ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 1/2019

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Generation ICH
Generation WIR

Wie ticken die 50- bis 65-Jährigen?

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

Stiftungen
Der Mythos, die USA seien ein Stifterparadies, hält sich in Europa hartnäckig. Wie sieht die Realität aus?

Venezuela
Prävention in der Praxis: Rum-Fabrikant Alberto Vollmer hilft Ex-Kriminellen mit Rugby und Jobs.

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,

immer wenn wir im Fundraiser-Magazin eine bestimmte Zielgruppe vorstellen – Influencer, Silver Surfer, Generation Y, Ehrenamtliche … –, versuche ich, mit möglichst vielen dieser Menschen persönlich ins Gespräch zu kommen. Bei Influencern ist das noch ausbaufähig, besser lief es diesmal:

Die Generation der 50- bis 65-Jährigen steht im Fokus der aktuellen Ausgabe. Denn jetzt stehen die ersten vor dem Renteneintritt und werden auf einmal interessant fürs Fundraising. Warum jetzt erst? Weil Menschen ab 60 Jahre als beste Spendenzielgruppe gelten. Das basiert auf Erfahrungswerten mit den bisherigen Senioren. Statistik und Sozialwissenschaft haben das ganz klar erforscht. Und man geht davon aus, dass die nachwachsende Spender-Generation diesem Image gerecht wird.

Ganz ehrlich, ich habe da meine Zweifel. Jede „Zielgruppe“ besteht doch in der Realität aus einzelnen individuellen Personen. Werden die 2020 mehr spenden als 2015, nur weil sie jetzt ein paar Jahre älter sind? Hätten sie nicht schon vor fünf Jahren genauso gespendet, wenn man sie darum gebeten hätte?

Wir haben einige Menschen der entsprechenden Altersgruppe direkt zu ihren Wünschen und Zielen interviewt: Wofür engagierst du dich? Was willst du in den nächsten Jahren tun? Interessante und spannende Antworten haben wir erhalten – grundverschieden und doch auch verbindend. Manche fühlen sich als „Generation ICH“, weil sie sich immer alleine durchbeißen mussten, andere bevorzugen ein „WIR“, weil sie mit Solidarität, Zusammenhalt und Hilfsbereitschaft aufgewachsen sind. Ich denke, an diesem Punkt sollten wir im Fundraising einmal ansetzen.

Was meinen Sie? Schreiben Sie mir, ich bin gespannt!
Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

Schreiben Sie bitte an *meinung@fundraiser-magazin.de*

direct.
Agentur & Lettershop

erfolgreiche
SPENDEN MAILINGS

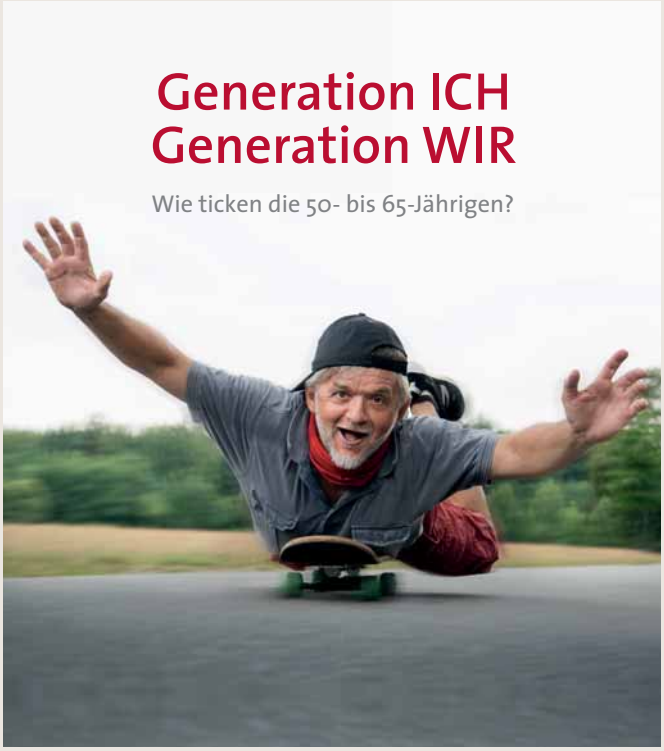
Sprechen Sie mit den **Spezialisten:**

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

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

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

www.directpunkt.de



Thema

ab Seite 18

Yogakurs, Enkelkind und Kurzurlaub 20
Wie leben die Menschen zwischen 50 und 65 Jahren und wie sehen sie sich selbst?

Vom Gehorsam zum Anspruch 22
Babyboomer wollen gesehen werden

Keine Villa, kein Pool, kein Sportwagen? 24
Die Wünsche und Ziele der „Generation Wir" – Fundraiser-Magazin hat nachgefragt.

