, in dem der Verein als Partner der WRO International das Format für Deutschland übernahm.

IBMer als Coaches

IBM hatte dabei von Anfang an klargemacht, dass Corporate Citizenship für sie nicht rein finanzielle Unterstützung bedeuten kann. Im Vordergrund stand und

steht bis heute, wie man unter Nutzung der jeweiligen Stärken nachhaltig Kinder und Jugendliche für Technik begeistern und den Ansatz weiter skalieren kann. IBMer unterstützen als Coaches, Schiedsrichter und Juroren, richten Regionalwettbewerbe aus, helfen bei der Ansprache von Schulen und bringen sich in die Weiterentwicklung der WRO in Deutschland ein.

Nachhaltige Zusammenarbeit

Nicht nur der Verein, sondern auch die Schullandschaft hat sich weiterentwickelt. Das Thema „Digitale Bildung" steht überall auf der Tagesordnung. Daher hat der Verein gemeinsam mit IBM in diesem Jahr zum ersten Mal den Schulpreis „genial. digital" ausgeschrieben. Ziel ist es, durch Auszeichnung von teilnehmenden Schulen mit besonderem Engagement im Bereich der informatischen Bildung Schulen für eine Verbreiterung und Vertiefung von Angeboten rund um die Informatik zu gewinnen.

Die Vereinsmitglieder haben die Erfahrung gemacht, dass die Zusammenarbeit mit Unternehmen, die sich auf diese Art und Weise engagieren, nachhaltiger ist. Es zählt nicht nur die finanzielle Unterstützung, sondern, gerade für junge Vereine, das Engagement und die Erfahrung anderer Personen. Hiermit kann viel bewirkt werden: In diesem Fall konnte der Verein mit der Unterstützung schneller wachsen und die Bekanntheit des Wettbewerbs ausbauen. Die Mitglieder empfehlen daher allen, die auf der Suche nach (Unternehmens-) Partnern sind, nach mehr zu fragen als nach der reinen finanziellen Unterstützung.

Markus Fleige ist bereits seit 2006 mit Robotern in Kontakt und hat sein Hobby zum Beruf gemacht. Aus der eigenen Begeisterung gründete er mit Freunden den Verein „Technik begeistert" e.V. und ist heute Vorsitzender des Vereins. Seit dem Ende des Masterstudiums Wirtschaftsinformatik ist er jeweils halbtags im Verein und bei der internationalen World Robot Olympiad Association angestellt zudem ist er selbstständig im Bereich Webdesign und Unternehmensberatung tätig.

▶ www.technik-begeistert.org

frc Spenden MANUFAKTUR
Fundraising Communicators

Liebe und Tod in Zeiten von ePrivacy.
Unsere Telefon-Kampagnen sind ePrivacy-konform.

_Juristisch geprüfte Interessensabwägungen
_Neuspender-Begrüßung
_Dauerspendergewinnung
_Upgrade
_Storno-Kampagnen
_Reaktivierung
_Leads
_DRTV
_Chat
_Gesundheits-Fundraising
_Spezialisiert auf Nachlass-Fundraising
jetzt auch mit Vermittlung zu Testamentsvollstreckenden und ErbschaftsanwältInnen

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

Holger Menze
Geschäftsführer
Spenden Manufaktur

DDV Mitglied im Deutschen Dialogmarketing Verband e.V.

Schuhe, Plastikflaschen, Zigarettenkippen …

Ein Schweizer bringt weltweit Menschen dazu, Müll zu sammeln

Als er vor einigen Jahren nach Thailand flog, hatte Roman Peter keine konkreten Pläne. Seine Zeit mit dem Sammeln von Müll am Strand zu verbringen, war erst recht kein Thema. Genau damit fing er aber 2013 in Thailand an. Seitdem gibt es weltweit Projekte von „Trash Hero".

Von RICO STEHFEST

Mittlerweile gibt es Müllsammel-Projekte allein in zwölf Städten Balis, 20 „Chapter" in Indonesien. Die Liste der beteiligten Orte ist lang. Und sie wächst beständig. Prag, China, Simbabwe, selbst der Hudson River in New York wird durch Engagierte von Müll befreit. Auch in der Schweiz gibt es Aktivitäten. Dort, in Inwil, hat die 2016 gegründete Organisation ihren Sitz.

Die Entstehungsgeschichte ist ziemlich simpel. Roman Peter missfiel der viele Müll. Also mobilisierte er Leute, die ihm bei wöchentlichen Clean-ups unter die Arme griffen. Das waren zuerst Bekannte, Freunde und vor allem Touristen. Durch kontinuierliche Arbeit und Vor-Ort-Organisation durch ehrenamtlich tätige Verantwortliche gewann die Sache schnell Struktur.

Bewusster Umgang mit Ressourcen

Seit einiger Zeit sind pädagogische Programme zur Förderung des Bewusstseins für Müll Teil des Projektes, nicht nur für Kinder. Ein Mangel an Umweltbewusstsein ist nicht die alleinige Ursache für vermüllte Landstriche. Im Fall von Indonesien verhält es sich so, dass das System der Müllentsorgung nicht im gleichen Maß ausgebaut wird, wie die Infrastruktur allgemein wächst. Trotzdem, oder genau deshalb, ist eine solche Bewusstseinskampagne keine schlechte Sache. Roman Peter ist klar, dass damit kein Müllproblem gelöst werden kann. Verantwortlicher Umgang mit Ressourcen entlastet aber nicht nur die Natur, sondern hebt bekanntlich auch die Lebensqualität. Hinzu kommt, dass durch die Aktionen das Miteinander und der Zusammenhalt der Menschen gefördert werden. Langfristig ist auch die Entwicklung eines besseren Abfall-Managements für einzelne Regionen geplant.

Lokale Partner und globale Vernetzung

Globale Vernetzung bei der Organisation ist aber dank der modernen Medien natürlich kein Problem. Ein Großteil der Kommunikation erfolgt über Facebook; persönliche Absprachen können über Skype erledigt werden.

Von Anfang an gab es auch lokale Partner, die für die Aktionen Müllsäcke oder Gummihandschuhe gespendet haben. Von anderen gab es auch mal eine kostenlose Mahlzeit. Das ist bis heute so. Für das Jahr 2018 hatte „Trash Hero" ein Ziel von weltweit 35 000 aktiven Helfern ausgeschrieben. Nach ersten Hochrechnungen werden es gut 80 000 Menschen sein, die dem Müllproblem zu Leibe rücken. Damit werden auch die erhofften 175 000 Kilogramm gesammelten Mülls übertroffen werden. Jetzt sind für Ende des Jahres 376 000 Kilogramm eine realistische Größe.

Es versteht sich von selbst, dass ein solches Unterfangen neben dem ehrenamtlichen Engagement auf Spenden angewiesen ist. Diese Einnahmen wurden zunächst in knallgelbe T-Shirts für die Müllsammler investiert, natürlich in die Bildungsprogramme und in die Produktion einer „Trash-Hero-Trinkflasche", durch deren Kauf und wiederholte Nutzung Unmengen an Plastikflaschen eingespart werden können.

Eine Trinkflasche als Botschafterin

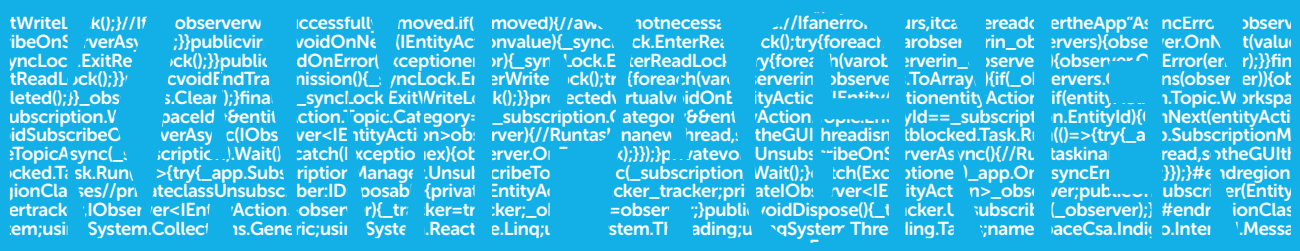
Allerdings werden diese Flaschen zum Produktionspreis lokalen Unternehmen zum Weiterverkauf angeboten, und zwar verbunden mit der Auflage, einen Wasserspender aufzustellen, an dem sich die Käufer ihre Flaschen kostenlos mit Trinkwasser befüllen können.

Durch die gute Entwicklung kann in Kürze die erste Vollzeitstelle für das Projekt in Südostasien besetzt werden. Der weitere Weg gestaltet sich offenbar recht erfolgreich. Nach Stiftungen und Organisationen in der Schweiz und Liechtenstein unterstützt nun auch eine Stiftung aus Deutschland die Aktivitäten.

▶ www.trashhero.org

1’655

Mal die Welt gerettet und ebenso viele



im Jahr 2017 lanciert.

Karitative Fundraiser setzen auf OM

creati</> SOFTWARE
creativ.ch

Im Gleichschritt

So heißt das Siegerbild des diesjährigen Fotowettbewerbs der Euronatur-Stiftung. Seit 25 Jahren legen sich Fotografen jedes Jahr auf die Lauer, um außergewöhnliche Motive in der Natur Europas einzufangen. Die Flamingos „Im Gleichschritt" sind Raimund Brandstätter vor die Linse gelaufen. Die zwölf Siegerbilder plus 17 weitere starke Naturfotos sind bis 31. März in der Infostelle Mauth im Nationalpark Bayerischer Wald ausgestellt.

▶ www.euronatur.org

Tablet statt Tafel

Mehr digitale Kompetenz für Schüler und Lehrer

Kinder und Jugendliche sollen in der Schule besser auf die digitale Welt vorbereitet werden. Um dieses Ziel voranzutreiben, fördern der Stifterverband und die Heinz Nixdorf Stiftung 15 Schulen in ganz Deutschland mit jeweils bis zu 15 000 Euro. Schulen, die sich um die Förderung bewerben möchten, können dafür bis zum 14. Dezember zusammen mit einer lehrerbildenden Hochschule Konzepte und Ideen für den Unterricht mit digitalen Medien einreichen. Die Kooperationen sollen dazu beitragen, dass auch angehende Lehrkräfte bereits in ihrer Ausbildung Kompetenzen für einen digital ausgerichteten Unterricht bekommen.

Die Schulen, die den Zuschlag erhalten, werden gleichzeitig in das neu gegründete Netzwerk „Schule in der digitalen Welt" aufgenommen, wo sie sich über Schulpraxis, Forschung und Lehrerbildung austauschen und gemeinsame Qualitätsstandards entwickeln können.

▶ www.stifterverband.org/schule-in-der-digitalen-welt

MEINE MEINUNG

„Billige Massenproduktion darf nicht unser Maß sein"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Beim „Future Policy Award" der Hamburger Stiftung World Future Council wurden in diesem Jahr Programme und Gesetze ausgezeichnet, die Agrarökologie und nachhaltige Ernährungssysteme fördern. Der Preis gilt auch als „Polit-Oscar". Und genau wie bei der Oscar-Verleihung in Hollywood spielt auch hier Deutschland – keine Rolle. Nicht ein einziges deutsches Gesetz wurde nominiert. Wir haben eine selbst ernannte Klimakanzlerin, sind Vorreiter bei der Energiewende und der Naturschutz ist offizielles Staatsziel, doch wenn es um nachhaltige Landwirtschaft geht, hat die Bundesrepublik den Anschluss verpennt. Bestes Beispiel: Die Zustimmung des ehemaligen Landwirtschaftsministers Christian Schmidt zur weiteren Zulassung des Unkrautgifts Glyphosat in der EU. Immerhin mahnte seine Nachfolgerin Julia Klöckner vor Kurzem eine Verantwortung der Branche gegenüber zukünftigen Generationen an und stellte gleichzeitig eine Entfremdung der Gesellschaft von der Landwirtschaft fest. Das ist aber viel zu wenig. Wollen wir die Agrar- und Ernährungswende schaffen, braucht es keine schwammigen Lippenbekenntnisse, die unterm Strich doch wieder der Agrarindustrie in die Hände spielen. Gefordert sind echte Innovationen und ein radikales Umdenken. Doch solange billige Massenproduktion unser Maß bei Landwirtschaft und Ernährung ist, zieht sogar Indien beim Ökolandbau an Deutschland vorbei. Die haben nämlich beim „Future Policy Award" gewonnen.

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

Kurzgefasst …

Lehrerpreis für Nachhaltigkeit

Um Nachhaltigkeit in Schulen zu fördern, vergibt die Stiftung Kinderland im Mai 2019 zum ersten Mal einen Lehrerpreis. Die Auszeichnung ist mit insgesamt 75 000 Euro dotiert und soll an Lehrkräfte in Baden-Württemberg gehen, die sich besonders im Bereich Bildung für nachhaltige Entwicklung einsetzen. Ministerpräsident Winfried Kretschmann ist Schirmherr.

▶ www.lehrerpreis-bw.de

Stipendien-Suche für Studenten

Die Stiftung der Deutschen Wirtschaft will mehr junge Leute zu einem Studium ermutigen. Dabei helfen soll der „Elternkompass", der über die Förderung durch ein Stipendium berät. Das Angebot ist kostenlos und richtet sich ausdrücklich auch an jene Studenten, deren Eltern selbst nicht studiert haben oder denen eine Hochschulausbildung wegen finanzieller oder sozialer Hürden erschwert wird.

▶ www.elternkompass.info

Innovative Hochschullehre

Den Ars-legendi-Preis 2018 für exzellente Hochschullehre erhält die Professorin Evelyn Korn von der Philipps-Universität Marburg. Vergeben wird der mit insgesamt 50 000 Euro dotierte Preis vom Stifterverband und der Hochschulrektorenkonferenz. Evelyn Korn wird damit für ihre innovativen Lehr- und Prüfungsformate in den Wirtschaftswissenschaften geehrt.

▶ www.ars-legendi-preis.de

Förderprogramm für Wissenschaftler

Die Robert Bosch Stiftung hat ein Förderprogramm für Nachhaltigkeits- und Transformationswissenschaftler aus Europa gestartet. Mit der „Postdoc Academy for Transformational Leadership" soll die nächste Generation führender Wissenschaftler auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit qualifiziert und unterstützt werden. Die Bewerbungsphase beginnt im Dezember 2018.

▶ www.boschstiftung.de/postdocacademy

Gesund leben von Anfang an

Der Gesundheitspreis der Stiftung Rufzeichen Gesundheit geht in diesem Jahr an das Präventionsprojekt „Klasse2000". Im Rahmen dieser Initiative sind seit 1991 mehr als 1,6 Millionen Kinder zum Thema gesunde Ernährung unterrichtet worden. Es richtet sich an Grundschulen und unterstützt Lehrer dabei, eine gesunde und präventive Lebensweise zu vermitteln.

▶ www.stiftung-rufzeichen-gesundheit.de

Mit Sicherheit

Datenschutz-Software speziell für Stiftungen

Wer beim Thema Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) immer noch nervös wird, kann sich jetzt mit der Software „syprof" mehr Sicherheit ins Haus holen. Die Systemgruppe GmbH, Hersteller von Stiftungssoftware, hat extra Funktionen entwickelt, mit denen die Datenschutzregeln unkompliziert eingehalten werden können.

Die Maßnahmen können dabei speziell auf die Aufgaben der Stiftung abgestimmt werden. Die Software bietet zum Beispiel spezielle Felder, in die die Einwilligung zur Verarbeitung der Daten und der Grund eingetragen werden kann. Sollen Daten gelöscht werden, so geschieht dies ebenfalls nach DSGVO-Vorgaben. Der Zugriff auf sensible Daten kann zudem über Berechtigungen gesteuert werden. Wer Mailings verschicken will, kann mithilfe der Software auch automatisch Kontakte, die dazu nicht ihr Einverständnis gegeben haben, herausfiltern. Die Systemgruppe bietet darüber hinaus auch individuelle Beratungen zum Thema Datenschutz-Grundverordnung an.

▶ www.systemgruppe.de

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

Handlungsfähig bleiben

Die Hannah-Stiftung setzt sich gegen sexuelle Gewalt ein

Sexueller Missbrauch passiert häufiger als vermutet. Nachdem seine Tochter Hannah missbraucht und ermordet wurde, gründete Volker Wiedeck eine Stiftung – um auf das Thema aufmerksam zu machen und den Tod seiner Tochter zu verarbeiten.

Von UTE NITZSCHE

In der theaterpädagogischen Werkstatt lernen Kinder spielerisch, mit dem Thema sexuelle Gewalt umzugehen.

Was tun, wenn das eigene Kind stirbt? Wie damit umgehen, wenn es Opfer einer Gewalttat geworden ist? Volker Wiedeck und seine Familie mussten genau das erleben. Am 29. August 2007 wird die 14-jährige Hannah sexuell missbraucht und getötet. Viele würden wahrscheinlich an Fassungslosigkeit, Verzweiflung und Wut zugrunde gehen. Doch Volker Wiedeck gelingt es, all die Gefühle zu bündeln und dem Tod seiner Tochter eine Art Sinn zu geben. Ein Jahr nach dem Mord gründet er die Hannah-Stiftung gegen sexuelle Gewalt.

„Ich wollte handlungsfähig bleiben, sonst wäre ich wahnsinnig geworden", sagt er. Bereits aus seiner jahrzehntelangen Arbeit mit geistig Behinderten weiß Volker Wiedeck, dass sexuelle Übergriffe und Gewalt wichtige Themen sind. Je schwächer ein Mensch ist, desto stärker sei er gefährdet. Als sich dann nach der Tat immer mehr Opfer bei Hannahs Familie meldeten, darunter viele, bei denen man so etwas nie vermutet hätte, wie Volker Wiedeck erklärt, war das der Auslöser für die Gründung der Stiftung. Mit ihr soll das Thema sexuelle Gewalt dauerhaft ins Bewusstsein der Öffentlichkeit geholt werden.

Ein weitverbreitetes Problem

Am Anfang stand der Kontakt zu Journalistin und „Emma"-Herausgeberin Alice Schwarzer. In einem Artikel in der Zeitschrift im Jahr 2008, in dem Hannahs Eltern zu Wort kamen, stellte sich heraus, wie weit verbreitet das Problem ist, wie viele Opfer es gibt, die bis zu diesem Zeitpunkt geschwiegen hatten und vor allem wie traumatisierend die Situation für sie ist. Schnell gewann die Stiftung Unterstützer. Nicht wenige suchten ein Ventil, wollten ihrer Betroffenheit Luft machen und spendeten Geld.

Drei große Säulen bestimmen die Arbeit der Stiftung: Prävention, Intervention und Öffentlichkeitsarbeit. Einen wichtigen Stellenwert nimmt dabei das Projekt „Mein Körper gehört mir" ein. Gemeinsam mit der Beratungsstelle gegen sexualisierte Gewalt Bonn und der „theaterpädagogischen werkstatt" Osnabrück sollen Kinder spielerisch an das Thema herangeführt werden. In einem Theaterstück wird vermittelt, was sexuelle Gewalt ist, wo die Grenze zwischen Zuneigung und Missbrauch verläuft und wie sich Kinder Hilfe holen können, wenn diese Grenze überschritten wird. Das theaterpädagogische Konzept dahinter gibt es seit vielen Jahren, die Kinder werden in die Spielszenen mit eingebunden und sollen berichten, was sie denken und wie sie sich fühlen. Zum Theaterprogramm für Kinder gehört auch eine Fortbildung für Lehrkräfte und ein Infoabend für Eltern. „Wir als Hannah-Stiftung gewähren Fördergelder nur, wenn Eltern und Lehrer an den Angeboten teilnehmen", erklärt Volker Wiedeck, denn Prävention schließt Kinder und Erwachsene gleichermaßen ein.

Doch nicht nur Aufklärung und Vorbeugung, auch Hilfe für Opfer möchte die Hannah-Stiftung leisten. Für die meisten sei das Erlebte höchst traumatisierend, viele könnten nicht mehr arbeiten und rutschen sozial ab.

Hilfe für Opfer und Täter

So unterstützt und finanziert die Stiftung Beratungsstellen mit, setzt sich für die Aus- und Weiterbildung von Richtern im Umgang mit Opfern ein und befürwortet die Einrichtung spezieller Zeugenzimmer bei Gericht, um Missbrauchsopfern die direkte Begegnung mit den Tätern zu ersparen. Aber auch Anti-Aggressionstrainings für Gewalttäter werden von der Stiftung gefördert.

Dass das alles nicht ohne die Mithilfe zahlreicher Fürsprecher und Unterstützer möglich ist, weiß Volker Wiedeck gut. Aus diesem Grund ist er unermüdlich dabei, Aufmerksamkeit für das Thema generell und die Hannah-Stiftung im Besonderen zu schaffen. „Die Stiftung soll weiter wachsen", so der Wunsch des Gründers. „In der Region haben wir bereits ein sehr gutes Standing." Dieses Standing zeigt sich zum Beispiel daran, dass die Leichtathletin Konstanze Klosterhalfen die Schirmherrschaft übernommen hat. Sie hält derzeit den deutschen Rekord im 3000-Meter-Lauf, ist mehrfache Deutsche Meisterin und nimmt an Welt- und Europameisterschaften teil. Ihr liegt die Stiftung am Herzen, weil sie aus dem benachbarten Bonn kommt.

Kein simpler Job

Die unermüdliche Arbeit Volker Wiedecks bringt der Stiftung nicht nur regelmäßig Spenden ein, auch verschiedene Benefizveranstaltungen tragen das Thema nach außen und generieren Spendengelder. So gab es zum zehnten Jahrestag von Hannahs Tod ein großes Fußballturnier zusammen mit dem „Fußball gegen Gewalt" e.V., und im Oktober zeigten die „ZaubertriXXer", Deutsche Meister der Zauberkunst, in einer Show ihr Können zugunsten der Stiftung. Einer der beiden Künstler ist Polizist, konnte sich noch an den „Fall Hannah" erinnern und kam von selbst auf die Stiftung zu. „Unsere zunehmende Bekanntheit hilft uns, aber es sind auch die Inhalte, für die wir stehen. Das Thema sexuelle Gewalt ist zwiespältig und sperrig, den meisten ist es unangenehm. Aber es ist da und man kann es auch nicht mit 100 Millionen Euro stoppen", sagt Volker Wiedeck. Trotzdem – oder gerade deswegen – ist er mit so viel Energie und Engagement bei der Sache. „Diese Stiftung ist kein Job, das muss man mit Herzblut machen." ◘

▶ www.hannah-stiftung.de

Stiftungssuche Plus:

Das Online-Verzeichnis Deutscher Stiftungen

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

Jetzt Online-Abo abschließen:

www.stiftungssuche.de

Bundesverband Deutscher Stiftungen

Frau gesucht

Ist die Zukunft von Stiftungsräten jung und weiblich?

Schweizer Stiftungsräte weisen einen hohen Altersdurchschnitt und Männeranteil auf, wie eine Umfrage der Vereinigung junger Stiftungsexperten (VjS) zeigt. Amtszeitbeschränkungen und die bewusste Rekrutierung von Frauen könnten eine erhöhte Diversität in diesen Führungsgremien fördern.

Von Dr. ALINE KRATZ-ULMER und JAN SCHUDEL

Wird eine Stiftung neu gegründet, beruft der Stifter oft Familienmitglieder in den Stiftungsrat. „Daneben werden auch gerne Vertrauensleute wie enge Freunde, der persönliche Anwalt oder Vermögensverwalter in den Stiftungsrat geholt", schreiben Niklas Lang und Peppi Schnieper in ihrem Leitfaden „Professionelles Management für Stiftungen". Längerfristig stellt sich jedoch die Frage, ob dies der richtige Weg ist, um eine höchstmögliche Wirksamkeit im Sinne des jeweiligen Stiftungszwecks zu erreichen.

Stiftungsräte: Durchschnittsalter 57

Die Vereinigung junger Stiftungsexperten ist ein Zusammenschluss junger Menschen, vor allem aus der deutschsprachigen Schweiz, die beruflich mit dem Stiftungswesen verbunden sind. Sie hat bei ihren Mitgliedern und denjenigen von Swiss-Foundations, dem Verband Schweizer Förderstiftungen, eine Umfrage durchgeführt, die sich mit Fragen der Diversität befasste. An der Umfrage nahmen 23 Stiftungen teil. Das Durchschnittsalter der Stiftungsratsmitglieder der an der Umfrage teilnehmenden Stiftungen liegt bei fast 57 Jahren. 50 Prozent der Umfrageteilnehmenden erklärten das damit, dass Stiftungen meist von älteren Menschen auf das Lebensende hin gegründet werden – und diese sich automatisch mit Menschen in ähnlichem Alter umgeben.

Von den an der Umfrage teilnehmenden Stiftungen kennen nur 26 Prozent eine Altersbeschränkung. Somit können viele Stiftungsratsmitglieder im Prinzip bis ans Lebensende im Stiftungsrat mitwirken, ungeachtet ihrer geistigen Kräfte. Die Folge davon kann eine Überalterung und Erstarrung des Stiftungsrates sein. Amtszeitbeschränkungen wirken dieser Gefahr entgegen und fördern gleichzeitig eine systematische Erneuerung dieses Gremiums.

Zur Amtszeitbeschränkung gibt es verschiedene Richtlinien: Die Eidgenössische Stiftungsaufsicht empfiehlt eine vierjährige Amtsperiode mit der Möglichkeit der unbeschränkten Wiederwahl, wobei sie festhält, dass eine andere Amtsdauer durchaus möglich sei.

Amtszeitbeschränkungen

Der „SwissFoundation Code" sieht für die Amtsperioden einen Rahmen von zwei bis fünf Jahren vor und empfiehlt eine gestaffelte Erneuerung der Stiftungsratsmitglieder sowie die Einführung von Amtszeitbeschränkungen. Nach dem „Swiss NPO-Code" sollte eine Amtsperiode maximal vier Jahre betragen und höchstens zweimal verlängert werden können. Nach den ZEWO-Richtlinien

beträgt eine ordentliche Amtsperiode maximal vier Jahre, wobei eine Wiederwahl möglich ist.

Geschlechterdiversität in Wirtschaft und Stiftungen

Zurzeit ist in der Schweiz eine Debatte über Geschlechterdiversität in Führungsgremien großer Unternehmen im Gang. So hat der Nationalrat in der laufenden Revision des Aktienrechts einer sogenannt „weichen" Geschlechterquote von je mindestens 30 Prozent Männern und Frauen zugestimmt. Firmen, die diese Quote nicht erreichen, werden nicht sanktioniert, müssen aber erklären, was sie unternehmen, um dahin zu kommen.

Geschlechterquoten sind bei Stiftungen bisher kaum ein Thema. Sie könnten es jedoch noch werden. Die VjS-Umfrage zeigt, dass hier noch Nachholbedarf besteht: 95 Prozent der teilnehmenden Stiftungen gaben an, über eine höhere Männer- als Frauenvertretung im Stiftungsrat zu verfügen. Daten des Centre for Philantrophy Studies (CEPS) der Universität Basel weisen in eine ähnliche Richtung: Eine Auswertung von Handelsregister-Einträgen von Stiftungen, welche Prof. Dr. Georg von Schnurbein, Direktor des CEPS, am letzten Schweizer Stiftungssymposium vorstellte, ergab einen Männer-Anteil von 72,5 Prozent.

Wie lässt sich eine höhere Diversität in Stiftungsräten erreichen? Eine geeignete Möglichkeit besteht in einer kriterienbasierten Personalsuche, bei der klare Anforderungsprofile definiert werden. In diesen kann neben den üblichen Kriterien, wie Wissen zum Tätigkeitsgebiet der Stiftung, Ausbildung, Finanzwissen oder Reputation, auch festgehalten werden, dass explizit eine Frau und/oder eine jüngere Person gesucht wird.

Dr. Aline Kratz-Ulmer ist als Rechtsanwältin in der Kanzlei Blum&Grob Rechtsanwälte AG in Zürich tätig. Das Schwergewicht ihrer Tätigkeit liegt im Stiftungs- und Trustrecht sowie im Erbrecht und der Nachfolgeplanung. Sie publiziert regelmäßig in diesen Gebieten und ist Vorstandsmitglied der Vereinigung junger Stiftungsexperten.
▶ www.junge-stiftungsexperten.ch

Jan Schudel, lic. phil., ist Bereichsleiter Umwelt und Soziales der Sophie und Karl Binding Stiftung und Vizepräsident der Vereinigung junger Stiftungsexperten. Er hat Geschichte und Volkswirtschaft studiert und verfügt über ein Diplom als Non-Profit-Manager sowie über einen CAS in Corporate Communications. Seit vielen Jahren leitet er den Arbeitskreis Umwelt und Nachhaltigkeit von SwissFoundations.
▶ www.binding-stiftung.ch

„Erstklassiger Vermögensmanager für Stiftungen."

Ralf Vielhaber, Chef-Redakteur Fuchs-Report, Mai 2018, Berlin

Die Bank von Mensch zu Mensch

Bank für Kirche und Caritas eG

Unsere Kompetenz: ethisch-nachhaltige Geldanlagen.

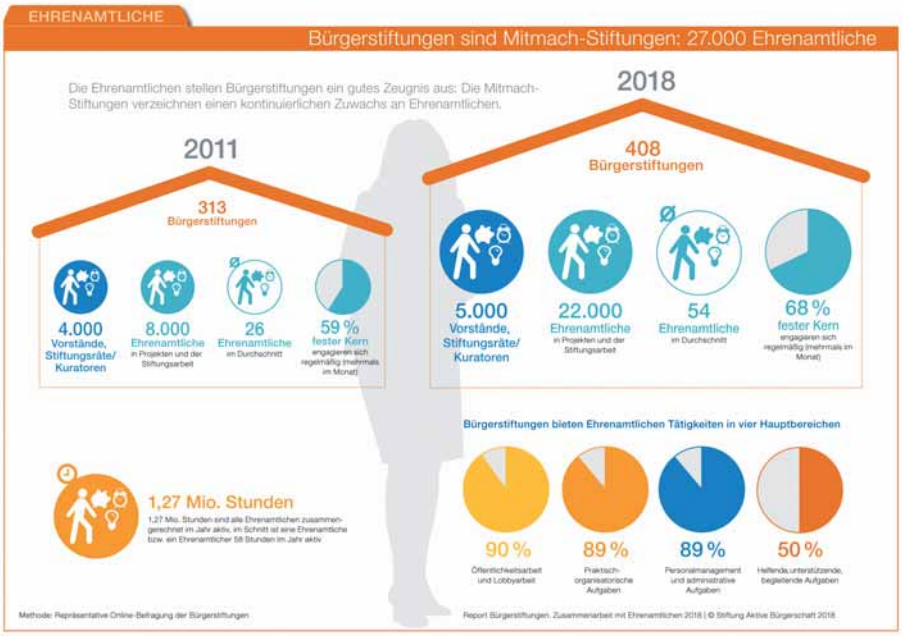
Kamp 17 · 33098 Paderborn · Telefon 05251 121-0 · www.bkc-paderborn.de · info.service@bkc-paderborn.de

Einfach mal mitmachen

Bürgerstiftungen setzen immer mehr auf Ehrenamtliche

Ob Öffentlichkeitsarbeit, Personalmanagement oder die Mitarbeit im Vorstand – die vielfältige Arbeit der Bürgerstiftungen in Deutschland wäre ohne die Mithilfe Ehrenamtlicher nicht denkbar. Ihr Engagement wird im aktuellen „Report Bürgerstiftungen" mit konkreten Zahlen und Fakten vorgestellt.

Von UTE NITZSCHE



Von 8000 auf 22 000 in sieben Jahren – diese stolze Bilanz können die deutschen Bürgerstiftungen in Bezug auf Ehrenamtler vorweisen, wie der „Report Bürgerstiftungen 2018" der Stiftung Aktive Bürgerschaft zeigt. Seit 2006 befragt sie darin Bürgerstiftungen zu Daten, Fakten und Trends und stellt die Ergebnisse dann zum Tag der Stiftungen am 1. Oktober vor. In diesem Jahr drehte sich alles um das Thema ehrenamtliche Mitarbeiter.

Seit 2011 ist deren Zahl deutlich angestiegen, im Durchschnitt arbeiten 54 Ehrenamtliche in einer der aktuell 408 Bürgerstiftung in Deutschland mit. Zum Vergleich: Im Jahr 2011 waren es nur 26 bei insgesamt 313 Bürgerstiftungen. Und aus dem Report geht auch hervor, dass immer mehr von ihnen in Zukunft noch stärker auf die Unterstützung der freiwilligen Helfer setzen wollen. Das erklärten zumindest 64 Prozent. Dies verwundert nicht, gibt doch, befragt nach dem wichtigsten Grund für die Beschäftigung Ehrenamtlicher, ein Drittel der Bürgerstiftungen an, dass Freiwillige einen großen Teil der Stiftungsarbeit übernehmen. Um verschiedene Kompetenzen einzubringen, wollen viele Stiftungen außerdem zukünftig noch mehr mit Ehrenamtlichen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen zusammenarbeiten.

Was die freiwillige Mitarbeit in einer Bürgerstiftung besonders attraktiv macht, ist die Möglichkeit, sich für einen bestimmten Zweck einzusetzen und direkt vor Ort etwas zu bewirken, ohne dafür einen Verein oder eine Stiftung gründen zu müssen. Eigene Ideen und Lösungen einzubringen, bieten 72 Prozent der befragten Stiftungen den ehrenamtlichen Kollegen an. Andererseits finden Menschen, die den Wunsch

haben, ehrenamtlich tätig zu sein und dafür ein geeignetes Projekt suchen, in Bürgerstiftungen passende Aufgaben und Tätigkeitsfelder. Bei 69 Prozent der Stiftungen ist dies möglich.

Ungleiche Geschlechterverteilung

Dabei sind Freiwillige nicht nur „kostenlose" Mitarbeiter, sondern übernehmen nicht selten Verantwortung: Von den genannten 27 000 Ehrenamtlichen sind über 5000 im Vorstand und im Stiftungsrat oder im Kuratorium tätig. Hier macht sich allerdings ein Ungleichgewicht in der Geschlechterverteilung bemerkbar. 64 Prozent der ehrenamtlichen Frauen sind in Projekten, Arbeitsgruppen und Geschäftsstellen aktiv, während derartige Aufgaben nur 36 Prozent der Männer übernehmen. In den Gremien jedoch sind Männer mit 72 Prozent überaus stark vertreten, Frauen sind hier mit 28 Prozent deutlich in der Minderzahl.

Mehrmals pro Monat aktiv

Insgesamt betrachtet, arbeiten Ehrenamtliche vor allem in vier Hauptbereichen mit: 90 Prozent kümmern sich um Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit, 89 Prozent übernehmen praktisch-organisatorische Aufgaben, ebenso viele leisten administrative Aufgaben und Aufgaben des Personalmanagements, und nur 50 Prozent führen helfende und begleitende Tätigkeiten aus. Rund zwei Drittel der Ehrenamtlichen stellen ihre Arbeitskraft dafür mehrmals im Monat zu Verfügung und kommen im Durchschnitt auf 58 Stunden im Jahr.

Mit Blick auf die Altersstruktur stellt der Report fest, dass die Generation der über 65-Jährigen besonders oft ehrenamtlich arbeitet. Diese Altersgruppe hat zum einen viel Zeit und bringt zum anderen einen großen Erfahrungsschatz und nicht selten ein weites Netzwerk ein. Die Gruppe der 30- bis 64-Jährigen engagiert sich immerhin noch zu 44 Prozent ehrenamtlich in einer Bürgerstiftung. Schlecht sieht es hingegen bei den unter 30-Jährigen aus; von ihnen bringen sich gerade einmal sechs Prozent freiwillig in die Arbeit einer Bürgerstiftung ein.

Und wie steht es um die Mitbestimmung der Ehrenamtlichen innerhalb der Stiftung? 69 Prozent der befragten Stiftungen gaben an, dass sie die Freiwilligen systematisch in Entscheidungsprozesse einbinden, bei 66 Prozent arbeiten Ehrenamtliche in Arbeitsgruppen mit und bei 23 Prozent haben sie als Mitglied der Stifterversammlung ein Stimmrecht.

Der komplette Report steht zum Download bereit unter
▸ www.aktive-buergerschaft.de/reportbuergerstiftungen

EDITION STIFTUNG&SPONSORING

Unternehmensverbundene Stiftungen gestalten

Modell unternehmensverbundene Stiftung
Status quo – Gestaltungsmöglichkeiten – Nachfolgelösung

Von **Prof. Dr. Hans Fleisch, Prof. Dr. Marc Eulerich, Dr. Holger Krimmer, Prof. Dr. Andreas Schlüter** und **Dr. Stefan Stolte**

2018, 216 Seiten, mit zahlreichen Abbildungen,
€ (D) 29,95, ISBN 978-3-503-18120-9
Edition Stiftung&Sponsoring, Band 2

Über 700 **unternehmensverbundene Stiftungen** stehen für schätzungsweise mehr als die Hälfte des gesamten Stiftungskapitals in Deutschland. Dieser Band bietet auf Basis neuester Daten eine Orientierungshilfe für Stifter, Unternehmer und Berater zur Verbindung von Stiftung und Unternehmen sowie zur Nutzung von Stiftungselementen für die optimale Nachfolgegestaltung.

Online informieren und bestellen:
www.ESV.info/18120

ESV ERICH SCHMIDT VERLAG
Auf Wissen vertrauen

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

Stiftung für HIV-betroffene Kinder bekommt Unterstützung

Die Stiftung „Hilfe für chronisch kranke Kinder" (StiHckK) wird von dem Künstler **Henni Nachtsheim** (50 Prozent des Comedy-Duos „Badesalz") unterstützt. Er ist nun neben der Fußball-Weltmeisterin Steffi Jones Botschafter der Stiftung, die sich vorrangig um die psychosoziale Begleitung von HIV-infizierten Kindern und deren Familien in Hessen kümmert. StiHckK wurde 2006 an der Uni-Kinderklinik Frankfurt am Main gegründet und ist Teil der Stiftung Diakonie Hessen.

Wechsel zur Kreuzberger Kinderstiftung

Andrea Spennes-Kleutges ist vom Evangelischen Johannesstift, Berlin, zur Kreuzberger Kinderstiftung gAG gewechselt. Die zertifizierte Fundraising- und Stiftungsmanagerin freut sich über ihr breites Aufgabenspektrum, das vom praktischen Fundraising bis zur strategischen Entwicklung der Organisation reicht. Besonders spannend findet sie dabei die ungewöhnliche Rechtsform und wie es gelingt, die Aktionäre stärker in die Organisation mit einzubinden.

Fundraiserin für CIOMAL Stiftung

Seit Oktober ist **Lauren Bouvier** bei der in Genf ansässigen CIOMAL Stiftung des Malteserordens tätig. Sie verfügt über fünf Jahre Erfahrung im Fundraising und war bisher verantwortlich für die Entwicklung der CICAD, einer Organisation gegen Antisemitismus. Sie ist zudem Expertin für Marketing und Kommunikation.

Personalsuche leichtgemacht

Mit einer Personal-Anzeige im Fundraiser-Magazin finden Sie garantiert engagierte Menschen, die optimal auf Ihre zu besetzende Stelle passen. Probieren Sie es aus!

Personalanzeigen haben im Fundraiser-Magazin ermäßigte Preise: Diese Anzeige (1/4 Seite, 88 mm breit x 123 mm hoch) kostet nur 287 €*

Außerdem stehen alle Anzeigen der Printausgabe ohne weitere Kosten zusätzlich in unserem Online-Stellenmarkt unter *www.fundraising-jobs.de*.

Zu weiteren Formaten und Preisen sprechen Sie bitte mit Matthias Daberstiel, Telefon: 03 51/8 76 27-80, E-Mail: daberstiel@fundraiser-magazin.de

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Personalanzeigen!

Geschäftsführerin für Handicap International Deutschland

Dr. **Inez Kipfer-Didavi** ist die neue Geschäftsführerin von Handicap International Deutschland. Sie folgt auf Susanne Wesemann, die zum 1. Dezember die Leitung der Johanniter-Auslandshilfe übernehmen wird. Inez Kipfer-Didavi hat langjährige Erfahrungen in der humanitären Hilfe. In den letzten Jahren leitete sie eine Stabsstelle der Johanniter-Auslandshilfe. Sie ist außerdem im Vorstand von VENRO (Verband Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe) und dort für den Sektor Humanitäre Hilfe zuständig.

Führungswechsel bei „Geschenke der Hoffnung"

Das christliche Werk „Geschenke der Hoffnung" e. V. bekommt im kommenden Jahr eine neue Leitung: Zum 1. Januar 2019 übernimmt die Diplom-Ingenieurin **Sylke Winter** die Funktion des geschäftsführenden Vorstands. Seit 2012 gehört sie „Geschenke der Hoffnung" als Mitglied an und wurde 2017 ehrenamtlich in den Vorstand berufen. Ebenfalls seit 2012 leitete sie als Geschäftsführerin ein Berliner Nahverkehrsunternehmen.

Vordenker im Aufsichtsgremium des WWF

Der WWF-Stiftungsrat hat ein neues Mitglied: **Max Schön**, Unternehmer, Vorstand der Lübecker Possehl-Stiftung und innovativer Vordenker für eine nachhaltige Wirtschafts- und Sozialordnung. Er gehört seit September dem höchsten Kontroll- und Beratungsgremium des WWF an. Schön gehörte in den 1980er-Jahren zu den ersten Unternehmern, die sich für eine „Ökologische Soziale Marktwirtschaft" einsetzten.

Wechsel an der Spitze der Welthungerhilfe

Das Präsidium der Welthungerhilfe hat **Mathias Mogge** als neuen Vorstandsvorsitzenden gewählt. Der Agraringenieur und Umweltwissenschaftler ist bereits seit 2010 als Vorstand Programme für die weltweiten Projekte in 38 Ländern verantwortlich und hat in dieser Zeit maßgeblich zum Erfolg der Welthungerhilfe beigetragen. Zudem verfügt er über umfangreiche Erfahrungen in der Entwicklungszusammenarbeit und der humanitären Hilfe.

Major Donor Fundraiser für Krebsliga Schweiz

Die Krebsliga Schweiz verstärkt ihre Aktivitäten im Bereich Major Donors. Im April wurde **Vincent Maunoury** als Philanthropie-Manager engagiert. Der Diplom-Ökonom war zuletzt acht Jahre beim größten Schweizer Kinderhilfswerk terre des hommes – Kinderhilfe tätig. Dort hatte er den Bereich Philanthropie erfolgreich ausgebaut. Zusätzlich ist er auch seit 2016 im Vorstand von Swissfundraising und hat maßgeblich an der neuen Partnerschaft zwischen „Association Française" des Fundraisers und Swissfundraising mitgewirkt.

Vorsitzender des Präsidiums von terre des hommes

Die ehrenamtlichen Mitglieder von terre des hommes haben **Edgar Marsh** für weitere drei Jahre zum Vorsitzenden des Präsidiums des internationalen Kinderhilfswerks terre des hommes gewählt. Er ist seit 1970 dort aktiv und einer der Gründer der terre des hommes-Gruppe in Hagen. Der 69-Jährige ist in Deutschland und England aufgewachsen und seit 2014 im Ruhestand, aber noch nebenamtlich in der Erwachsenenbildung tätig.