Die gleichen Uhren, die anders ticken? 30
Der Wandel der Generationen und die Auswirkungen auf den Spendenmarkt

Menschen

Alberto Vollmer 12
Der Rum-Fabrikant in Venezuela: wie es zu seinem sozialen Engagement kam und welche Rolle Rugby dabei spielt.

Flynn A. Andrizzir 64
Der Großspenden-Experte: wie eine simple App für Ärzte beim Fundraising hilft und wann er eine Großspende zurückgibt.

Heli Dungler 88
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches.

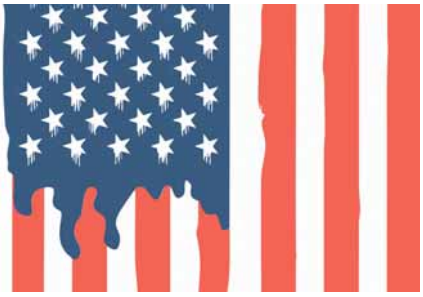
Projekte

Projekte 38
Initiativen und Projekte, spannende Ziele und Missionen vorgestellt

Menschenrechte in Frage gestellt 40
Wie innerhalb von vier Wochen 20 000 Menschen für ein wichtiges Votum aktiviert wurden

Helden in Schlüpfern 42
Die „Stinknormalen Superhelden" sind so etwas wie eine Graswurzelbewegung

Stiftungen



Stifterparadies USA? 46
Dem amerikanischen Staat waren Stiftungen einst ein Dorn im Auge

Engagement trägt Stiftungsarbeit 48
Für viele Stiftungen ist es schwierig, freiwillig Engagierte für ihre Gremien zu gewinnen

Für Wiens berühmteste Adresse 50
Die Sigmund-Freud-Privatstiftung sammelt per Crowdfunding mehr als 85 000 Euro

Verlosung

Testen Sie Ihr Wissen
Machen Sie mit bei unserem Rätsel und gewinnen Sie nützliche Dinge für den Fundraising-Alltag **87**

Aktuell

Von Äpfeln und Birnen **34**
Das Spendenjahr 2018 im Raum D-A-CH: ein unmöglicher Vergleich

Praxis & Erfahrung

Philanthropie und Zivilgesellschaft in Israel **68**
Eindrücke von der bpb-Studienreise für Fundraiser

Keine Angst vor Vergleichen **70**
Kennzahlen und Benchmarks für Non-Profit-Organisationen

So engagieren sich Unternehmen **72**
Nachgefragt: 159 Unternehmen geben Einblicke in ihre Entscheidungsprozesse

Narrenfreiheit in der Spenderwerbung? **74**
Die Bedeutung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) für NGOs

Rubriken

Spektrum **6**
Schöner scheitern **11**
Persönliche Gedanken **16**
Köpfe & Karrieren **52**
Branche **54**
Dienstleisterverzeichnis **56**
Abo-Coupon **63**
Fundraising-Kalender **76**
Bildung **78**
Fach- und Sachbücher **84**
Fragebogen **88**
Das Letzte **90**
Vorschau + Impressum **90**

Heft bestellen

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

Autoren

... dieser Ausgabe:
Prof. Thomas Adam, Danielle Böhle, Melissa Brosig, Bianca Corcoran-Schliemann, Matthias Daberstiel, Martin Gietzold, Ulrike Herkner, Anja Knäpper, Daniel Kraft, Daniela Münster, Tom Neukirchen, Ute Nitzsche, Katja Prescher, Theresa Ratajszczak, Sylvia Schmidt, Rico Stehfest, Sara Stühlinger

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

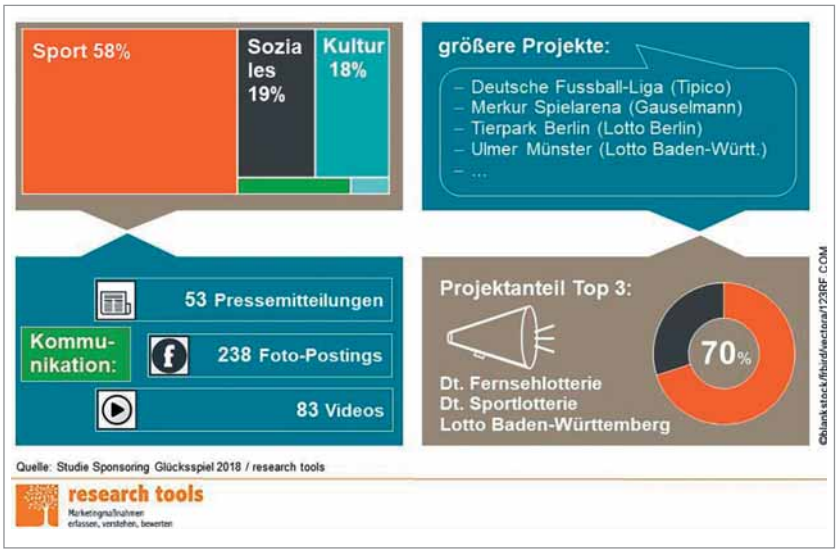
Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.