Neue Geschäftsführerin bei „Licht für die Welt“

Astrid Pietig ist die neue Geschäftsführerin von „Licht für die Welt“ e. V. Die ehemalige Leiterin des Unternehmenssponsorings bei der Daimler AG zeichnet verantwortlich für die strategische und operative Weiterentwicklung des Vereins, der unter dem Dach der internationalen Hilfsorganisation „Licht für die Welt | Light for the World“ arbeitet. Sie bringt langjährige Management- und Leadership-Erfahrung aus dem Non-Profit- und Corporate-Sektor mit.

Neue Gesellschafter verstärken die DKJS

Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) hat zwei neue Gesellschafter. **Heiko Kretschmer** (links) ist Gründer und Geschäftsführer von Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation GmbH. Dr. **Hans Cornehl** ist Start-up-Unternehmer und Gründer der Weyay Charity GmbH. Davor war er Vorstandsvorsitzender der ZEAL Network SE. Beide unterstützen die Arbeit der Stiftung bereits viele Jahre sehr engagiert und setzen sich für Bildungserfolg und gesellschaftliche Teilhabe junger Menschen in Deutschland ein.

Gründungsdirektor des Centre for Humanitarian Action

Der Vorstand der Maecenata Stiftung hat **Ralf Südhoff** zum Gründungsdirektor des neuen Berliner Think Tanks Centre for Humanitarian Action (CHA) berufen. Er wird sein Amt am 1. Januar 2019 antreten. Ralf Südhoff wird das CHA als Think Tank für Analysen und Debatten zur internationalen humanitären Hilfe in Deutschland aufbauen. Das zivilgesellschaftlich getragene Institut wird von der Maecenata Stiftung gemeinsam mit Ärzte ohne Grenzen, Caritas International und der Diakonie Katastrophenhilfe getragen.

Neue Geschäftsführerin der S. und K. Binding Stiftung

Der Stiftungsrat der Sophie und Karl Binding Stiftung hat **Monika Wirth** im Oktober zur neuen Geschäftsführerin gewählt. Sie studierte Germanistik und Sport in Basel und München, arbeitete als Gymnasiallehrerin und Journalistin, bevor sie bei der Christoph Merian Stiftung in Basel als Projektleiterin in der Abteilung Soziales und Stadtentwicklung und Geschäftsführerin der Jacqueline Spengler Stiftung tätig wurde.

Beratungsteam bei em-faktor verstärkt

Carolina Ott startete als Junior-Beraterin in der Social-Profit-Agentur em-faktor und unterstützt den Bereich Fundraising und Public Relations. Bereits im vergangenen Jahr hat sie ihre Masterthesis zum Thema „Gemeinwohlökonomie“ in der Agentur erarbeitet. Seit September setzt sie sich nun für die Unterstützung sozialer und nachhaltiger Projekte ein.

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

Unsere neue Kollektion ist eingetroffen!

Spender / Stifter / Erblasser (m/w) für Sie!

- Neuspender, passend zu Ihrem Stil
- Hauslistspender, jetzt noch besser
- ehemalige Spender – nichts für den Altkleiderbeutel!
- auch in Übergröße als Großspender erhältlich

Vereinbaren Sie ein kostenloses Beratungsgespräch!
Oder sehen wir uns auf dem Fundraisingtag Berlin-Brandenburg?

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

Ganzheitlich

Neue Beratung, Konzeption und Umsetzung von Fundraising-Projekten

Gegründet von Katja Prescher, bietet „SozMark Communication" Organisationen und Unternehmen künftig ganzheitliche Beratung, Konzeption und Umsetzung in Kommunikations- und Fundraising-Projekten an. Aufgewachsen in der digitalen Welt, steht Katja Prescher in der Mitte der Manege, konzipiert, plant und evaluiert einzelne Bereiche und gibt alles, damit das Ergebnis stimmig und der Kunde erfolgreich ist. Die gebürtige Berlinerin bringt langjährige Expertise als Online-Fundraiserin in internationalen und regionalen Organisationen mit. Zuletzt war sie als Senior Communication Managerin bei der RaiseNow AG und als Senior-Beraterin bei der getunik AG in Zürich tätig. Heute bringt sie erfolgreich ihre Ideen als Digital Native und Know-how-Trägerin in Kommunikation, PR und im Marketing ein und verbindet die Vorteile der Online- und Offline-Welten.

▶ www.sozmark.com

Wenn Ihr Fundraiser-Magazin so aussieht …

… dann brauchen Sie dringend ein Orga-Abo*

* Mehrere Fundraiser-Magazine (als Paket oder einzeln) für Ihre NGO – und das alles zum günstigen Kombi-Preis. Pünktlich am Erscheinungstag und ohne Umlauf-Stress.

www.abo.fundraiser-magazin.de

Kurzgefasst …

Wettbewerb „Intelligent kommuniziert"

Der neue Medienwettbewerb „mediaV-Award" sucht und prämiert herausragende Medienprojekte ausschließlich aus Verbänden, Stiftungen, Kammern, NGOs, Gewerkschaften und vergleichbaren Organisationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Einreichungen sind noch bis 26. November 2018 möglich.

▶ www.media-v-award.de

Nebenan gibt's Gemeinnützige

Wie können wir den sozialen Zusammenhalt in Deutschlands Nachbarschaften stärken? Dieser Frage hat sich die Online-Nachbarschaftsplattform „nebenan.de" verschrieben und öffnet ihr Portal nun auch für gemeinnützige Vereine, lokale Initiativen und Kommunen. Das gemeinsame Ziel: Aus anonymen Nachbarschaften sollen starke und lebendige Gemeinschaften werden.

▶ www.nebenan.de

Digitales Know-how für Geflüchtete

Deloitte unterstützt als exklusiver Kooperationspartner den AZAV-Zertifizierungsprozess der ReDI School of Digital Integration, einer gemeinnützigen digitalen Bildungseinrichtung für Geflüchtete. Die ReDI School of Digital Integration hilft IT-affinen Geflüchteten dabei, ihre digitalen Fähigkeiten auszubauen, um ihnen den Berufseintritt in die Technologie- und Start-up-Szene zu erleichtern.

▶ www.deloitte.de

Ausschreibung zum „Felix Burda Award"

Engagierte Privatpersonen und Initiativen, Mediziner und Wissenschaftler können sich ab sofort wieder kostenfrei für den „Felix Burda Award" mit ihren herausragenden Projekten und Studien für die Darmkrebsprävention bewerben. Die Ausschreibungsfrist endet am 7. Dezember, der Preis wird im Mai 2019 verliehen.

▶ www.felix-burda-award.de

„too long; didn't read"

Der Call for Participation für die 13. Ausgabe von Europas größter Digital- und Gesellschaftskonferenz „re:publica", die im Mai 2019 in Berlin stattfinden wird, ist geöffnet. Interessierte sind bis zum 15. Dezember eingeladen, spannende Themen, Ideen, Projekte, Paneldiskussionen oder auch Performances und Installationen einzureichen. Motto diesmal: „tl;dr" (Akronym für „too long; didn't read").

▶ https://19.re-publica.com/

Quickmail AG wächst weiter

Die Quickmail AG, der einzige private Briefdienstleister der Schweiz, erhält eine neue Mehrheitsaktionärin und damit eine starke Basis für weiteres langfristiges Wachstum. Eine durch die Verium AG vertretene Investorengruppe übernimmt die Aktienmehrheit von der MS Direct Group AG.

Milo Stössel, Verwaltungsratspräsident der MS Direct Group AG und bisheriger Verwaltungsratspräsident der Quickmail AG: „Wir freuen uns, dass wir mit Verium einen Partner gefunden haben, der unsere Ideen zum Postmarkt teilt, Quickmail weiter ausbauen will und die Finanzierung für das zukünftige Wachstum sicherstellen kann." Er selbst werde weiterhin mit einem substanziellen Anteil als Minderheitsaktionär beteiligt sein.

Marc Erni, Managing-Partner und Leiter des Beteiligungsgeschäfts bei Verium: „Quickmail hat eine im europäischen Vergleich einzigartige Position unter den privaten Briefdienstleistern. Mit ihrer ausgewiesenen Kompetenz für adressiertes Direktmarketing, der starken technologischen Plattform und der Zustellung auf der letzten Meile sehen wir vielversprechende Möglichkeiten, die Dienstleistungen von Quickmail auszubauen und in angrenzende Märkte zu expandieren."

Der Eigentümerwechsel hat für die Kunden und Mitarbeitenden der Quickmail AG keine Auswirkungen. Der Hauptsitz der Quickmail AG bleibt wie bisher in St. Gallen und die beiden Geschäftsführer Christof Lenhard und Bernard Germanier werden auch weiterhin in dieser Funktion tätig sein.

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

Sprung an die Spitze

Dr. Oliver Grün, Gründer, Vorstand und CEO der Grün Software AG, und COO Dirk Hönscheid habe allen Grund zur Freude: Die Grün Software AG ist als Preisträger 2018 mit dem „Großen Preis des Mittelstandes" ausgezeichnet worden. Nachdem das Aachener Software-Unternehmen 2017 bereits als Finalist prämiert worden ist, gelang in diesem Jahr der Sprung an die Spitze.

Die Oskar-Patzelt-Stiftung verleiht jährlich den „Großen Preis des Mittelstandes" an mittelständische Unternehmen, dabei bewertet der Wettbewerb neben einzelnen betriebswirtschaftlichen Kriterien auch die Unternehmen in ihrer Gesamtheit und in ihrer Rolle in der Gesellschaft. Für den Preis wurden dieses Jahr bundesweit 4917 Unternehmen nominiert, davon 423 Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen, von denen schließlich die Grün Software AG einer von nur vier Preisträgern wurde und die Jury somit in allen Kategorien besonders überzeugen konnte.

▶ www.gruen.net

BfS launcht „Sozialus"

Die Bank für Sozialwirtschaft hat die erste Ausgabe ihres neuen Kundenmagazins „Sozialus" veröffentlicht. Sie löst damit ihre langjährige Kundenzeitschrift „BFS-Info" ab. „Mit dem ‚Sozialus' bieten wir unseren Kunden und anderen Interessenten aus der Sozial- und Gesundheitswirtschaft ein inhaltlich und optisch attraktives Magazin", erläutert Stephanie Rüth, Leiterin Unternehmenskommunikation der Bank für Sozialwirtschaft. Der „Sozialus" berichtet über aktuelle Branchenentwicklungen und zeigt die Verbundenheit der Bank für Sozialwirtschaft mit der Sozial- und Gesundheitswirtschaft auf. Zudem enthält er Best-Practice-Beispiele aus sozialwirtschaftlichen Unternehmen, Netzwerk-News, Veranstaltungstipps und Neuigkeiten zu den Angeboten und Dienstleistungen der Bank und der BFS Service GmbH. Der „Sozialus" erscheint alle zwei Monate in gedruckter und in digitaler Form. Er kann kostenlos im Internet und über die Geschäftsstellen der Bank für Sozialwirtschaft abonniert werden.

▶ www.sozialus.sozialbank.de

„Limbic" im Fundraising

Die GFS Fundraising Solutions GmbH ist für das Fundraising exklusiver Partner der Gruppe Nymphenburg und kann ab sofort das Neuromarketing-Instrumentarium „Limbic" für das Fundraising nutzen. „Limbic" ist ein Motiv- und Entscheidungsmodell, das eine neuropsychologische Zielgruppensegmentierung inklusive Alters-, Geschlechts- und Kulturdifferenzen ermöglicht. Es hilft mit, die vorwiegend unbewussten Motivstrukturen der Kunden und Spender besser zu verstehen. Das wiederum gibt wichtige Insights und Informationen, um die eigene Marke klar und verständlich auf dem Markt zu positionieren und zielgruppenspezifisch und damit effektiver zu kommunizieren.

Erkenntnisse aus Hirnforschung, Psychologie, Evolutionsbiologie und empirischer Konsumforschung

Dabei basiert „Limbic" auf einem Ansatz, der die neuesten Erkenntnisse von Hirnforschung, Psychologie, Evolutionsbiologie mit empirischer Konsumforschung verknüpft. Die Gruppe Nymphenburg vergibt an selektierte Partner Lizenzen zur kommerziellen Nutzung des „Limbic" Ansatzes.

Für das Fundraising ist die GFS Fundraising Solutions GmbH der exklusive Partner. „Wir sind überzeugt, dass ‚Limbic' große Chancen für das Fundraising bietet", so GFS-Geschäftsführer Michael Solzbacher, „denn der ‚Limbic'-Ansatz betrachtet das Spendenmarketing aus der Perspektive des Spenders – und nicht aus der der Organisation. Warum spendet jemand für meine Organisation? Dieser Ansatz bietet ganz neue Möglichkeiten, die Spender anzusprechen und zu involvieren."

▶ www.gfs.de

Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit 20 Jahren für wertvolle Kontakte zu Förderern und Spendern. Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die sich auszahlt! Rufen Sie uns an und lassen Sie uns Ihre Ideen und Wünsche hören.

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

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

Cornelia Blömer Organisationsberatung
Schwerpunkt meiner Beratung ist das Redesign von Arbeitsabläufen im Fundraising und die Auswahl und Einführung der passenden Software-Unterstützung. Profitieren Sie von meiner langjährigen Erfahrung in NGO und erreichen Sie Ihre Ziele mit optimiertem Ressourceneinsatz. Gerne unterstütze ich Sie als zertifizierte Datenschutzbeauftragte auch bei der Sicherstellung des Datenschutzes in Ihren CRM-Prozessen und -Systemen.

Paul-Lincke-Ufer 9
10999 Berlin
Telefon: +49 (0)176 62646507
kontakt@cornelia-bloemer.de
www.cornelia-bloemer.de

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

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

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

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

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.

Im Soll 25 · 22179 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 30099923
Mobil: +49 (0)177 6791057
info@Systemisches-Fundraising.de
www.Systemisches-Fundraising.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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Consilia
Stiftungsberatung und Management
Seit 2007 beraten wir ganzheitlich Stiftungen, Vereine und andere NPOs. Unsere Arbeitsschwerpunkte liegen in folgenden Bereichen:
- Stiftungsberatung und Gründung
- Fundraising, insbesondere Großspenderfundraising (Erbschaftsmarketing, Unternehmenskooperationen, Beantragung von Fördermitteln, Vernetzung)
- Kommunikation
- Stiftungstreuhand

Rosmarinweg 5B · 65191 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 16885478
Mobil: +49 (0)160 96648343
birgit.quiel@consilia-stiftungsberatung.de
www.consilia-stiftungsberatung.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

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

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

P Direkt GmbH & Co. KG
Genießen Sie Ihre Erfolge in vollen Zügen. Während wir uns für Sie in die Arbeit stürzen! Bei P Direkt profitieren Sie von echtem FULLSERVICE rund um Ihre Fundraising-Mailings:
- 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

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

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

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

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 9

Mittel & Wege
Fundraising, Beratung, Fortbildung,Coaching
Seit 18 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 4579747
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

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

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

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 Adresspflege:
- 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

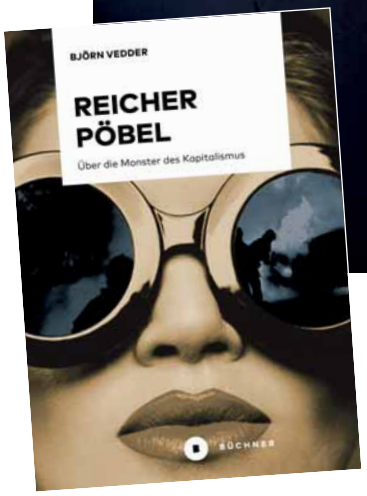
Creativ Software AG
Die Creativ Software AG entwickelt Standard-Softwarelösungen für alle Bereiche des Büroorganisations-Managements sowie Branchenlösungen für Non-Profit-Organisationen, Verbände, Gewerkschaften, Parteien, Verlage, Beraterfirmen, Softwarehersteller, usw.
OM (Organisation Management)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

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

„Reichtum schenkt mir

Unsere andauernde Statusreproduktion ist mit dafür verantwortlich, dass es den armen Pöbel gibt und dass dieser der Gesellschaft gefährlich werden kann. Dieser Ansicht ist Björn Vedder, promovierter Literaturwissenschaftler und Philosoph. Mit seinem neuen Buch „Reicher Pöbel" beleuchtet er die Kritik an reichen Menschen, aber auch deren Kritiker selbst. Im Gespräch mit unserem Redakteur Rico Stehfest erklärt er, wie Reichtum und Moral zusammenhängen, warum eine Spende ein Akt der Willkür ist und inwiefern die AfD auch mal recht hat.



Björn Vedders Buch „Reicher Pöbel. Über die Monster des Kapitalismus" ist kürzlich im Büchner-Verlag erschienen. ISBN: 978-3-96317-126-0. [D] 18,00 €, [A] 18,00 €, CHF 25,15. www.bjoernvedder.de

? Verdirbt Geld den Charakter?

Ja. Studien zeigen: Je mehr Geld Sie haben, desto mehr sind Sie von sich selbst eingenommen und meinen, ein höheres Recht auf Glück und Leben generell zu haben. Und desto schwerer fällt es Ihnen, Ihre Interessen für andere hintanzustellen. Außerdem wachsen mit zunehmendem Reichtum die eigenen Möglichkeiten. Allerdings funktioniert der Umkehrschluss nicht. Ärmere Menschen haben nur weniger Möglichkeiten, aber nicht automatisch einen besseren Charakter. Sie verhalten sich sozial kooperativ, weil sie glauben, so Kontrolle über ihr Leben zu bekommen, die sie so nicht haben. Nietzsche nannte das Sklavenmoral.

? Lässt sich sagen, warum wir Reiche überhaupt kritisieren?

Da spielen verschiedene Faktoren eine Rolle. Unsere Gesellschaft basiert auf dem Ausgleich der individuellen Interessen. Dieses Zusammenspiel wird jedoch durchbrochen, wenn jemand zu schwach wird, um die eigenen Interessen durchzusetzen oder eben zu stark und dadurch den Spielraum anderer einschränkt. Neid spielt dabei eventuell eine Rolle, aber die Empörung Reichen gegenüber ist durchaus berechtigt. Die Konzentration der Vermögen in den Händen weniger begrenzt stark die Möglichkeiten der anderen. Außerdem ist durch den neoliberalen Politikwechsel der Eindruck entstanden, es wäre okay, sich zum Herren fremder Not aufzuspielen. Es scheint politisch gewollt, dass der Stärkere den Schwächeren beherrscht. Zusätzlich schwindet langsam das Vertrauen in ein beständiges Wirtschaftswachstum, das die Unterschiede versöhnen könnte, weil es allen zunehmend besser geht. Wir scheinen eher düsteren Zeiten entgegen zu gehen.

? Warum wird Reichen in der Regel eine sittlich-moralische Verantwortung zugeschrieben, von der Arme befreit zu sein scheinen?

Ein großer Teil der Kritik an den Reichen beruht darauf, dass diese sich nicht in dem Maße kooperativ verhalten wie andere. Ihr Reichtum beschert ihnen die Freiheit dazu. Sie können zur Kooperation nicht gezwungen werden. Also sollen sie sich aus eigener Kraft kooperativ zeigen. Wenn sie das nicht tun, ruft das Empörung hervor. Sie gelten dann als reicher Pöbel. Auf der anderen Seite gibt es immer mehr Menschen, die sich ökonomisch stark unter Druck fühlen und den Eindruck haben, nicht mehr mitkonsumieren zu können

Freiheit zur Unsittlichkeit“

und also nicht mehr mitzuzählen. Von denen wird jedoch erwartet, dass sie ihr Leid still ertragen. Tun sie es nicht, sondern empören sie sich gegen die Gesellschaft, gelten sie auch als Pöbel, nur eben als armer Pöbel. Wir erwarten also von beiden Gruppen eine höhere moralische Verantwortung. Die einen sollen kooperieren, obwohl sie es nicht müssen, die anderen, obwohl es ihnen nicht nützt.

? Wie kommt es dann, dass unsere marktwirtschaftliche Gesellschaft Reiche aus ihren sozialen und sittlichen Banden entlässt, wie Sie es in Ihrem Buch formulieren?

Das Band, von dem hier die Rede ist, ist ein Band der Not, wie es Hegel nannte, weil wir davon abhängig sind, die Interessen eines anderen zu befriedigen, um unsere eigenen Interessen zu befriedigen. Je weniger ich in meiner Not an andere gebunden bin, desto größer ist meine Möglichkeit, nur meine Interessen zu befriedigen und umso mehr ich das tue, desto unsittlicher bin ich. Mein Reichtum schenkt mir eine Freiheit, die es mir erlaubt, unsittlich zu sein. Diese Art von Wohlstandsverwahrlosung ist nichts, wozu sich Reiche entscheiden, sie geschieht mit ihnen. Der Reiche pöblisiert. Es sei denn, er strengt sich moralisch besonders an. Die dazu nötigen Muskeln schwinden aber mit zunehmendem Reichtum.

? Ist das wirklich eine Form der Freiheit?

Es gibt ja verschiedene Definitionen von Freiheit, zum Beispiel die Forderung, dass meine Freiheit eine Freiheit sein soll, die die Freiheit des anderen mit einschließt und Gleichheit voraussetzt. Die Freiheit gleicher Brüder. Als Ideal finde ich das toll. Aber die Freiheit, die uns zusammenhält, ist weniger moralisch und einfacher. Unsere bürgerliche Freiheit ist Willkür. Ich kann mich für oder gegen etwas entscheiden, nach Belieben. Das ist die Grundlage jeder Freiheit. Mit Eigentum frei verfahren zu können, ist Freiheit. Man kann um Spenden bitten, aber ob der Spender etwas gibt, ist ihm freigestellt. Unser bürgerliches Recht ist ja ein Schutzrecht, es schützt mich vor moralischen Forderungen und erlaubt mir, mit meinem Eigentum willkürlich zu verfahren.

? In Ihrem Buch schreiben Sie auch: „Das Moralisieren grassiert – und mithin die Selbstdarstellung als Opfer.“ Können Sie das erläutern?

Das hat mit dem Trend zu tun, die eigene Individualität herauszustreichen. Indem ich eine moralische Anforderung formuliere, einen Wert behaupte, setze ich mich in Differenz zur Welt und meine, dass sie anders sein sollte. Und mit dieser Differenz markiere ich meine Individualität. Zu moralisieren ist eine der Strategien, mit denen sich Mensch selbst Wert verleihen und als etwas Besonderes aufspielen. Das zeigt sich auch im moralisierenden Konsum – etwa Bio-Essen – oder in Stiftungen, mit denen ich zeigen kann, was mir bestimmte Dinge wert sind. Wenn ich mich selbst als Opfer darstelle, entlasse ich mich aus der eigenen Verantwortung. Ich bin gut, die Welt ist schlecht – und ich kann nichts dafür. Selbst wenn ich als Opfer der Unterlegene bin, bin ich derjenige, der moralische Achtung verdient.

Dieser Aspekt der Verantwortung spielt in die Kritik an Reichen hinein. Wir machen sie zu Sündenböcken und legen ihnen alle negativen Konsequenzen unseres ökonomischen Systems zur Last, damit wir dieses System selbst unangetastet lassen und weiter von ihm profitieren können. Und indem wir die Reichen als besonders dämonisch darstellen, machen wir uns oder unsere Gesellschaft zu ihren Opfern und entledigen uns der Verantwortung. Denn wer wollte die Schuld schon bei uns oder den ökonomischen und sozialen Strukturen suchen, wenn wir es bei den Reichen mit dem Bösen selbst zu tun haben?

Dabei verhalten sich weite Teile der Bevölkerung des globalen Nordens den Menschen im Süden gegenüber genauso, wie sie es am reichen Pöbel beklagen. Zu diesem reichen Pöbel zweiter Klasse gehöre ich auch. Wir sind der reiche Pöbel der Weltgesellschaft, vertuschen das aber, indem wir alles Negative auf die Supereichen projizieren und uns in unserem Konsum und mit Moralisieren selbst Wert verleihen. Wir kaufen zwar unser Essen im Biomarkt, lassen uns die Laufschuhe aber trotzdem von asiatischen Kindern nähen. Das ist heuchlerisch und verlogen. Der Pöbel brandmarkt den Pöbel.

? Und genau damit machen wir der Mitte der Gesellschaft den Garaus, wie Sie es formulieren?

Nicht wir, aber die Allianzen des armen und des reichen Pöbels, wie wir sie in den rechtspopulistischen Parteien und Bewegungen finden, könnten das tun. Wenn Pegida und AfD die Bürger der Mitte als Gutmenschen denunzieren, haben sie ja recht. Ein weiterer Grund ist meines Erachtens die kulturelle Überheblichkeit der neuen Mitte. Die Feier des Besonderen wertet das Normale ab. Und die Verknüpfung von sozialem Status und Konsum wertet diejenigen ab, die nicht mitkonsumieren können.

In der Verbindung mit einem größeren ökonomischen Druck, mit Abstiegsangst und vielleicht sogar Hoffnungslosigkeit rufen diese Abwertungen bei vielen eine große Empörung gegen die bürgerliche Mitte hervor. Und ich glaube, dass diese Empörung bei den Anhängern der Rechtspopulisten größer ist als gegen die Superreichen und sie es sich einiges kosten lassen würden, wenn einer mit der bürgerlichen Gesellschaft kurzen Prozess machte. Die damit verbundene Feindseligkeit gegen die Gesellschaft und ihre zivilisatorischen und demokratischen Errungenschaften macht diese Empörten zum Pöbel. Ich glaube, dass uns diese Allianzen des armen und reichen Pöbels gefährlich werden können und dass es deshalb in unserem eigenen Interesse ist, die bürgerliche Gesellschaft gegen sie zu verteidigen. Ein erster Schritt wäre zuzugeben, dass auch wir Pöbel sind – und zweitklassig zumal.

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

Herz und Hand statt IBAN

So tickt der Spendernachwuchs ab Generation Y

Sie leben bio, lieben ihre Handys und suchen den Sinn in allem, was sie tun: Der Spendernachwuchs von 1980 und jünger denkt Unterstützung neu – und fordert Non-Profits dazu auf, es ihnen gleichzutun.

Von JULIANE WERNHARD

Wer dieser Tage Facebook öffnet, findet in der Timeline früher oder später ein Posting darüber, dass ein Kontakt Geld an eine gemeinnützige Organisation gespendet hat. Der Grund: Facebook animiert seine Nutzer aktuell dazu, eine Spendenaktion zu starten. „Rufe Deine Freunde dazu auf, an Deinem Geburtstag eine Organisation deiner Wahl zu unterstützen."

Informieren, unterstützen, den gemeinsamen Erfolg direkt feiern. Drei Schritte, die online mittlerweile denkbar einfach umzusetzen sind. Sie überreizen die eingedampfte Aufmerksamkeitsspanne nicht und vermitteln innerhalb kürzester Zeit das positive Gefühl, sich gemeinsam für einen guten Zweck eingesetzt zu haben.

Spenden statt schenken ist kein völlig bahnbrechender Gedanke. Beachtenswert an der Aktion ist jedoch, dass eine der weltweit meistbesuchten Websites dazu aufruft. Wir sprechen hier demnach nicht von der Filterblase „Ach, ich brauche keine Geschenke – wenn ich etwas haben möchte, kaufe ich es mir einfach". Wir sprechen hier von der breiten Masse junger Spender, die einen Teil des eigenen Wohlstands abzugeben bereit ist.

Der Wandel hat viele Gesichter

Was genau animiert also eine Generation, der Freiheit und Selbstbestimmung in die Wiege gelegt wurden, zu finanzieller oder ehrenamtlicher Unterstützung? Fest steht: Ein Stück vom eigenen Vermögen abzugeben, ist ihnen durch die Bank ein Bedürfnis. Sei es noch so klein. Wer selbst nicht die finanziellen Mittel hat, spendet gerne seine Arbeitsleistung – oder einen kleinen Obolus.

So auch die Mitglieder der deutschlandweit tätigen Studenteninitiative Weitblick. Von Beginn an ausschließlich geführt von Studenten, generierte der mitgliederstärkste Ortsverein in der Studentenstadt Münster 2017 Spendeneinnahmen in Höhe von rund 120 000 Euro.

Spenden neu denken

Gefördert werden Bildungsprojekte weltweit. Ermöglicht durch Partys, Theateraufführungen, Kooperationen mit Eisdielen, die „Bildungseis" und Bäckereien, die „Bildungsbrot" verkaufen. Teile der Erlöse werden gespendet, so der Deal. Ausschließlich durch ehrenamtliches Engagement von Studenten, die zusätzlich Klausuren und Nebenjob

unter einen Hut bringen müssen, wird so jährlich weltweit mehreren hundert Kindern der Zugang zu einer grundlegenden Schulbildung ermöglicht.

Jeder im Rahmen seiner Möglichkeiten

Wer keine Zeit opfern kann, hat zumindest kein Problem damit, während der Festivalsaison an einer der rund 950 Sammelstellen von Viva con Agua seinen Pfandbecher abzugeben, statt sich für einen Euro retour am Getränkestand anzustellen. Rund 184 000 Euro generierte der gemeinnützige Verein aus Hamburg in der Festivalsaison 2017 durch Pfandbecherspenden. Nach eigenen Angaben entstehen dabei knapp 500 000 Kontaktpunkte zu Festivalbesuchern – also potenziellen Unterstützern. Die Betreiber der Stände arbeiten ausschließlich ehrenamtlich – erhalten im Gegenzug aber auch eine Eintrittskarte zu den heißesten Festivals der Republik.

Weg mit der Tränendrüse, her mit dem guten Gefühl!

Deutlich wird: Die jungen Unterstützer wollen nicht leicht widerwillig ein paar Euro in eine Blechdose werfen, weil ihnen das Kind auf dem Werbeplakat leidtut, das symbolisch für „die Hungersnot in Afrika" steht. Weil sie sich aus Überzeugung engagieren, nicht aus schlechtem Gewissen. Außerdem setzen sie sich ohnehin dafür ein, Afrika nicht als Synonym für Hilflosigkeit und Bedürftigkeit zu verwenden, sondern als den diversen Kontinent zu sehen, der er ist. Sie wollen mitwirken. Wissen, welchen Unterschied ihre Unterstützung macht. Und ja, sie wollen durchaus auch feiern, dass sie in der Lage sind, diesen Unterschied zu machen.

Die Bereitschaft, ein individuelles Stück vom Glück abzugeben, ist also vorhanden. Was der Spendernachwuchs sucht, sind eine zeitgemäße und authentische Ansprache, flexible Unterstützungsmöglichkeiten und das Gefühl, Teil einer Gemeinschaft zu werden, die die Welt zum Positiven verändert. Hand und Herz reichen statt nur die IBAN. Wer das versteht, erweitert mit der Generation Y nicht nur seine Spenderbasis, sondern auch den eigenen Ideenfundus.

Juliane Wernhard zählt sich selbst zur Generation „Hinterfrage alles!" und ist Mitgründerin der Fundraising- und Kommunikationsagentur „forGood". Als Botschafterin des Spendernachwuchses berät sie Sozialunternehmer und Non-Profits bei der digitalen Transformation ihrer Stakeholder-Kommunikation und -Akquise.
▶ www.forgood.berlin

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

Generationenwechsel bei Spendern

Spenden Babyboomer anders als ihre Vorgängergeneration?

Die für das Fundraising interessanteste Zielgruppe ist immer schon die Altersgruppe 60+ gewesen. Allerdings beobachten Fundraiser bei dieser Altersgruppe derzeit einen Generationenwechsel – nicht abrupt, aber zunehmend spürbar. Eine neue Generation ist ins Spendenalter 60+ gekommen und hat deutlich andere Vorstellungen als die Generation davor.

Von MICHAEL URSELMANN und ROLAND DEMMEL

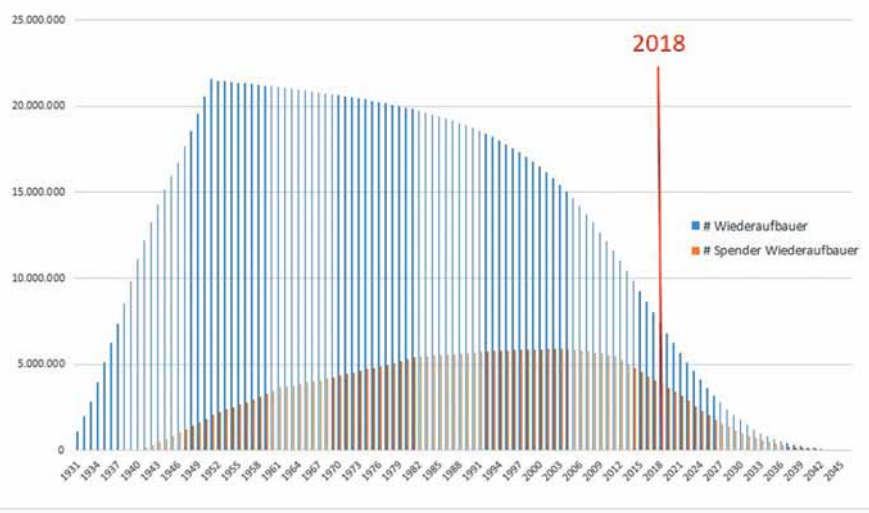
Für das Fundraising besteht die Herausforderung darin, die neuen Generationen kennen und verstehen zu lernen. Auf welche geänderten Bedürfnisse müssen sich Spenden sammelnde Organisationen einstellen? Wie lässt sich dieser Generationenwechsel quantifizieren? Diese Fragen zu ignorieren, wäre gefährlich!

Es existiert eine Vielzahl von Vorschlägen, in wie viele und welche Generationen die Bevölkerung eines Landes eingeteilt werden kann. Für Deutschland soll hier die Einteilung des Marktforschungsinstituts GfK übernommen werden, um die marktforscherischen Erkenntnisse des Panels „GfK Charity Scope" über diese Generationen nutzen zu können. Die GfK teilt die Bundesbevölkerung 2017 in sechs Generationen ein (siehe Kasten).

Generationen GfK Charity Scope

- Wiederaufbauer (Alter: 66+, Jahrgänge vor 1952)
- Babyboomer (Alter: 51–65, Jahrgänge 1952–1966)
- Generation X (Alter: 36–50, Jahrgänge 1967–1981)
- Millenials (Alter: 22–35, Jahrgänge 1982–1996)
- iBrains (Alter: 7–21, Jahrgänge 1997–2011)
- Smarties (Alter: bis 6, Jahrgänge nach 2011)

Abbildung 1 – Wiederaufbauer



Quelle: GfK Charity Scope

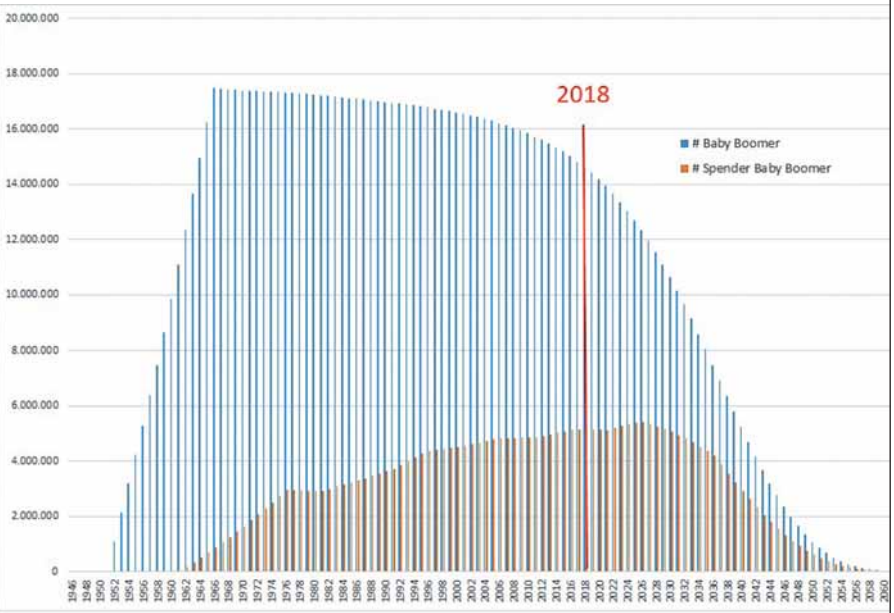
Entwicklung der Spenderzahlen

Um im Fundraising optimal auf den Generationenwechsel unter den Spendern reagieren zu können, muss zunächst herausgefunden werden, wie viele Bundesbürger den jeweiligen Generationen zuzurechnen sind. Auf Basis der vom Statistischen Bundesamt bereitgestellten Daten zu Lebendgeburten und aus Sterbetafeln der Jahrgänge 1931–2010 lassen sich Stärke und Entwicklung der verschiedenen Generationen quantifizieren. Auch ist dank „GfK Charity Scope" bekannt, wie sich die Spenderquote nach Alter verteilt. So zeigt beispielsweise Abbildung 1 den Aufbau der Generation „Wiederaufbauer" durch die Lebendgeburten der Jahrgänge 1931–1951, die anschließend abnehmende Entwicklung durch Ableben der Jahrgänge nach den zugehörigen Sterbetafeln sowie die Entwicklung der Anzahl der Spender in dieser Generation. Abbildung 2 zeigt analog die Entwicklung der Generation „Babyboomer" (Jahrgänge 1952–1966) und ihrer Spender. Aus Platzgründen kann hier nicht die Entwicklung aller Generationen aufgezeigt werden.

Der Maximalwert ist überschritten

Das Fundraising der Neunziger- und Nullerjahre war auf Spenderseite geprägt durch die Vorstellungen und Bedürfnisse der Generation „Wiederaufbauer". Fundraiser haben in den letzten Jahren und Jahrzehnten gelernt, sich auf die Bedürfnisse dieser Generation einzustellen. Abbildung 1 zeigt jedoch, dass die Anzahl der Spender der Generation „Wiederaufbauer" bereits 2002 ihren Maximalwert (von 5,9 Mio. Männern

Abbildung 2 – Babyboomer



Quelle: GfK Charity Scope

und Frauen) überschritten hat und bis 2018 schon deutlich auf 3,8 Millionen Spender gesunken ist.

Die nachfolgende Generation der „Babyboomer" hat seit 2012 das Alter 60+ erreicht und wird in den nächsten Jahren die „Wiederaufbauer" in dieser für das Fundraising so wichtigen Altersklasse nach und nach verdrängen. Wie aus Abbildung 2 ersichtlich, wird die Anzahl der Spender in der Generation „Babyboomer" zwar erst in circa zehn Jahren ihren höchsten Wert erreichen. Mit über fünf Millionen Spendern haben die „Babyboomer" die „Wiederaufbauer" aber schon heute zahlenmäßig überholt. Das hat gravierende Auswirkungen auf das Fundraising. Schließlich unterscheiden sich Vorstellungen und Bedürfnisse der „Babyboomer" grundlegend von denen der „Wiederaufbauer".

Auswertungen des Panels „GfK Charity Scope" zeigen schon heute die Veränderungen im Spendenverhalten, auf die Fundraiser schnellstmöglich mit neuen Angeboten reagieren sollten. So bevorzugen „Babyboomer" beispielsweise kleine und transparente Organisationen und Projekte am Wohnort. Großen Organisationen gegenüber sind sie skeptisch. Insbesondere, wenn es sich um kirchliche Organisationen handelt. Frauen sind in dieser Generation deutlich stärker engagiert als Männer. Und es besteht ein gesteigertes Interesse an Projekten für Kinder. Ausführliche und detaillierte Zahlen sind erhältlich bei „GfK Charity Scope".

Dr. Michael Urselmann ist seit 2004 Professor für Sozialmanagement mit dem Forschungsschwerpunkt Fundraising, seit 2005 an der Technischen Hochschule Köln. Daneben berät er freiberuflich Spenden sammelnde Organisationen in allen Fragen des Fundraisings sowie bei der Optimierung ihres Fundraising-Mixes (FundOpt GmbH). Er engagiert sich ehrenamtlich als gewähltes Mitglied im Deutschen Komitee für Unicef, im Stiftungsrat der Rheinischen Stiftung für Bildung und als Botschafter für die Sachspendenplattform Innatura.
▶ www.urselmann.de

Dr. Roland Demmel beriet als Partner bei KPMG und Senior Partner bei Roland Berger weltweit tätige Banken und Unternehmen in Sachen Risikomanagement, Strategie und Planung. Seit 2013 berät er freiberuflich Spenden sammelnde Organisationen bei der Optimierung ihres Fundraising-Mix (FundOpt GmbH, Berlin).

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

Wegweiser zu kostenloser Werbung

Updates und Empfehlungen zu den neuen Richtlinien für Google-Ad-Grants-Konten

Seit Januar 2018 gelten neue Richtlinien für Ad-Grants-Konten. Um eine Kontosperrung zu verhindern, mussten NPOs in den vergangenen Monaten diverse Maßnahmen umsetzen und die Leistung ihrer Konten gründlich überwachen. Wir bieten eine Übersicht über den aktuellen Stand der Dinge und Tipps zur Umsetzung.

Von SABINE WAGNER-SCHÄFER

Google forciert stets die Verbesserung der Nutzererfahrung. Anzeigen und Inhalte sollen genauer an die Suchintention des Nutzers angepasst werden. Um dieser Vorgabe gerecht zu werden, sind viele Kontoänderungen vorzunehmen und die im folgenden beschriebenen Richtlinien einzuhalten.

Die Bewerbung von Marken bestehender Mitbewerber ist im Grants-Programm unzulässig. Diese Entscheidung von Google ist zu begrüßen, denn die Bewerbung anderer Marken-Keywords trieb die CPCs dieser Marken-Keywords nur unnötig in die Höhe.

Sofern Sie allerdings eine Partnerschaft oder ein Bündnis mit einem Mitbewerber nachweisen können, können gegebenenfalls Ausnahmen, die sinnvoll sind, von Google gestattet werden.

Eindeutige Zuordnung der Keywords

Sogenannte Ein-Wort-Keywords, die nicht eindeutig Ihrem Zweck zuzuordnen sind, wie zum Beispiel einzelne Länder, Krankheiten oder Themen, sind ebenfalls nicht mehr gestattet. Wir empfehlen daher, wirklich alle nicht zulässigen oder Ihrer NGO nicht eindeutig thematisch zuzuordnenden Keywords (bis auf einige Ausnahmen wie Ihre eigene Marke, Link) aus Ihrem Konto zu entfernen, denn pausieren allein reicht oft nicht aus. Ausnahmegenehmigungen für Ein-Wort-Keywords, die Ihnen sehr wichtig sind, können bei Google eingereicht werden.

Ebenfalls ist es nicht mehr gestattet. zu generische Keywords, welche nicht Ihrer Vision entsprechen, einzubuchen. In welchem konkreten Maß Keywords eingebucht werden dürfen, ist leider nicht ersichtlich. Gehen Sie auf Nummer sicher und buchen Sie nur Keywords ein, die wirklich der Vision Ihrer Organisation dienen.

Aktive Anzeigentexte

Keywords mit einem Qualitätsfaktor < 3 sollte Ihr Grants-Konto nicht mehr enthalten. Entfernen Sie daher umgehend alle betroffenen Keywords, denn pausieren reicht auch hier nicht. Bilden Sie weitere Anzeigengruppen mit einer feineren Aufteilung der Keywords und schreiben Sie passende Anzeigentexte. Werten Sie regelmäßig die Suchanfragenberichte aus und fügen Sie auszuschließende Keywords hinzu. Wir empfehlen, unpassende Begriffe als Wortgruppe auszuschließen.

Die Änderungen der Richtlinien betreffen jedoch nicht nur die Keywords, sondern auch die Struktur des Kontos. Jede Kampagne benötigt eine standortbezogene Ausrichtung und muss mindestens zwei aktive Anzeigengruppen aufweisen. Jede Anzeigengruppe muss mindestens zwei aktive Anzeigentexte beinhalten. Zusätzlich müssen mindestens zwei Sitelink-Erweiterungen eingefügt sein.

Auf der Konto-Ebene empfehlen wir, ebenfalls mindestens zwei Sitelinks einzufügen. Im besten Fall erstellen Sie jeweils vier individuelle Sitelinks für jede Kampagne.

Durchschnittliche Klickrate nötig

In Bezug auf die Leistung Ihres Ad-Grants-Kontos muss jedes Konto eine durchschnittliche Klickrate (CTR) von mindestens 5 Prozent aufweisen. Konten, die zwei Monate in Folge eine geringere CTR erreichen, werden von Google deaktiviert. Der Google-Audit erfolgt immer am Monatsende.

Wir empfehlen, darauf zu achten, dass Ihre Markenkampagne eine sehr hohe Klickrate aufweist, um so schwächere Kampagnen aufzufangen. Bei Kampagnen mit einer schlechten Klickrate sollte weiter aufgesplittet werden. Schlechte Anzeigengruppen, Anzeigen und Keywords sollten Sie pausieren und für die guten Keywords neue Anzeigengruppen und passendere Anzeigen erstellen.

Darüber hinaus sollten Sie fortlaufend A/B-Anzeigentests durchführen. Dazu verändern Sie immer nur eine Variable (z. B. Anzeigentitel) pro Test. Seit August 2018 stehen Ihnen übrigens ein dritter Anzeigentitel und eine zweite Textzeile zur Verfügung. Testen Sie die neuen Möglichkeiten!

Deaktivierung kein Grund zur Panik

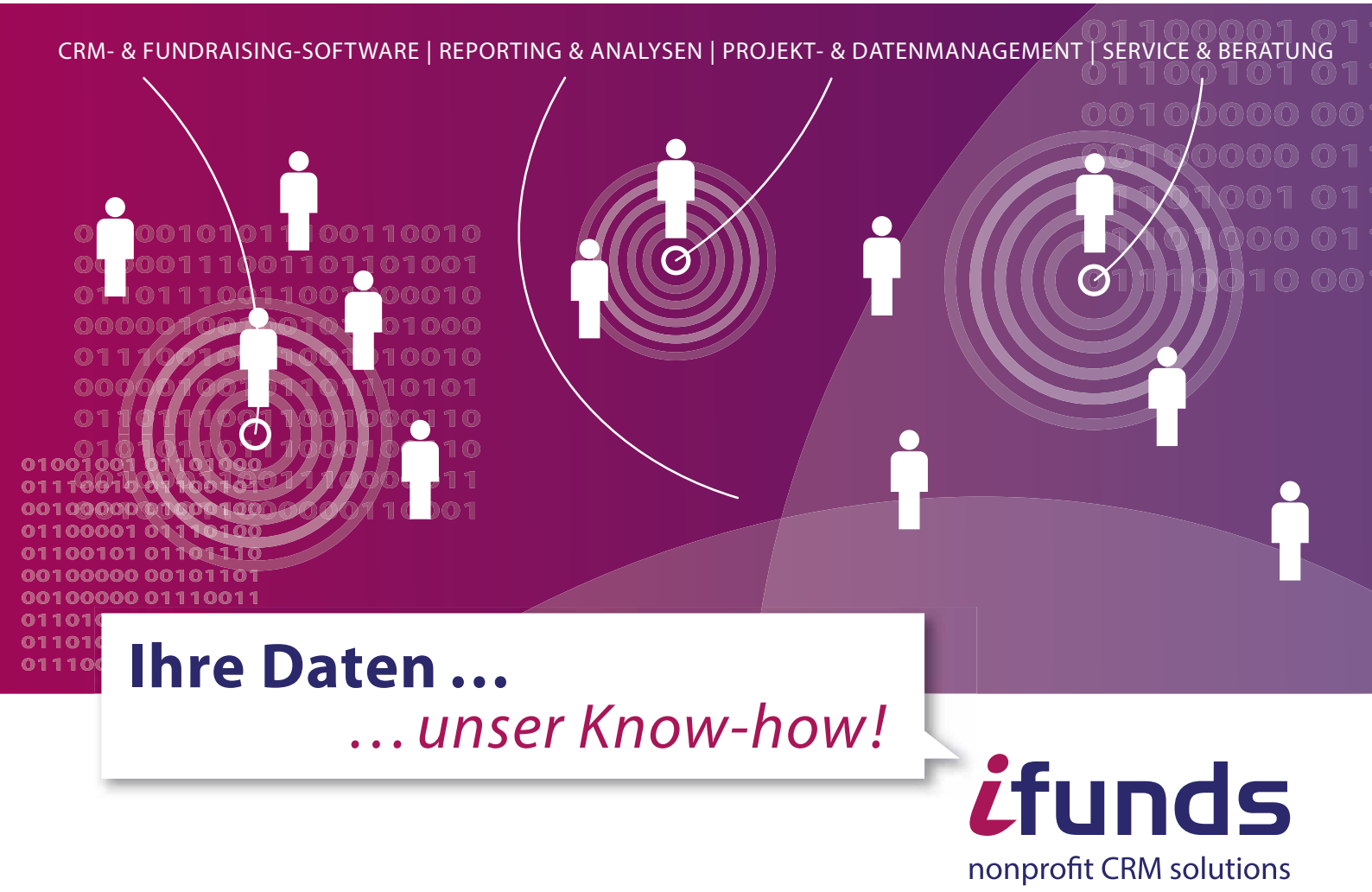
Sehr wichtig ist auch, dass Sie die geltenden Website-Richtlinien und Erstattungsrichtlinien beachten. Wenn Google dennoch Ihr Konto deaktiviert hat, ist noch kein Grund zur Panik gegeben. Die Deaktivierung eines Kontos erfolgt in der Regel nicht ohne Vorwarnung, daher sollten Sie regelmäßig in Ihr Konto und Ihr E-Mail-Postfach schauen. Sie erhalten in der Regel eine E-Mail mit Informationen zu den konkreten Verstößen. Ihnen bleiben daraufhin zwei Wochen Zeit, den Verstoß zu beheben.

Wenn das Konto dennoch deaktiviert wurde, hat man jederzeit die Möglichkeit, es den neuen Richtlinien anzupassen. Eine Reaktivierung ist jederzeit möglich, wenn alle Anforderungen erfüllt sind.

Alle Grants-Konten müssen verpflichtend ein Conversion-Tracking implementiert haben. Was dabei als Conversion gezählt wird, bleibt Ihnen überlassen (z. B. Spenden, Newsletter-Abos, etc.).

Damit Sie Ihr Grants-Konto erfolgreich führen und behalten, sind ein gutes SEA-Wissen, tägliches Monitoring und die Beachtung von Updates der Google-Programmrichtlinien nötig.

Sabine Wagner-Schäfer ist seit 2005 im Fundraising in verschiedenen Positionen tätig. Heute leitet sie das digitale Marketing bei AZ fundraising und unterstützt in dieser Rolle Non-Profits bei deren digitaler Transformation.
▶ www.az-fundraising.com

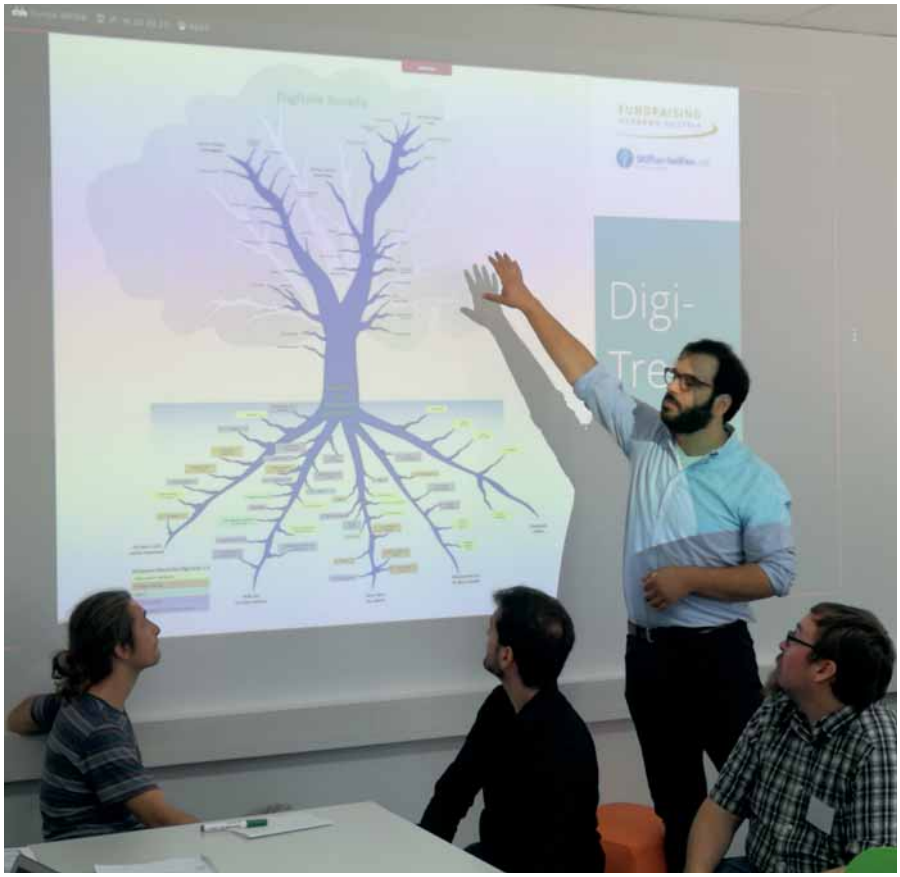


Anschlussmöglichkeit: garantiert

Projekt „Let's go digital" des Fundraising Verband Austria gestartet

In Zeiten der Digitalisierung sind auch im Berufsleben neue Kompetenzen gefragt. Für viele Menschen, die aufgrund ihrer sozialen oder geografischen Herkunft oder ihrer körperlichen oder kognitiven Voraussetzungen ohnehin schon am Rand der Gesellschaft stehen, stellt die Digitalisierung der Arbeitswelt eine zusätzliche Herausforderung dar. Dieser Entwicklung wirkt das neue Projekt „Let's go digital" entgegen, indem es ein flächendeckendes digitales Schulungsangebot für benachteiligte Menschen in ganz Österreich bereitstellt.

Von SARINA WIENS



Laut der IHS-Studie „Digitalisierung der Arbeit" aus dem Jahr 2017 sind 9 Prozent aller Jobs in Österreich bereits kurzfristig durch die Digitalisierung und Automatisierung gefährdet. In besonderem Maße betrifft dies Hilfsarbeitskräfte, Handwerker, Maschinenbediener und Personen in Dienstleistungsberufen, die lediglich über einen Pflichtschulabschluss verfügen. Eine Höherqualifizierung durch Weiterbildung ist daher insbesondere für niedrig qualifizierte Menschen unabdingbar, um in Zukunft am Arbeitsmarkt zu bestehen.

Der Fundraising Verband Austria hat daher mit der Technologiespendenplattform Stifter-helfen.net das Bildungsprojekt „Let's go digital" ins Leben gerufen. „Let's go digital" vernetzt gemeinnützige Organisationen in ganz Österreich und stattet sie mit Hardware, Software und Know-how aus, damit sie digitale Schulungen für benachteiligte Menschen anbieten können. Menschen mit Flucht- oder Migrationshintergrund, mit Behinderung oder Lernbeeinträchtigung und allgemein Niedrigqualifizierte sollen so besser auf den Arbeitsmarkt vorbereitet werden.

Die 29 gemeinnützigen Organisationen, die sich mit 31 Schulungsmaßnahmen in ganz Österreich an „Let's go digital" beteiligen, sind so vielfältig wie das Schulungsprogramm selbst. Einige Projektpartner sind klassische Betreuungsorganisationen, wie beispielsweise SOS Kinderdorf, Caritas oder Lebenshilfe. Andere sind Bildungseinrichtungen, die an der Speerspitze der Digitalisierung stehen, wie zum Beispiel das DaVinciLab oder die CodeFactory, die ihr Kursangebot im Rahmen von „Let's go digital" um Schulungen speziell für benachteiligte Menschen erweitern.

Mit Kooperationen zum Erfolg

Inhaltlich richten sich die Schulungen nach den Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppe und decken diverse digitale Themen ab. Sie reichen von PC- oder Internet-Grundlagen

Das IT-Portal Stifter-helfen

Stifter-helfen ist das IT-Portal für Vereine und andere Non-Profit-Organisationen in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Das Portal wird von der Haus des Stiftens gGmbH in Partnerschaft mit TechSoup – und in Österreich zusätzlich mit dem Fundraising Verband Austria – betrieben. Auf den Länder-Websites von Stifter-helfen werden Produkte und Tools namhafter IT-Unternehmen als Spenden oder zu Sonderkonditionen ausschließlich an Non-Profits vermittelt. Know-how rund um moderne Technologien rundet das Angebot ab.

über Online-Jobsuche und -Bewerbung bis hin zu Programmierkursen.

Ermöglicht wird das Projekt durch eine Förderung des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort und unterstützt durch das Corporate-Volunteering-Programm der IBM Österreich und der Sage Foundation. Das Herzstück der Zusammenarbeit mit IBM bestand in zwei mehrtägigen Design Thinking Workshops, in denen Repräsentanten der Zielgruppen und der gemeinnützigen Partnerorganisationen des Projekts sowie Mitarbeiter des Fundraising-Verbandes und der IBM gemeinsam die Bedürfnisse der Zielgruppen und digitale Kompetenzen und Lernwege erarbeitet haben.

Digi-Tree zeigt Kompetenzen

Im zweiten Schritt der Partnerschaft von Stifter-helfen.net und IBM ging es darum, Orientierung über Schulungsmaßnahmen und mögliche Berufsbilder der Digitalisierung zu schaffen. Bildungs- und Betreuungsexperten haben ihre Erfahrung und Expertise im Bereich digitale Bildung und im Umgang mit benachteiligten Menschen eingebracht. Die Ergebnisse werden im sogenannten Digi-Tree veranschaulicht. Mit seinem Wurzelwerk stellt dieser jene digitalen Kompetenzen dar, die für alle Berufe relevant sind oder sein werden. Sie sind angelehnt an das Digital Competence Framework der EU. Jede Farbe repräsentiert dabei einen der fünf Kompetenzbereiche, die die Europäische Kommission festgelegt hat. Die Baumkrone zeigt beispielhaft, welche Kompetenzen notwendig sind, um einen digitalen Beruf auszuüben, also einen Beruf, der erst durch die Digitalisierung entstanden ist. Der Digi-Tree wird den gemeinnützigen Partnerorganisationen von „Let's go digital" als Assessment Tool für ihre Klienten und als Inspirationsquelle für Schulungsinhalte dienen. Außerdem soll er den Zielgruppen helfen, einen Überblick über mögliche digitale Lernziele und -wege zu bekommen.

In Summe werden die „Let's go digital"-Schulungen im ersten Jahr 2018/19 etwa 1000 benachteiligten Menschen zugutekommen.

Sarina Wiens ist seit Mai 2017 beim Fundraising Verband Austria beschäftigt und leitet dort seit Februar 2018 das Projekt „Let's go digital". Nach ihrem Studium der Afrikanistik, Linguistik und Anglistik an der Universität zu Köln arbeitete sie einige Jahre für Fairtrade International, wo sie von Deutschland und den USA aus verschiedene internationale Projekte leitete.
▶ www.fundraising.at

Frauen an die Hebel der Macht

Der Dritte Sektor bleibt für Frauen und deren Karrierechancen in Bewegung

In unserer Mai-Ausgabe (3/2018) widmeten wir uns den beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten für Frauen im Dritten Sektor und deren Entwicklungspotenziale. Jedem, der sich in der Fundraising-Branche auskennt, ist der hohe Anteil an Frauen bekannt. An diesem Punkt arbeitet, wie könnte es auch anders sein, die Arbeitsgruppe Frauen des Deutschen Fundraising Verbandes emsig weiter. Anfang September statteten sie dem Bundestag einen Besuch ab.

Von RICO STEHFEST

Es war kein reiner Ausflug zum Vergnügen, den einige Vertreterinnen der Arbeitsgruppe Frauen des Fundraisingverbandes gemeinsam mit einigen Mitarbeiterinnen der Maecenata-Stiftung in den Bundestag führte. Die Damen hatten ein klares Ziel: Nicole Westig, ehemalige Fundraiserin und seit diesem Jahr Mitglied des Bundestags. Ihre Botschaft war eine klare Bitte um Unterstützung einer besseren Vertretung der Interessen von Frauen im Dritten Sektor. Bislang sind solche Aktivitäten nämlich ganz offenbar auf den Profit-Bereich der Wirtschaft beschränkt.

Es überrascht nicht, dass sich Nicole Westig begeistert angesichts der Delegation gezeigt hat: „Als Fundraiserin war es mir eine besondere Freude, die Fachgruppe Frauen des Deutschen Fundraising Verbands im Bundestag begrüßen zu dürfen. Unsere muntere Diskussion hat gezeigt: Der Dritte Sektor muss mehr gestärkt werden. Und da der Frauenanteil dort über 70 Prozent beträgt, dürfen wir nicht hinnehmen, dass sich dieser hohe Anteil nicht angemessen in den Führungspositionen niederschlägt. Daran wollen wir künftig gemeinsam arbeiten.“ Nicole Westig liegt ganz klar die politische Begleitung der Entwicklung der Geberkultur in Deutschland am Herzen. Und dazu gehört eben auch, dass Frauen in Führungspositionen in diesem Bereich gefördert werden. Auch in ihrer eigenen Partei, so Westig, seien Frauen unterrepräsentiert. Der Bundestag verzeichnet in dieser Legislaturperiode so wenige Frauen wie noch nie als Mitglieder.

Die Arbeitsgruppe Frauen will als Nächstes in Kooperation mit dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend eine Tagung unter dem Arbeitstitel „Karrierechancen für Frauen im Dritten Sektor“ durchführen. Angepeilt ist dafür das kommende Frühjahr. Die Mühlen mahlen in dieser Richtung, ganz zweifelsfrei. Das Anliegen liegt mittlerweile auf den entsprechenden Schreibtischen. Nur ernährt sich das Eichhörnchen bekanntlich mühsam. Deshalb gab es bis Redaktionsschluss dazu noch keine konkreten Details.

Wer sich zu diesem Thema auf dem Laufenden halten möchte, kann sich an die Arbeitsgruppe Frauen des Deutschen Fundraising Verbandes wenden unter *frauen@fundraisingverband.de*

Spendenziel erreicht?

Um effektiv und wirtschaftlich arbeiten zu können, brauchen gemeinnützige Organisationen über Jahre hinaus finanzielle Sicherheit. Wir bauen auf Basis Ihrer Ziele langfristige Fundraising-Strategien auf, lassen uns an unseren Spenden-Prognosen messen und übernehmen Verantwortung für unsere Arbeit. Sprechen Sie mit uns oder einer Non Profit-Organisation, mit der wir seit vielen Jahren erfolgreich zusammenarbeiten. Gern stellen wir den Kontakt her!

10 Jahre marketwing®

Wir helfen gern!

NOVEMBER

Kompaktseminar: Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
19.11., Köln
www.kompakt.foerder-lotse.de

Der Jahresabschluss gemeinnütziger Einrichtungen: Grundlagen, Besonderheiten, Vorbereitung und Gestaltungsmöglichkeiten
19.11., Freiburg
www.solidaris.de

Basiswissen Stiftung – Rechnungslegung und Prüfung
19.11., Berlin
www.stiftungsakademie.de

11. DIGEV-Praxisseminar Fundraising und Erbrecht
19.11., Mannheim
www.digev-ev.de

Neues Datenschutzgesetz, was nun?
19.11., München
ebw-muenchen.de

Basel Convention on Philanthropy
19. & 20.11., Basel
ceps.unibas.ch

Trend Wirkungsorientierung – Wirkungsorientiertes Investieren – bye bye Fundraising?
20.11., München
www.munichfundraising.school

Professionelle Fördermittelakquise für Organisationen der Sozialwirtschaft
20.11., Köln
www.bfs-service.de

Corporate Governance
20.11., München
www.solidaris.de

Warum Menschen spenden
20.11., Köln
www.fundraisingakademie.de

Aufbaukurs: Fundraising für gemeinnützige Projekte
21.11., Zürich
www.kampagnenforum.ch

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

11. StiftungsIMPACT: Demokratie stiften. Einmischen erlaubt?!
21.11., Berlin
www.esv.info

Forum Stiftungswesen Schweiz
21.11., Zürich
www.stiftungszentrum.ch

Zivilgesellschaft im Dialog 2018: „Wir sind EU!"
21. & 22.11., Wien
gemeinnuetzig.at

AZ fundraising

präsentiert das neue Fundraising-Standardwerk von Professor Michael Urselmann im Rahmen von fünf Events in Ihrer Nähe!

Neueste Entwicklungen im Online- und Offline-Fundraising

Alle Infos dazu unter:
www.online-fundraising-forum.de

Neueste Entwicklungen im Online- und Offline-Fundraising
22.11., Wien
www.az-fundraising.de

Basiswissen Stiftungen: Rechtliche und Steuerliche Besonderheiten
22.11., Köln
www.solidaris.de

Dateneigentum und Datenhandel kompakt: Wem unsere Daten künftig gehören (können)
22.11., Berlin
www.esv.info

12. UPJ-Praxisforum gemeinnütziger Mittlerorganisationen für Corporate Citizenship
22.11., Frankfurt am Main
www.upj.de

Souveränität im Fundraising – 2-tägiges Intensivseminar nur für Frauen
22. & 23.11., München
www.munichfundraising.school

Gemeinnützigkeit und Steuerrecht – Vereine, gGmbH, gemeinnützige Stiftungen und gemeinnützige Körperschaften in öffentlicher Trägerschaft
22. & 23.11., Berlin
www.kbw.de

Videos mit dem Smartphone produzieren – für Non Profits
23.11., Berlin
doo.net

Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln
23.11., Hamburg
www.ebam.de

Neueste Entwicklungen im Online- und Offline-Fundraising
23.11., Köln
www.az-fundraising.de

Kampagnenstrategie
23. & 24.11., Berlin
www.campaigning-academy.com

Von der Einzelaktion zur Gesamtkonzeption: Mit der Bonuszuweisung zu systematischem Fundraising
24.11., Bad Dürrheim
www.ekiba.de

Fortbildung: Angebote für gemeinwohlorientierte Organisationen
26. & 27.11., Leipzig
www.bagfa.de

Fit für die Öffentlichkeit – Schwerpunkt Pressearbeit
27.11., München
www.munichfundraising.school

Agiles Fundraising für Organisationen im Wandel
27.11., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Erbschaftsakquisition und Nachlassabwicklung
27.11., München
www.fundraisingakademie.de

Conference on how to organise original events (for fundraising)
27.11., Brüssel
fundraisersalliancebelgium.be

Symposion „Mitgestalten – Kommunikation, Werte und Verantwortung in herausfordernder Zeit"
27. & 28.11., Weinheim a. d. Bergstraße
www.odenwaldinstitut.de

Fit für die Öffentlichkeit – Schwerpunkt Personal Performance
28.11., München
www.munichfundraising.school

Neueste Entwicklungen im Online- und Offline-Fundraising
29.11., München
www.az-fundraising.de

Think17 Summit
29.11., Bochum
www.think17.org

BWL für Nicht-BWLer: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen und Zusammenhänge erkennen und einsetzen
29. & 30.11., München
www.munichfundraising.school

Fundraising Crashkurs II – Strategisches Fundraising für die nächsten Jahre
30.11., München
www.munichfundraising.school

Big fishes – big challenges – Fundraising mit Unternehmenskooperationen
30.11., München
www.munichfundraising.school

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

Großspenden- und Nachlassfundraising
30.11., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Sponsoringwissen kompakt: Erfolgreich Sponsoren gewinnen
30.11., Berlin
www.ebam.de

Sponsoringwissen kompakt: Erfolgreich Sponsoren gewinnen)
30.11., München
www.ebam.de

DEZEMBER

Fortbildung Stiftungsmanager/-in (FA)
03.12.–14.03., Eisenach
www.fundraisingakademie.de

Steuer-Update für Non-Profit-Organisationen
04.12., Berlin
www.solidaris.de

Modernes Marketing im Sozialbereich – Wie die Digitalisierung unsere Kommunikation verändert
04.12., München
www.munichfundraising.school

Der Weg zu einer starken Fundraising-Marke
04.12., Stuttgart
www.fundraisingakademie.de

Corporate Volunteering Roundtable
04.12., Frankfurt am Main
www.upj.de

Der Jahresabschluss gemeinnütziger Einrichtungen: Grundlagen, Besonderheiten, Vorbereitung und Gestaltungsmöglichkeiten
05.12., Köln
www.solidaris.de

Deutscher Engagementpreis 2018
05.12., Berlin
www.deutscher

Basiskurs Freiwilligenkoordination
05.–07.12., Berlin
www.ehrenamt.de

Veranstaltungsrecht verstehen und anwenden lernen
06.12., Bonn
www.verbaende.com

Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
06.12., Köln
www.endriss.de

Sponsoringwissen kompakt: Erfolgreich Sponsoren gewinnen
06.12., München
www.ebam.de

Fachtagung: Gemeinnützigkeitsrecht 2018 – Aktuelle Entwicklungen und Rechtsfragen des Gemeinnützigkeitsrechts
06. & 07.12., Berlin
www.kbw.de

11. Deutscher Nachhaltigkeitstag
06. & 07.12., Düsseldorf
www.nachhaltigkeitspreis.de

Fundraising für Stiftungen: Erfolgreiche Strategien in schwierigen Zeiten
07.12., München
www.munichfundraising.school

Qualität analysieren. PowerPivot für NPOs. Neue Möglichkeiten an Excel entdecken und clever nutzen
07.12., Mülheim an der Ruhr
www.cloud-und-rueben.org

Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln
07.12., München
www.ebam.de

Printmedien – Die klassische Chance zum Erfolg
07.12., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Die gemeinnützige GmbH
10.12., Frankfurt am Main
www.winheller.com

Einführung in das professionelle Fundraising: Wie Sie Spender und Sponsoren für Ihre gute Sache gewinnen
10.12., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Intensivseminar Stiftungswesen
10.12., Berlin
web.maecenata.eu

Die gemeinnützige GmbH
10.12., Frankfurt am Main
www.endriss.de

Sponsoringwissen kompakt: Erfolgreich Sponsoren gewinnen
10.12., Hamburg
www.ebam.de

Neue Verbindungen schaffen: Unternehmenskooperationen vor Ort initiieren
10.12., Erfurt
www.upj.de

Wie Sie dank Marke Ihre Organisation noch attraktiver machen
11.12., München
www.ibpro.de

Datenschutz in Vereinen, Verbänden, gemeinnützigen Stiftungen und gGmbH – unter Berücksichtigung der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung
11.12., Frankfurt am Main
www.kbw.de

Konferenz: Freiwilliges Engagement im Wandel der Zeit
11.12., Wien
www.fundraising.at

Die gemeinnützige GmbH
12.12., Frankfurt am Main
www.winheller.com

Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
13.12., Stuttgart
www.endriss.de

Direct Mailings erfolgreich gestalten und texten
13.12., Wien
fundraising.at

Das Geld liegt auf der Straße. Einführung ins Fundraising
14.–16.12., Zülpich
www.frauenbildungshaus-zuelpich.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
17.12., Stuttgart
www.winheller.com

JANUAR 2019

Wirkungsvolle Unternehmenskooperationen: Vom Bitten zum Bieten! Corporate Social Responsibility als Chance für NGOs gewinnen
15.01., Kiel
www.fundraisingakademie.de

Fortbildung Referent/-in Online-Fundraising
23.01.–05.07., Siegburg
www.fundraisingakademie.de

Agiles Fundraising für Organisationen im Wandel
24.01., Stuttgart
www.fundraisingakademie.de

Weiterbildung „Großspenden-Fundraiser/in"
24.01.–18.05., Mainz und Erfurt
www.major-giving-institute.org

Münchner Freiwilligen Messe 2019
27.01., München
muenchner-freiwilligen-messe.de

Internationales Verbände-Forum
27.–30.01., St. Moritz
www.vmi.ch

Professional NPO-General Management Program 2019
31.01.–03.12., Wien
npo-academy.com

FEBRUAR 2019

Sponsoringwissen kompakt: Erfolgreich Sponsoren gewinnen
01.02., Berlin
www.ebam.de

Spezialtag „Rechnungslegung in Non-Profit-Organisationen"
04.02., Köln
www.euroforum.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
04.02., Düsseldorf
www.endriss.de

Fundraising für Umwelt und Entwicklung
04. & 05.02., Münster
www.franz-hitze-haus.de

Die
NON-PROFIT-ORGANISATION
4. – 6. Februar 2019, Köln
www.npo-tagung.de
euroforum

Euroforum-Jahrestagung „Die Non-Profit-Organisation 2019"
04.–06.02., Köln
www.euroforum.de

54. Stiftungsmanager / Blocklehrgang Winterakademie
04.–14.02., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Fortbildung „Fundraising-Referent/-in (FA)"
11.02.–23.05., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Stiftungsmanagement – Die Grundlagen
12.02., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Sponsoringwissen kompakt: Erfolgreich Sponsoren gewinnen
15.02., München
www.ebam.de

Jahresforum Stiftungen
19.02., Düsseldorf
www.stiftungsakademie.de

14. Norddeutscher Fundraisingtag
20. & 21.02., Hamburg
fundraising-nord.de

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

FUNDRAISING SYMPOSIUM 2019
Unternehmens-kooperationen
21. UND 22. FEBRUAR 2019
GOETHE-UNIVERSITÄT FRANKFURT AM MAIN
fundraising-symposium.de

Fundraising Symposium 2019: Unternehmenskooperationen
21. & 22.02., Frankfurt am Main
www.fundraising-symposium.de

4. Vereinsrechtstag 2019
22.02., Frankfurt am Main
www.vereinsrechtstag.de

Großspender finden und binden mit Events – happy major donors
22.02., München
www.munichfundraising.school

Weiterbildungskurs: Professionelles Management von Ehrenamtlichen (7 Module)
22.02.–30.11., Nürnberg
hochschul-kooperation-ehrenamt.de

Erbschaftsmarketing – Strategisches Vorgehen für ein erfolgreiches Erbschaftsmarketing
26.02., München
www.munichfundraising.school

German CRM Forum
26. & 27.02., München
www.germancrmforum.de

Fundraising TAGE
MÜNCHEN,
28. FEBRUAR 2019
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Fundraisingtag München
28.02., München
www.fundraisingtage.de

Gute Gesuche stellen
28.02., Basel
ceps.unibas.ch

MÄRZ 2019

55. Stiftungsmanager – Modularer Lehrgang Frühjahr
01.03.–25.05., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
06.03., Frankfurt am Main
www.endriss.de

Zertifikatslehrgang: Finanzen und Controlling für Vereine und NPOs
07.–30.03., Wien
npo-academy.com

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
11.03., Dortmund
www.endriss.de

Mitteldeutscher Fundraisingtag
12.03., Jena
www.fundraisingforum.de

Fundraising „kompakt" Modernes Fundraising in der Praxis
13. & 14.03., Wien
www.npo-academy.com

Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
14.03., Düsseldorf
www.endriss.de

Kooperationen zwischen Unternehmen und NPOs gewinnbringend gestalten
15.03., Wien
www.npo-academy.com

Fundraising Strategy: How to set the path to the future
18.03., Berlin
www.npo-academy.com

Intensiv-Lehrgang Stiftungsmanagement
18.–22.03., Sigriswil
ceps.unibas.ch

European Fundraising Course: unique, comprehensive training for excellence in European fundraising
18.–23.03., Berlin
www.npo-academy.com

Direct Marketing Fundraising: reliable, scalable, measurable – the No.1 way to engage new donors
19.03., Berlin
www.npo-academy.com

Online-Fundraising
20.03., Berlin
www.npo-academy.com

Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern – Mit gelungenen Texten ansprechen und binden
20.03., Wien
www.npo-academy.com

Legacy Fundraising: How to do it right and successfully
21.03., Berlin
www.npo-academy.com

Fundraising TAGE
GELSENKIRCHEN,
21. MÄRZ 2019
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Fundraisingtag NRW
21.03., Gelsenkirchen
www.fundraisingtage.de

Major Fundraising Course: specially designed training for securing major donations from a variety of sources
21.–23.03., Berlin
www.npo-academy.com

Corporate Partnerships: How to build and develop long term, sustainable partnerships
22.03., Berlin
www.npo-academy.com

Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln
22.03., Berlin
www.ebam.de

Individual Major Gifts: strategic, sustainable, effective – the No.1 growth area for fundraising
23.03., Berlin
www.npo-academy.com

Münchner Stiftungsfrühling 2019
23.–29.03., München
www.muenchnerstiftungsfruehling.de

Die gemeinnützige GmbH
25.03., Köln
www.endriss.de

Fachtag „Fundraising im Gesundheitswesen"
25.03., Frankfurt am Main
www.dfrv.de

Fundraising „kompakt" Modernes Fundraising in der Praxis
25. & 26.03., Köln
www.npo-academy.com

Fundraising in Vereinen und NPOs
25.–30.03., Köln
www.npo-academy.com

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

Großspenden-Fundraising
27.03., Köln
www.npo-academy.com

Online-Fundraising
28.03., Köln
www.npo-academy.com

UPJ-Jahrestagung 2019
28.03., Berlin
www.upj.de

Fundraising Crashkurs I – Was Sie schon immer über Fundraising wissen wollten
28.03., München
www.munichfundraising.school

Unternehmenskooperationen für Vereine und NPOs Wie Sie diese gewinnbringend gestalten
29.03., Köln
www.npo-academy.com

Fundraising für Vorstände und Geschäftsführer von NPOs – Was kann ich davon erwarten?
29.03., München
www.munichfundraising.school

Sponsoringwissen kompakt: Erfolgreich Sponsoren gewinnen
29.03., Hamburg
www.ebam.de

6. Basler Stiftungsrechtstag
29.03., Basel
ius.unibas.ch

Training für erfolgreiche(re) Spendenmailings
30.03., Köln
www.npo-academy.com

Marketing in NPO
31.03.–05.04., Sigriswil
www.vmi.ch

APRIL 2019

Online-Fundraising
01.04., Wien
www.npo-academy.com

Medium- und Großspenden-Fundraising
02.04., Wien
www.npo-academy.com

Training für erfolgreiche(re) Spendenmailings
03.04., Wien
www.npo-academy.com

Erbschaftsfundraising für Vereine und NPOs
04.04., Wien
www.npo-academy.com

Verkauf im Fundraising II – Gesprächsführung im Fundraising-Prozess
04.04., München
www.munichfundraising.school

Professional „Sales" Training für Unternehmenskooperationen und Großspenden Wie Sie Entscheidungen Ihrer Partner steuern
05.04., Wien
www.npo-academy.com

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
05.04., Berlin
www.endriss.de

DHV-HRK-Fundraisingsymposium 2019: Gut gestartet – Was jetzt?
08.04., Berlin
www.hochschulverband.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
08.04., München
www.endriss.de

Nonprofit Governance & Leadership
08.04.–06.06., Sigriswil bzw. Basel
ceps.unibas.ch

Förderermagazine als Spenderbindungsmittel
09.04., Berlin
www.npo-academy.com

Fundraising TAGE
STUTTGART (FILDERSTADT),
9. APRIL 2019
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Fundraisingtag Stuttgart
09.04., Filderstadt
www.fundraisingtage.de

Storytelling: Wie aus Fakten erlebbare Geschichten werden, die begeistern und unterhalten
10.04., Berlin
www.npo-academy.com

Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
11.04., Frankfurt am Main
www.endriss.de

Großspender-Fundraising – Immer auf der Suche nach den reichen Förderern
11.04., München
www.munichfundraising.school

Großspender-Fundraising – Immer auf der Suche nach den reichen Förderern
12.04., München
www.munichfundraising.school

Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln
26.04., Hamburg
www.ebam.de

Fundraisingtage 2019

Bekanntlich lernt man nie aus. Und Freundschaften soll man pflegen. Was so allgemeine Gültigkeit besitzt, sind im Konkreten zwei besondere Argumente für einen Besuch der Fundraisingtage des Fundraiser-Magazins im kommenden Jahr. München und Gelsenkirchen eröffnen wieder den Reigen im Februar und März, gefolgt von Stuttgart im April. Für Dresden und Potsdam liegen die Termine im September. Nach dem kleinen Ausflug in die Alte Börse Marzahn in Berlin geht der Fundraisingtag Berlin-Brandenburg 2019 wieder zurück nach Potsdam und findet dort an der Fachhochschule statt. Wie immer erwartet die Teilnehmer geballtes Wissen von Fundraising-Experten unterschiedlicher Bereiche. Und das Veranstaltungsteam bastelt auch immer mal wieder an Neuerungen. Lassen Sie sich überraschen!

Fundraisingtag München am 28. Februar, Fundraisingtag NRW am 21. März in Gelsenkirchen, Fundraisingtag Stuttgart am 9. April in Filderstadt, Sächsischer Fundraisingtag am 5. September in Dresden, Fundraisingtag Berlin-Brandenburg am 19. September in Potsdam.
▶ www.fundraisingtage.de

Beständiger Wandel

Die UPJ-Jahrestagung schaut auf Veränderungen im CSR

Wie kann Corporate Social Responsibility in der heutigen Zeit, die geprägt ist durch die Globalisierung und den damit verbundenen gesellschaftlichen Verwerfungen, angesichts des Klimawandels und der Digitalisierung ein Kompass und Handlungsansatz sein? Wie können Unternehmen, jedes für sich, in Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen, mit der Zivilgesellschaft, Politik und Verwaltung diesen Wandel konkret mitgestalten und damit zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen? Und wie können sich Unternehmen angesichts von Protektionismus und Populismus im öffentlichen Diskurs und mit praktischen Maßnahmen für eine weltoffene und vielfältige Gesellschaft positionieren und einsetzen? Diesen Fragen geht die UPJ-Jahrestagung im März 2019 in Vorträgen und Sessions nach. Themen sind unter anderem digitale Lösungen für nachhaltige Entwicklung, nachhaltige Stadtentwicklung und Unternehmen in der nachhaltigen Transformation.

UPJ-Jahrestagung am 28. März 2019 in Berlin
▶ www.upj.de

Digital engagiert

Der Österreichische Fundraising Verband organisiert gemeinsam mit dem Sozialministerium erneut eine Konferenz zum Thema freiwilliges Engagement. Insbesondere die Nutzung digitaler Medien für das Freiwilligenmanagement stehen dieses Mal im Fokus der Veranstaltung. Vormittags gibt es Keynotes mit Experten aus dem In- und Ausland. Am Nachmittag besteht die Möglichkeit zum Besuch zweier Workshops. Da die Teilnahme kostenlos ist, ist eine vorherige Anmeldung unbedingt notwendig. Das genaue Programm stand zu Redaktionsschluss moch nicht fest.

Konferenz: Freiwilliges Engagement im Wandel der Zeit am 11. Dezember 2018 in Wien
▶ www.fundraising.at

Engagiere dich!

Anlässlich der 13. „Münchner FreiwilligenMesse“ zeigen ganze 80 Aussteller, wie man sich als Münchner durch freiwilliges Engagement gewinnbringend und sinnstiftend einbringen kann. Die diesjährige Messe hat sich das Motto „Für unsere Umwelt und die Lebensqualität in unserer Stadt“ auf die Fahnen geschrieben. In den letzten Jahren zog die Messe bis zu 6000 Besucher an, die unter anderem durch Filme und kurzweilige Präsentationen erfahren durften, wie sie selbst zur überdurchschnittlich hohen Lebensqualität in der Stadt beitragen können.

13. „Münchner FreiwilligenMesse“ am 27. Januar
▶ www.muenchner-freiwilligen-messe.de

Im Verband

Seit mittlerweile mehr als 30 Jahren veranstaltet das Verbandsmanagement Institut der Schweiz das Internationale Verbände-Forum. Auch im Januar 2019 wird es wieder für Manager und Führungskräfte von NGOs die Gelegenheit zum Austausch geben. Auf dem Programm stehen unter anderem Aspekte unternehmerischer Orientierung in Sozialunternehmen, das Thema Stiftungsfusion und die Frage nach dem Für und Wider von Konkurrenz und Kooperation.

Internationales Verbände-Forum
vom 27.–30. Januar 2019 in St. Moritz
▶ www.vmi.ch

Für Neulinge

Dreitägiger Einführungskurs in das Fundraising

Die Beschaffung von Mitteln ist eine wichtige Grundlage für die Arbeit aller Spenden sammelnden Organisationen. Doch wie funktioniert das? Wie kann man Menschen motivieren, ein Projekt zu unterstützen? Und wo findet man diese Menschen? Das Seminar unter der Leitung von Stephanie Neumann zeigt, welche Wege möglich sind. An konkreten Projekten der Teilnehmer wird erarbeitet, wie strategisches Fundraising funktioniert. Wichtig ist, an die eigene Sache zu glauben. Das Seminar vermittelt unter anderem einen Überblick über den deutschen Spendenmarkt und macht mit den wichtigsten Fundraising-Instrumenten vertraut.

Das Geld liegt auf der Straße. Einführung ins Fundraising vom 14.–16. Dezember in Zülpich
▶ www.frauenbildungshaus-zuelpich.de

Für Profis in NGOs

Die Euroforum-Jahrestagung bietet einen Spezialtag extra

Bevor Anfang Februar die nächste Euroforum-Jahrestagung „Die Non-Profit-Organisation 2019“ startet, können alle Interessierten am Vortag ein zusätzliches Seminar buchen. Der Spezialtag „Rechnungslegung in Non-Profit-Organisationen“ geht von Mittelverwendung bis Rücklagenbildung auf die aktuellen Vorschriften im Bereich der Rechnungslegung ein. Der darauf folgende erste Konferenztag bringt Vorträge, Diskussionen und Workshops unter anderem zu den Themenbereichen Rechtsprechung im Gemeinnützigkeitsrecht und NPOs im Fokus der Betriebsprüfung. Am zweiten Konferenztag bekommen die Teilnehmer ein Update in Sachen Arbeitsrecht und erfahren die neuesten Entwicklungen bei der Umsatzbesteuerung gemeinnütziger Organisationen. Bei der Buchung von Konferenz und Spezialtag gibt es einen Rabatt.

Spezialtag „Rechnungslegung in Non-Profit-Organisationen“ am 4. Februar 2019, 14. Euroforum-Jahrestagung am 5. und 6. Februar 2019 in Köln
▶ www.euroforum.de/npo-tagung

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

Videos für NGOs

Fundraising-Tagung für Umwelt und Entwicklung

Auch die kommende Ausgabe der Fundraising-Tagung im Franz-Hitze-Haus in Münster steht unter dem Schwerpunkt Institutional Readiness. Details im Programm widmen sich den Themen „Fundraisingvideos für kein Geld in einer Stunde", Crowdfunding und den grundlegenden Voraussetzungen für erfolgreiches Fundraising. Angesprochen werden damit sowohl Anfänger als auch Fortgeschrittene im Fundraising-Bereich umwelt- und entwicklungspolitischer Organisationen. Die zweitägige Tagung kann ist auch für nur einen Tag buchbar.

Fundraising-Tagung für Umwelt und Entwicklung am 4. und 5. Februar 2019 in Münster
▶ www.franz-hitze-haus.de

Fundraisingpreis in Jena

Der Mitteldeutsche Fundraisingtag bringt Neuerungen

Mutige, kreative und nachahmenswerte Fundraisingaktivitäten in der Mitte des Landes sollen mit dem Mitteldeutschen Fundraisingpreis gewürdigt werden. Dazu gibt es ein neues Konzept: Zukünftig wird es drei Preisträger geben. Der erste Preis ist mit 1000 Euro dotiert, der zweite Preisträger erhält 500 Euro, der dritte 300 Euro. Aus den Bewerbungen werden drei Projekte ausgewählt, die sich beim Fundraisingtag vorstellen. Die Entscheidung, welches Projekt welchen Preis erhält, treffen die Teilnehmer des Fundraisingtags. Formlose Bewerbungen können noch bis zum 1. Januar 2019 eingereicht werden. Neben einer Vielzahl an Workshops am Vormittag werden am Nachmittag Einzelberatungen und zwei Fachforen angeboten.

Mitteldeutscher Fundraisingtag am 12. März 2019 in Jena
▶ www.mitteldeutscher-fundraisingtag.de

Kurzgefasst …

Vereinsrechtstag 2019

Der 4. Vereinsrechtstag findet 2019 wieder in Frankfurt statt, dieses Mal am 22. Februar. Zahlreiche Referenten und Gäste aus Politik, Forschung und Wirtschaft werden sich zu aktuellen Entwicklungen im Vereinsrecht austauschen. Sponsor sind auch dieses Mal die Rechtsanwälte und Steuerberater Winheller. Die Veranstalter rechnen erneut mit mehr als 150 Gästen.

▶ www.vereinsrechtstag.de

Corporate Volunteering Roundtable

Neuer Name, vertrautes Format: Das UPJ-Netzwerk bietet die Plattform zum Austausch gelungener CV-Formate und -Beispiele abwechselnd in Frankfurt und Berlin an. Der nächste Termin ist der 4. Dezember in Berlin. Im Mittelpunkt stehen dieses Mal Programme, die aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen auf ganz unterschiedliche Art und Weise adressieren.

▶ www.upj.de

Management von Ehrenamtlichen

Bis 15. Dezember können noch Plätze für die Fortbildung „Professionelles Management von Ehrenamtlichen" in Nürnberg gebucht werden. Sieben Module ziehen sich über das gesamte Jahr 2019; Beginn ist Ende Februar. Die Teilnehmer sollten bereits Erfahrungen mit Ehrenamtlichen gesammelt haben. Veranstalter ist die Hochschule Nürnberg.

▶ www.hochschul-kooperation-ehrenamt.de

Zertifizierungslehrgang Stiftungsmanager

Mitarbeiter von Stiftungen, aber auch potenzielle Stifter und Quereinsteiger können von März bis Mai 2019 an zehn Tagen plus anschließender Prüfung in Berlin umfassendes Grundlagenwissen als Stiftungsmanager erlangen. Neben Managementthemen werden Inhalte zu Stiftungs- und Steuerrecht, Vermögensanlage und Rechnungslegung vermittelt.

▶ www.stiftungsakademie.de

Sponsoringwissen kompakt

Was ist Sponsoring eigentlich? Wie sieht ein erfolgreicher Sponsoring-Vertrag aus? Wie erstelle ich ein sinnvolles Sponsoring-Konzept? Wie gehe ich bei der Sponsoren-Suche vor? Diese Fragen beantwortet der Kompaktkurs der ebam Business Akademie am 15. Februar 2019 in München. Funktionsweise, Arten und Ziele des Sponsorings – alles auf einen Blick.

▶ www.ebam.de

Fundraising TAGE

TAGUNGEN
ZUR FINANZIERUNG GEMEINNÜTZIGER ARBEIT

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

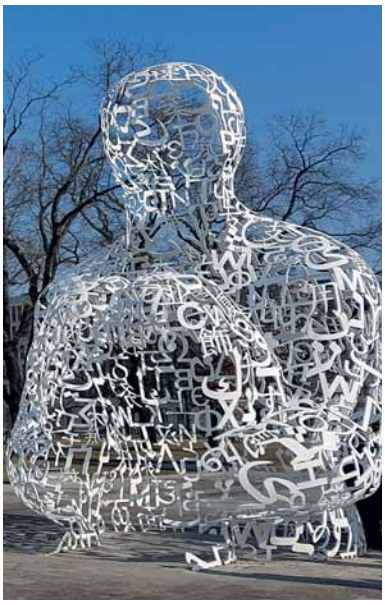
Sponsoren und Aussteller kommen direkt mit interessierten Vertretern der NGOs ins Gespräch. Nutzen auch Sie diese Gelegenheit!

MÜNCHEN · DONNERSTAG, 28. FEBRUAR 2019
GELSENKIRCHEN · DONNERSTAG, 21. MÄRZ 2019
STUTTGART · DIENSTAG, 9. APRIL 2019
DRESDEN · DONNERSTAG, 5. SEPTEMBER 2019
POTSDAM · DONNERSTAG, 19. SEPTEMBER 2019

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

EINE VERANSTALTUNGSREIHE DES
Fundraiser magazin

Fundraising Symposium



Es soll ja noch immer Fundraiser geben, denen das Konzept von Unternehmenskooperationen ein Dorn im Auge ist. Schließlich sollen der Profit- und der Non-Profit-Bereich sauber voneinander getrennt bleiben. Dem muss aber ganz und gar nicht so sein. Deshalb widmet sich das Fundraising Symposium 2019 an der Goethe-Universität in Frankfurt dem Thema Unternehmenskooperationen. „Auch dieses Mal werden wir handverlesene Experten aus der Schweiz, Österreich und Deutschland einladen. Damit können wir garantieren, dass sich die Teilnehmer auf hohem Niveau zu allen einzelnen Aspekten des Themas austauschen können", so Veranstalter Matthias Daberstiel. Wer dazu eingeladen werden möchte, kann sich bereits jetzt registrieren.

Fundraising Symposium 2019 am 21. und 22. Februar 2019 in Frankfurt am Main
▶ www.fundraising-symposium.de

Der Norden ruft

Der Norddeutsche Fundraisingtag bietet ein Speed-Dating

Unter dem Motto „Gutes tun und darüber reden" geht es im Februar in Hamburg um die Weiterentwicklung der Kommunikationsmöglichkeiten zwischen den gemeinnützigen Organisationen und ihren Unterstützern und Spendern. Der Anteil der Unterstützer und Spender wächst, die sich nicht nur finanziell für eine Weiterentwicklung des gesellschaftlichen und kulturellen Zusammenlebens engagieren, sondern auch die inhaltlichen Anliegen von sozialen und kulturellen Organisationen wirkungsvoll unterstützen möchten. In dieser Situation will die Fachtagung Mut machen, die sich weiterentwickelnden Kommunikationsmöglichkeiten zu nutzen und auf unterschiedlichen Kanälen in einen direkten und lebendigen Austausch mit Förderern und Spendern zu kommen. Neu im Programm ist ein Speed-Dating, in dem kurze Beratungsgespräche und Diskussionen mit Experten angeboten werden. Ausführliche Informationen zum Programm sind ab Mitte Dezember online zu finden.

14. Norddeutscher Fundraisingtag am 21. und 22. Februar 2019 in Hamburg
▶ www.norddeutscher-fundraisingtag.de

Gute Gesuche

Hintergrundwissen für das sachgerechte und effiziente Verfassen von Gesuchen an öffentliche und private Förderstellen: Das ist der Inhalt zweier Seminare im Februar in Basel, die nach Förderbereichen getrennt sind. Zielgruppen sind zum einen Tätige im Förderbereich Soziales und zum anderen im Förderbereich Kultur. Wie und was fördern Stiftungen? Wie identifiziere ich die richtige Stiftung für mein Vorhaben? Beide Seminare sind für Einsteiger geeignet.

Gute Gesuche stellen: Seminar für den Förderbereich Kultur am 26. Februar, Seminar für den Förderbereich Soziales am 28. Februar in Basel
▶ www.ceps.unibas.ch/de/weiterbildung/tagesseminare

Online-Fundraising

Die Fundraisingakademie startet im Januar ihren nächsten neuntägigen Fortbildungskurs zum/zur Referent/-in Online-Fundraising. In drei Modulen (Januar, Juni, Juli) lernen die Teilnehmer unter der Studienleitung von Maik Meid die Aktualität und Bedeutung des Online-Fundraisings in allen Facetten kennen. Ergänzend zu den Präsenzphasen werden zwischenzeitlich Webinare unter anderem zu Crowdfunding und Campaigning angeboten.

Referent/-in Online-Fundraising (FA) vom 23. Januar bis 5. Juli 2019 in Siegburg
▶ www.fundraisingakademie.de

NPO-Management

Ganze 16 Seminare an insgesamt 21 Tagen umfasst der erste in Österreich angebotene zertifizierte NPO-General-Management-Lehrgang der NPO-Akademie. Er richtet sich an Universitäts-/Fachhochschulabsolventen sowie an Führungskräfte und Experten aus NPOs. Neben den inhaltlichen Schwerpunkten wie Steuer- und Vereinsrecht oder Marketing bietet sich für die Teilnehmer viel Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch und zur Vernetzung.

Professional NPO-General Management Program 2019 vom 31. Januar bis 3. Dezember 2019 in Wien
▶ www.npo-academy.com

5. Online Fundraising Forum 2019

VIDEO-MARKETING

ONLINE-KAMPAGNEN

STORY-TELLING

SAVE THE DATE

Zum fünften Mal in Folge findet in 2019 das Online-Event des Jahres für Organisationen und Stiftungen statt. Das Online Fundraising Forum bietet in Berlin und Köln je einen Tag voller lebendiger, innovativer und trendiger Kampagnen, Trends und Praxistipps für Ihr Online-Marketing. Sie erleben echte Online-Kampagnen und die Learnings daraus, präsentiert von Speakern aus Organisationen und Online-Experten. Sie hören Experten zu Online-Trends wie Video-Marketing, neueste Webanalysen und was einen Webrelaunch erfolgreich macht. Und natürlich noch vieles mehr. Die Plätze sind in beiden Städten limitiert, also am besten jetzt anmelden.

Anmeldung ab sofort unter www.online-fundraising-forum.de

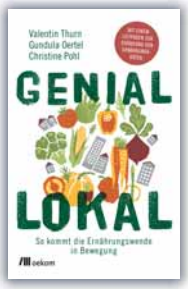
26.03.2019
Startplatz | Köln

28.03.2019
Neue Mälzerei | Berlin

Das Forum ist kostenlos für Teilnehmer aus Organisationen und Stiftungen.

AZ fundraising

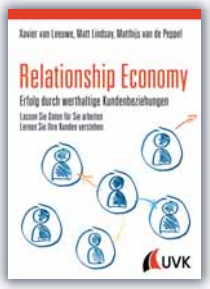
Besser essen



Will man den Autoren dieses Buches Glauben schenken, ist unser Ernährungssystem, also die Struktur unserer Lebensmittelproduktion, äußerst krisenanfällig. Natürlich ist damit unter anderem das Phänomen „Erdbeeren im Januar“ gemeint. Es reicht aber eben nicht, (globalen) Auswüchsen dieses Systems mit einer Verweigerungshaltung zu begegnen, also, um im Bild zu bleiben, im Januar einfach keine Erdbeeren zu kaufen. Einen grundlegenden Ansatz macht bereits der Titel „Genial lokal“ deutlich. Die Globalisierung der Märkte ist ja eben nur einer der Aspekte im Gefüge. Nachhaltigkeit und Gerechtigkeit spielen ebenso mit hinein. Die Autoren fordern nichts Geringeres als eine Ernährungswende, geführt von sogenannten Ernährungsräten. Vereinzelt sind diese, auch Food Policy Councils genannt, weltweit zu finden. Anhand einiger „Leuchttürme“ erfährt der Leser auch, wie ein anderes System tatsächlich aussehen kann.

Valentin Thurn, Gundula Oertel, Christine Pohl. Genial lokal. So kommt die Ernährungswende in Bewegung. oekom Verlag. 2018. 288 Seiten. ISBN: 978-3-96238-055-7. [D] 20,00 €, [A] 20,60 €, CHF 27,95.

Daten und Gefühl



Kennen Sie tatsächlich Ihre Zielgruppe? Erscheint es Ihnen einfach als „logisch“, welche Spendergruppe die für Sie beste ist? Das kann ein Ansatz sein. Mehr Erfolg ist aber durch quantitative und qualitative Analyse Ihrer Daten möglich. Tatsächlich wendet sich das Buch explizit (auch) an Vorstandsmitglieder von Vereinen, Stiftungen und NGOs. Werthaltige Kunden- oder Spenderbeziehungen sind auch in diesem Bereich von großer Bedeutung. Der Begriff Big Data soll dabei weder als Heilsbotschaft noch als Furcht einflößende Größe gelten. Die Analyse der eigenen Daten dient vielmehr als Basis für den Aufbau langfristiger Bindungen. Das betrifft schlussendlich alle, auch den Kollegen aus dem Nachbarbüro, der augenscheinlich an einem ganz anderen Projekt arbeitet. Silodenken war gestern. Für solche Prozesse gibt das Buch die nötigen Werkzeuge an die Hand und unterlegt sie mit konkreten Fallbeispielen.

Xavier van Leeuwe, Matt Lindsay, Matthijs van de Peppel (Hrsg.). Relationship Economy. Erfolg durch werthaltige Beziehungen. Verlag UVK. 2018. 220 Seiten. ISBN: 978-3-86764-844-8. [D] 29,99 €, [A] 30,90 €, CHF 41,95.

Ein Klassiker

Das Buch „Fundraising“ von Michael Urselmann ist ein Klassiker. Aus einer Studie über die Strategien erfolgreicher Non-Profit-Organisationen ist heute ein Kompendium an Wissen über strategisches und systematisches Fundraising-Management geworden. Die 7. Auflage ist nochmals deutlich gewachsen, um dem aktuellen Stand des professionellen Fundraisings gerecht zu werden.

Etwas auf der Strecke bleibt leider die kritische Auseinandersetzung mit der seit 20 Jahren vertretenen Theorie. So wird zum Beispiel von Praktikern im Großspenden- und Testamentsspenden-Bereich die Tauglichkeit des Modells der Spendenpyramide für das Beziehungsmanagement mit Spendern schon länger in Zweifel gezogen. Hier bleibt Urselmann lieber bei Bewährtem. Seine Analyse von Senderzielgruppen ist da deutlich zukunftsorientierter.

Bei seinen praktischen Empfehlungen fällt auf, dass er die Erfahrungen großer Organisationen recht sorglos auf kleinere Vereine überträgt. Beispielsweise rät er solchen NGOs zum Outsourcing von Fundraising-Datenbanken und zum dzi-Spendensiegel auf Websites, was eher schwierig ist. Aber die Masse an praktischem Know-how in diesem Buch ist schon sehr überzeugend. Auch dass er über Fehler berichtet, ist für den Leser spannend und lehrreich.

Urselmann bildet mit diesem Buch den Stand des professionellen Fundraisings kenntnisreich, strukturiert, detailliert und aktuell ab. Es wird aber auch deutlich, dass die Komplexität des Themas zunimmt und dass es kaum mehr möglich ist, ein einheitliches System für alle Non-Profit-Organisationen zu empfehlen. Dafür sind sie zu verschieden.

Matthias Daberstiel

Michael Urselmann. Fundraising. Springer Gabler. 2018. 612 Seiten. ISBN: 978-3-658-20-330-6 [D] 54,99 €, [A] 56,60 €, CHF 76,90.

Follow me!

Schneller geht der Einstieg in das Thema Influencer Marketing wohl kaum. Dieser Überblick ist gut strukturiert und bietet alles, was man erwarten kann: weiterführende Lektürehinweise, ergänzendes Material online, ein Stichwortregister und an der richtigen Stelle in den Text eingestreute Begriffsdefinitionen. Dieser schmale Band vermittelt aber nicht nur das nötige „How to“, sondern setzt sich tatsächlich mit seinem Thema kritisch auseinander, rechtliche Rahmenbedingungen inklusive. Natürlich fehlen auch praktische Beispiele nicht.

Christof Seeger, Julia F. Kost (Hrsg.). Influencer Marketing. Grundlagen, Strategie und Management. Verlag utb. 2018. 180 Seiten. ISBN: 978-3-82525-076-8. [D] 19,99 €, [A] 20,60 €, CHF 27,95.

Verein einfach

Wie viele Vereine wohl schon an der Komplexität struktureller Anforderungen gescheitert sind? Als „Straßenkarte“ für die Vereinsgründung liegt jetzt ein Band aus der „... für Dummies“-Reihe vor. Und wer die Reihe kennt, weiß, dass die jeweilige Thematik tatsächlich leicht goutierbar aufbereitet ist. Gemeinnützigkeit, Stolpersteine in der Vereinsarbeit und sogar Dinge, die man explizit nicht (unbedingt) lesen muss: Da steht jede Menge Nützliches drin.

Werner G. Elb. Vereine gründen und führen für dummies. Wiley Verlag. 2018. 300 Seiten. ISBN: 978-3-52771-463-6. [D] 16,99 €, [A] 18,99 €, CHF 23,75.

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

Hohle Demokratie

Zählen Sie sich zu den gebildeten Gesellschaftsschichten? Dann wird Ihnen dieses Buch vielleicht nicht gefallen. Rainer Mausfeld, Professor an der Universität Kiel, hatte bis zu seiner Emeritierung den Lehrstuhl für Wahrnehmungs- und Kognitionsforschung inne. In seinem Buch zeichnet er das Bild einer Demokratie, die so schon längst keine mehr ist. Demokratie als auch Freiheit sieht er als mittlerweile „entleert, verfälscht, missbraucht". Er schreibt auch ganz korrekt, dass sich vieles in diesem Buch „nur schwer mit unseren persönlichen gesellschaftlichen Erfahrungen in Einklang bringen lässt".

Durch wen aber ist die Demokratie so ausgehöhlt worden? Durch uns alle. Im Prinzip. Aber eben nicht ganz. Es gibt kein alle einschließendes „Wir", in keiner Gesellschaft. Anders gesagt: Jeder steht in einer anderen Position, von der aus er die Welt einordnet und bewertet. Demokratie ermöglicht an dieser Stelle den freien Austausch dieser Positionen, wenngleich damit erst mal noch kein Interessenausgleich einhergeht. Stattdessen sieht der Autor hier vielmehr eine Elitendemokratie am Werk, deren Vertreter Risikominimierung zum Zweck allgemeiner Stabilitätssicherung betreiben.

Was genau soll das bedeuten? Mausfeld führt durch unsere an Komplexität täglich gewinnende Gesellschaft, deren rapide fortschreitende Differenzierung partikuläre Interessenvertretung verwischt und einfach über die Tischkante kippen lässt. Das ist so grundlegend wie kompliziert. Damit legt er ein Buch vor, dass nicht einfach zu lesen ist, aber einfach von jedem gelesen werden sollte.

Rico Stehfest

Rainer Mausfeld. Warum schweigen die Lämmer? Wie Elitendemokratie und Neoliberalismus unsere Gesellschaft und unsere Lebensgrundlagen zerstören. Westend Verlag. 2018. 304 Seiten. ISBN: 978-3-86489-225-7. [D] 24,00 €, [A] 24,70 €, CHF 33,55.

Keine Zeit!

Wenn wir meinen, keine Zeit zu haben, liegt das mitunter nicht nur an unserem individuellen Zeitmanagement, sondern auch an unserer subjektiven Wahrnehmung. Egal, ob privat oder im Berufsleben, keine oder zu wenig Zeit zu haben, ist etwas Negatives. Wer daran arbeitet, verfällt nicht zwangsläufig einem Optimierungswahn. Es geht nicht darum, in weniger Zeit „mehr" zu leisten. Vielmehr spielt es eine Rolle, wie wohl wir uns schlussendlich fühlen. Und dafür hat dieses Buch eine ganze Reihe an wertvollen Tipps parat. Es ist nämlich möglich, Zeitverschwender loszuwerden.

Sven Sebastian, Albert Lichtenthal. 4moreTime. Sie haben mehr Zeit, als Sie denken! Haufe Verlag. 2018. 302 Seiten. ISBN: 978-3-64808-651-3. [D] 19,95 €, [A] 20,60 €, CHF 27,90.

Gemeinsam

Die Nachbarschafts-Plattform nebenan.de hat einen Ratgeber vorgelegt, der eine Offline-Ergänzung zur Vernetzung online darstellt. Das Buch soll in erster Linie Mut machen, auf die eigenen Nachbarn zuzugehen, sich kennenzulernen und Vorurteile abzubauen. Man kann sich seine Nachbarn nicht aussuchen. Aber man kann sich aussuchen, wie man mit ihnen umgeht. Möglicherweise wirkt die Idee, bei Fremden mit einem selbst gebackenen Kuchen zu klingeln, auf manche absurd. Aber ein freundliches Miteinander ist keine Utopie, und das Gegenteil wäre ein Ohneeinander.

Ina Brunk, Michael Vollmann. Ziemlich beste Nachbarn. Der Ratgeber für ein neues Miteinander. oekom Verlag. 2018. 176 Seiten. ISBN: 978-3-96238-051-9. [D] 17,00 €, [A] 17,50 €, CHF 23,75.

Arm, nicht sexy

„Armutsdefinitionen und Armutsmessungen sind immer abhängig von den Gerechtigkeits- und Gleichheitsvorstellungen in einer Gesellschaft." Mit diesem zentralen Satz aus der Einleitung zu ihrem „Handbuch Armut" implizieren die Autoren bereits eine Vielzahl ausschlaggebender Punkte. Armut ist zum einen subjektiv, zum anderen aber eben auch tatsächlich messbar. Hier wiederum, wie das Zitat verdeutlicht, gibt es keine alle Gesellschaften oder nicht mal mehrere Staaten übergreifende Skalierungsmöglichkeiten. Arm ist jeder innerhalb eines Gefüges. Zur Feststellung von Armut bedarf es eines Vergleiches mit anderen. Genau da kommen die Vorstellungen von Gerechtigkeit und Gleichheit ins Spiel. Sollten wir alle „gleich reich" sein? Ist das eventuell ein Ideal, Armut in einer zwischen Einzelnen ausgeglichenen Verteilung als gerecht zu betrachten?

Die Vielzahl der Autoren betrachtet Armut in unterschiedlichen Zusammenhängen wie Jugend, Bildung, Migration oder Gender. Angesichts der Zunahme prekärer Beschäftigungsverhältnisse widmet sich ein Beitrag auch der Armut von Erwerbstätigen.

Auf diese Gemengelage wirft die Zivilgesellschaft ihren ganz eigenen Blick. Innerhalb ihrer eigenen Organisationsstruktur selbst gibt es aber ebenso, oder gerade dort, Reibungsflächen, beispielsweise beim Aufeinandertreffen von Hauptamtlichen mit Ehrenamtlern. Wer engagiert sich dort mit welchen Mitteln gegen Armut, und wie wird mit der Gefahr von Stigmatierung umgegangen? Auch diesem Aspekt widmet sich der Band.

Rico Stehfest

Petra Böhnke, Jörg Dittmann, Jan Goebel (Hrsg.). Handbuch Armut. Verlag utb. 2018. 350 Seiten. ISBN: 978-3-82524-957-1. [D] 29,99 €, [A] 30,90, CHF 41,95.

Kampagnen

„Wir müssen da mal was machen!“ NGOs, Vereine und ähnliche Organisationen, die sich für ein größeres gesellschaftliches Ziel einsetzen, wollen etwas bewegen und dabei in ihrer Arbeit und ihren Erfolgen wahrgenommen werden. Gleichwohl, wie sich die Inhalte im Konkreten gestalten, sind mit Herzblut und Motivation durchgeführte Aktionen aber nicht automatisch erfolgreich und öffentlichkeitswirksam. Die Stiftung Mitarbeit hat deshalb gemeinsam mit der Bewegungsstiftung einen Ratgeber für Kampagnenführung entwickelt.

Dabei stehen natürlich nicht allein organisatorische und finanzielle Planungsaspekte im Vordergrund. Der Ratgeber widmet sich genauso den Punkten Freiwilligenkoordination, Pressearbeit oder eventuellen Gegenkampagnen. Vorgestellt werden ebenso konkrete Aktionsformen (Flashmob, Puppentheater, Installationen, etc.), die beispielhaft aufzeigen, wie kreativ Protest (und Protest ist in der Regel der Kern einer jeden Aktion) aussehen kann. Wenn dieser Protest gelingt, macht er auch noch glücklich.

Stiftung Mitarbeit und Bewegungsstiftung (Hrsg.). Engagement in Aktion. Ratgeber für wirkungsvolle Kampagnenführung. 2018. 149 Seiten.
ISBN: 978-3-94114-334-0.
Der Ratgeber ist zum Preis von 18 Euro direkt über die Stiftung Mitarbeit erhältlich.

Ich, ich, ich!

Wenn jeder an sich denkt, ist für alle gesorgt. Diesem scheinbar ironischen Spruch liegt eigentlich eine ungesunde Portion Sarkasmus zugrunde. In erster Linie Selbstverwirklichung ist durchaus eine in Großbuchstaben formulierte, weitverbreitete Maxime unserer Zeit. Unser Empathievermögen verkümmert, weil unser Empathiewille schwindet. Nehmen wir uns tatsächlich so wichtig?

Die Autorin Heike Leitschuh sieht Solidarität allgemein auf dem Rückzug. Zu diesem Schluss kommt sie nach einem Streifzug durch die Gesellschaft, nach der Sammlung eigener Eindrücke und nach einer Vielzahl mit Gesprächen unterschiedlicher Menschen. Das bedeutet auch, dass sie nicht mit harten Zahlen und unwiderlegbaren Fakten ins Feld zieht. Vielmehr betont sie auch die grundlegende Subjektivität und beobachtet sich selbst in ihrem Reflexionsprozess. Erfreulicherweise wird Leitschuh dabei nicht tendenziös. Es geht ihr nicht um Schuldzuschreibungen. Es sind nicht ausschließlich „die anderen“, die der Kritik bedürfen. Somit liefert sie einen Denkanstoß, das eigene Verhalten im Alltag zu hinterfragen.

Heike Leitschuh. Ich zuerst! Eine Gesellschaft auf dem Ego-Trip. Westend Verlag. 2018. 256 Seiten.
ISBN: 978-3-86489-228-8.
[D] 19,00 €, [A] 19,50 €, CHF 26,55.

Der Utopist

Vom Banker zum Mönch. Max Luger ist diesen Weg gegangen und hat bereits 2013 seine ganz eigene Institution vor dem Schloss Mirabell in Salzburg etabliert. Mit seinem Projekt „Fairshar€“ sammelt er eifrig Spenden und verteilt dieses Geld an Bedürftige der Stadt. Aktuell hat er die Erlaubnis dafür noch bis Ende August 2019.

Wer ist dieser Mann? Was geht in einem solchen Menschen vor? Fast von Anfang an hat ihn der Autor Stefan Selke begleitet. In seinem Buch zeigt er die Herausforderungen auf, denen sich Max Luger täglich freiwillig stellt, denn selbstverständlich wirft er das erhaltene Geld nicht zum Fenster raus, sondern verteilt es nach System. Das bedeutet eben, dass nicht jeder eine finanzielle Hilfe von ihm erhalten kann und folglich leer ausgeht.

Selke nimmt sich selbst mit Einordnungen des Projektes insofern zurück, als dass er über das gesamte Buch viele Menschen in Zitaten zu Wort kommen lässt und auch einige Dialoge wiedergibt. Das dadurch entstehende Bild zeigt die Komplexität von Hilfe als Geste.

Stefan Selke. Der Geldverteiler vom Mirabellplatz. Eine soziale Utopie. Tectum Verlag. 2018. 228 Seiten.
ISBN: 978-3-82884-169-7.
[D] 21,95 €, [A] 22,60 €, CHF 30,70.

Zugang zu über 700 Förderquellen

Fördermittelführer 2019/2020

Die wichtigsten Finanzierungsmöglichkeiten für gemeinnützige Organisationen aus den Bereichen Bildung, Soziales, Umwelt, Kultur, bürgerschaftliches Engagement, Entwicklungspartnerschaften und internationale Zusammenarbeit

Förderlotse Torsten Schmotz

Versandkostenfrei direkt beim Verlag bestellen:
www.foerdermittelfuehrer.de
Tel: 09874-322 516
E-Mail: shop@foerder-lotse.de
Oder im Buchhandel: ISBN 978-3-9814394-8-9

Subskriptionspreis für Bestellungen bis zum 1.11.2018: 58,– statt 68,– Euro
www.foerdermittelfuehrer.de

Fragebogen: Jeannette Gusko ist vom

Das Internet hat grundlegend verändert, wie Menschen kommunizieren und sich vernetzen. Warum sollte das nicht auch für gesellschaftliches Engagement und die Art und Weise, wie wir geben, möglich sein?

Diese Frage beschäftigt Jeannette Gusko seit Jahren: zunächst bei der führenden Campaigning-Plattform *Change.org*, seit 2017 bei der weltweit größten Online-Spendenplattform *GoFundMe*. Hier kümmert sie sich um Deutschland, Österreich und die Schweiz. Ihr Ziel: Engagierten Menschen online eine Möglichkeit zu bieten, für Menschen und Anliegen, die ihnen wichtig sind, Geld zu sammeln oder zu geben.

Besonders wichtig ist ihr, jüngere Menschen für gesellschaftliches Engagement und politisches Campaigning zu begeistern. Deshalb gründete sie mit anderen das Campaign Bootcamp, Deutschlands einziges diverses und inklusives Kampagnentraining für eine neue Generation politischer Campaigner.

Vor allem Themen wie Empowerment, gesellschaftliche Partizipation, Feminismus, Zukunft der Arbeit und Change Management liegen Jeannette Gusko am Herzen. Regelmäßig ist sie zu diesen Themen auch als Speakerin tätig.

Die ersten Lebensjahre verbrachte sie in der DDR – die Frage, was eine Gesellschaft zusammenhält und wie sie sich verbessern lässt, treibt sie bis heute um. In Berlin und Chambéry, Frankreich, studierte sie Wirtschaftskommunikation und Internationale Beziehungen, in Leipzig Kommunikationsmanagement. Danach arbeitete sie als Kommunikationsberaterin und Journalistin, bevor sie das gesellschaftliche Engagement mit Hilfe des Internets zu ihrem Lebensinhalt machte.

▶ www.gofundme.com

1. Bitte ergänzen Sie folgenden Satz: Ein guter Tag beginnt …

… nach einem Kaffee.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Rennfahrerin. Aber nicht wegen des Wettbewerbs. Ich war völlig fasziniert von den Boxenstopps: wie in kürzester Zeit Reifen gewechselt, Autos betankt und Fahrer ausgetauscht wurden – alles reibungslos wie ein Uhrwerk. Eine Choreografie von Timing und Technik.

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Mutter aller Probleme

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Gleichberechtigung in unserer Gesellschaft – es gibt so viel zu gewinnen für alle Geschlechter.

5. Sie machen eine Zeitreise in das Jahr 1990. Was würden Sie dort tun?

Mich meines Lebens erfreuen, wie jetzt auch. Und mithelfen, dass die Wiedervereinigung die Menschen in Ostdeutschland stärker einbezieht und ermutigt. Narzisstische Kränkungen und fehlende Einbindung von damals führen auch zu Unverständnis, sozialer Spaltung und Hass heute.

6. Wem würden Sie mit welcher Begründung einen Orden verleihen?

Ich würde den französischen YouTuber Jérôme Jarre als Influential Person of the Year auszeichnen. Er nutzt mit der von ihm gegründeten „Love Army" seinen Einfluss, um den Ärmsten der Welt konkret zu helfen – den Hungernden Somalias oder den verfolgten Rohingya in Myanmar. Seine GoFundMe-Kampagnen binden seine Community direkt und transparent ein – so konnten die Spenderinnen und Spender konkret nachvollziehen, dass ihr Beitrag 20 000 Menschen ein Dach über dem Kopf verschafft hat, Jobs in der lokalen Bevölkerung geschaffen werden konnten und hunderte Menschen mit Nähworkshops qualifiziert wurden. Inspirierend.

7. Sie treffen den reichsten Menschen der Welt im Aufzug. Was sagen Sie ihm?

Ich frage ihn: Wofür würden Sie all Ihr Geld eintauschen? Und nach seiner Antwort ihn dabei unterstützen, dass er das auch tut.

Netz inspiriert

8. Wer ist für Sie ein Held?

Eine Held ist für mich eine Person, die etwas trotzdem tut. Trotz Angst, Gegenwind, Entmutigung und sozialem Druck. Es gibt nichts Stärkeres als Menschen, die ihre eigene Vision entwickeln und ihr folgen.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Ich mag es, ins Weite zu schauen, das klärt den Geist.

10. Was tun Sie, wenn Sie nichts zu tun haben?

Entweder über wirklich bedeutsame Dinge mit mir wichtigen Menschen sprechen oder allein sein, die Seele baumeln lassen und an gar nichts denken.

11. Worüber können Sie lachen?

Ich weiß Humor sehr zu schätzen. Was ich nicht kann, ist, über Witze auf Kosten Schwächerer zu lachen.

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Wer zu wenige Fehler macht, ist nicht vorne genug mit dabei. Fehler zu machen ist nicht schlimm, nicht daraus zu lernen ist es.

13. Was war früher besser?

Hans Rosling hätte gesagt: nichts. Ich dachte, klasse, bald gibt's Hoverboards. Stattdessen wollen jetzt wieder mehr Menschen die Demokratie abschaffen. Das müssen wir verhindern.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Sie tat, was sie konnte und bereut nichts.

15. Zum Abschluss vervollständigen Sie bitte diese Aussage: Eine Spende ist für mich …

… mehr als Geld. Sie ist die Verbindung zwischen mir und anderen Menschen, mein Beitrag, die Geschichte dieser Menschen zum Besseren zu wenden. Diese Geschichten – von Storytelling to Story-changing – twittere ich unter #morethanmoney. Gern folgen!

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
ENTERprint
ENTERmed
ENTERweb
ENTERdonate

ENTERBRAIN Software AG

Software, Dienstleistung und Konw-How für Ihre Nonprofit-Organisation

www.enterbrain.ag

Wissen 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 stylische Schreibmappen von der Firma WEDO. Stift und Papier? Na klar! Der analoge Datenspeicher ist schließlich energieautark und virenresistent. Das komplett entspiegelte Display garantiert auch bei Sonnenlicht eine brillante Bildwiedergabe. In die dezent-grauen Mappen passt auch alles andere hinein, was unterwegs sonst noch gebraucht wird (nicht im Lieferumfang!). Außerdem verlosen wir drei druckfrische Exemplare des „Fördermittelführers 2019/20“ von Torsten Schmotz – nützliche Lektüre für alle, die mit Fördermitteln zu tun haben! Und falls das alles nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

1 Mit Opa in die Oper … In welcher Stadt vermittelt das Projekt „Kulturisten-Hoch2“ Schüler als Begleiter für Senioren?

E) Bayreuth
F) Hamburg
G) Dresden

2 Ressourcen teilen und dabei das Gemeinwohl stärken: Wer gründete die Online-Plattform depot-leipzig.de?

T) das Team um Frank Thelen
S) RB-Trainer Ralf Rangnick
R) die Stiftung „Ecken wecken“

3 Mehr Frauen in die Chef-Etagen! Das fordern viele. Wer sollte zukünftig ebenfalls jünger und weiblicher werden?

A) Finanzbeamte
E) Stiftungsräte
U) Bestattungsunternehmer

4 „Wir sind der reiche Pöbel der Weltgesellschaft, vertuschen das aber …“ Wer hat das gesagt?

Y) Karl Marx
U) Björn Vedder
O) Sahra Wagenknecht

5 NGOs bekommen hier kostenlose Werbung, wenn sie die Regeln genau einhalten. Wie heißt das Programm?

M) Lucky Lands
L) facebook for friends
N) Google Ad Grants

6 Das Fundraising Symposium lädt am 21. und 22. Februar 2019 wieder nach Frankfurt ein. Was ist diesmal das Thema?

B) Nachlassfundraising
D) Unternehmenskooperationen
G) Digitalisierung für NGOs

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! Diese Daten werden nur im Zusammenhang mit dem Gewinnspiel verarbeitet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 31. Dezember 2018. Viel Glück!

DEUTSCHER
FUNDRAISING
KONGRESS

2019

DER GRÖSSTE KONGRESS ZUM THEMA FUNDRAISING IM DEUTSCHSPRACHIGEN RAUM

MITTWOCH SPEZIAL
DIGITALES

70 SEMINARE

800 TEILNEHMER

FRÜHBUCHERRABATT
BIS 15.12.2018

8.–10. MAI 2019
IN KASSEL

www.fundraising-kongress.de

Datenschutz-Freund Fabian F. Fröhlich genießt mehr Privatsphäre

Endlich Ruhe! Also nicht, dass Sie jetzt denken, meine Redaktions-Kollegen wären versammelt in Streik getreten und hätten mich als wertvollsten Mitarbeiter zurückgelassen, um die Stellung zu halten und ab und zu die Computer hoch- und runterzufahren. Nein, ich meine bei mir zu Hause. Seit nämlich die Klingel an meiner Tür kaputt ist, bin ich so was von tiefenentspannt. Keine keifende Nachbarin, die sich darüber beschwert, dass ich die Pflanze im Treppenhaus nicht gegossen habe. Keine Zalando-Pakete für die Studentin aus dem Erdgeschoss, die ich freundlicherweise entgegennehme. Und auch keine Fehlklingelei, weil jemand den Lichtschalter gesucht hat, während bei mir auf Netflix gerade Norman Bates seine mumifizierte Mutter im Keller versteckt. – Sie können sich vorstellen, wie ich in solchen Momenten von meiner Couch aufschrecke.

Deshalb war ich auch Feuer und Flamme, als ich von dem Vorhaben gehört habe, Namensschilder an Haustürklingeln künftig wegzulassen. Aus Datenschutzgründen. Muss ja auch nicht jeder wissen, dass das meine Wohnung ist mit dem defekten Außenrollo. Da ist nämlich mal die Nachbarskatze drangesprungen. Stünde also da statt des Namens zum Beispiel lediglich eine Nummer, dann würde ich diese nur ausgewählten Personen verraten. Und natürlich nur, nachdem ich ihnen schriftlich meine Erlaubnis zum Klingeln gegeben habe. Sonst stehen da womöglich irgendwann die Zeugen Jehovas vor der Tür oder – schlimmer noch – jemand will eine Spende. Die Studentin aus dem Erdgeschoss bekäme aber meine Einwilligung.

Wir würden dann zusammen „Buchstaben-YOLO" spielen (Das ist nichts anderes als Scrabble, sagt man angeblich jetzt so.) und sie könnte meinen Klingelschaden bei der Service-Hotline melden. Mir begegnete man dort nämlich mit Unverständnis: „Ihre Klingel ist kaputt?! Was genau funktioniert denn da nicht?" Und dann erklären Sie mal in mehreren Sätzen, dass das Ding jetzt einfach keinen einzigen Pieps mehr von sich gibt. Der Mensch am anderen Ende der Leitung will nämlich ALLES genau wissen: „Macht die Klingel vielleicht andere Töne als sonst? Blinkt das grüne Lämpchen an der Gegensprechanlage? Und was ist, wenn Sie die Klingel mit dem Ellenbogen betätigen?" Ist mir alles viel zu umständlich. Ich habe beschlossen: Die Klingel bleibt aus. Solange das mit den anonymen Schildern nicht durchgesetzt wird, sehe ich maximal der Pflanze im Treppenhaus durch den Türspion beim Verwelken zu. Und wenn die in der Redaktion wirklich mal streiken, können sie in dringenden Fällen ja Steinchen ans Außenrollo werfen.

Mehr von Fabian F. Fröhlich?

„Das Letzte – Kolumnen aus dem Fundraiser-Magazin"

Taschenbuch, 100 Seiten, 10 €

bestellen unter:
▶ **shop.fundraiser-magazin.de**

Ausgabe 1/2019 erscheint am 28. Januar 2019 u. a. mit diesen Themen

- Spender-Generation: Baby-Boomers
- Wie reich dürfen (Schweizer) NGOs sein?
- Mythos Stifterparadies USA

... und natürlich mit den Themen, die Sie uns schicken an *redaktion@fundraiser-magazin.de*

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 1/2019 ist der 3.12.2018.

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. 12 vom 1.12.2018

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/2019, die am 28.01.2019 erscheint, ist der 03.12.2018.

Fotonachweise:
Titelbild, S. 4 (Thema), S. 18/19: Riccardo Niels Mayer@AdobeStock, S. 1 (unten), S. 60: Robert Carrubba, S. 3: René Grodde/atri.eu, S. 5 & 88: Daniela Münster, S. 6: aliasching@AdobeStock (unten), René Grodde/atri.eu (Daberstiel), S. 8: ksuksu@AdobeStock (unten), S. 11: PrettyVectors@AdobeStock, S. 16: KJA Köln (Pinke för Pänz), Jan Bolomey (republick.ch), S. 17: Paul Olfermann (Alumni), S. 19: V. Wenzelmann (20), Wolf-Dietrich Erhard (22), S. 21: Welthungerhilfe, S. 22: Wolf-Dietrich Erhard, S. 23: Dahlhoff und Kaprol (Braig), Graul (Stolte), S. 32: Pipilotti Rist, Amanda Camenisch (Korallen), René Grodde/atri.eu (Stehfest), S. 34: Thomas Knospe@AdobeStock (großes Foto), S. 35: Martin Neuhof (Dohrn), S. 36 & 37: Technik begeistert e. V., S. 40: Raimund Brandstätter (Flamingos), Grodde/atri.eu (Nitzsche), S. 44: by-studio@AdobeStock, S. 45: Kathrin Schulthess (Schudel), S. 46: Stiftung Aktive Bürgerschaft, S. 48: Dominik Reichenbach (Nachtsheim), obs/Geschenke der Hoffnung e. V./Die Hoffotografen (Winter), Barbara Frommann/ Welthungerhilfe (Mogge), obs/terre des hommes Deutschland e. V. (Marsh), S. 49: Jörg Müller (Cornehl), Kathrin Schulthess (Wirth), S. 51: Jorma Müller Photography, S. 52: Boris Loeffert, Oskar-Patzelt-Stiftung (oben) S. 64: Fxquadro@fotolia.com, S. 65: Max Menning, S. 67: Susanne Duda (Urselmann), S. 68: tai111@AdobeStock, S. 76: Maik Meid, S. 78: creative studio@AdobeStock, S. 88: Alicja@pixabay (32), darkbird@AdobeStock (44), Elnur@AdobeStock (60), baranq@AdobeStock (68), S. 90: oza@fotolia.com, 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 Schweiz Suisse Svizzera Svizra
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 #10

Rechnen Sie mit uns.

Ob im Print-Bereich oder digital – werten Sie Ihre Ergebnisse aus. So messen Sie die Wirkung Ihrer Fundraising-Instrumente und können strategische Anpassungen vornehmen. Wir von adfinitas unterstützen Sie bei Analyse und Reporting, damit sich Ihr Einsatz lohnt. 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