Wir freuen uns auf Sie!

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

Zahlen & Fakten

Welche Projekte sponsern Glücksspielanbieter?



In der thematischen Ausrichtung der Sponsoringaktivitäten von zehn analysierten Glücksspielanbietern nimmt das Sportsponsoring mit einem Anteil von 58 Prozent den größten Stellenwert ein. Projekte für Soziales oder Kultur folgen mit jeweils knapp 20 Prozent. Bildung und Umwelt werden von den Glücksspielunternehmen nur selten gefördert. Lediglich 50 der insgesamt 1172 für die „Studie Sponsoring Glücksspiel 2018" erfassten Sponsoringprojekte fallen in diese beiden Bereiche.

▶ www.research-tools.net/studie-sponsoring-glueckssspiel-2018

Und sonst noch …

Schau mir in die Augen, Kleines!

Wer sich beobachtet fühlt, spendet mehr. Dafür genügt schon das Bild eines Augenpaars, so eine Studie von Forschern der University of Virginia. Den Spendern geht es dabei wohl um gesellschaftliche Pluspunkte. Doch für Non-Profit-Organisationen könnte das durchaus interessant sein. Denn der in „Human Nature" veröffentlichten Studie zufolge sind durch den Augen-Trick bei Tests in einem Kindermuseum die freiwilligen Spenden signifikant gestiegen.

▶ www.virginia.edu

MEINE MEINUNG

„Ehrlichkeit biegt sich keine Fakten zurecht – auch nicht für den guten Zweck"

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Ehrlich währt am längsten. Das sagt sich leicht. Sich trotz etwaiger Nachteile auf die Wahrheit und Ehrlichkeit zu besinnen, braucht aber auch Charakter und das Vertrauen, damit langfristig besser zu fahren. Ehrlichkeit bedeutet eben nicht, sich Themen so zu biegen, wie man sie braucht – auch nicht für den guten Zweck.

Sehen wir uns nur die Bewertung des Themas Flüchtende mit etwas Abstand an. 2016 gab es einen Wettstreit der Meinungen und angeblicher Wahrheiten zu diesem Thema. Die einen befürchteten eine Umvolkung und Chaos, die anderen lobten den Zuzug von ausgezeichneten Fachkräften und meinten, wir schaffen das. Beide Seiten, und auch die darüber berichtenden Medien, waren nicht ehrlich. Heute verzeichnen wir deshalb fehlende Glaubwürdigkeit, Toleranz und Vertrauensverluste. Auch wir im Dritten Sektor sind davon betroffen. Und gerade wir sollten charakterfest sein, wenn wir das Image der „Guten" behalten wollen.

Ich wünsche mir für 2019 deshalb eine faire Streitkultur der Argumente, ohne gleich in Ecken gestellt zu werden. Ich hoffe auf einen respektvolleren Umgang miteinander, der nicht gleich ins Persönliche geht, nur weil einem eine Meinung nicht passt. Und ich wünsche mir kritischere Medien, die länger hinschauen, einordnen und recherchieren und nicht alles nachblöken, was als Tweet oder Posting in die Welt gesetzt wird. Schnelligkeit ist kein Gütesiegel. Ehrlichkeit immer.

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

Fundraising-Wahrheit Nr. 3

Machen ist die beste Medizin.

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

fundango®
Fundraising ist mehr

Was hier auf den ersten Blick nicht erkennbar ist, sind die Beinorthesen des Jungen. Er lebt in Togo und erfährt soziale Ächtung, weil Behinderungen in großen Teilen Westafrikas mit Mythen in Verbindung gebracht werden. Behinderungen gelten als „Strafe der Götter". Der in Nicaragua lebende spanische Fotograf Antonio Aragón Renuncio hat den Jungen fotografiert und mit dem Bild den Preis des Unicef-Fotos des Jahres 2018 erhalten.

▸ www.unicef.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

Gut, aber …

Deutsche spenden weniger für Entwicklungshilfe

In Sachen Entwicklungshilfe sind die deutschen Bundesbürger zwiegespalten: Einerseits sind über zwei Drittel der Meinung, dass Entwicklungshilfe die Verhältnisse in armen Ländern verbessert. Andererseits spenden immer weniger Deutsche für Hilfe im Ausland. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative YouGov-Umfrage im Auftrag der SOS-Kinderdörfer weltweit. Dabei ist die Entwicklungszusammenarbeit vor Ort ausgesprochen wirksam.

69 Prozent der Deutschen sind der Meinung, dass Entwicklungshilfe grundsätzlich wirksam ist. Und 68 Prozent finden, dass Entwicklungshilfe Pflicht eines wohlhabenden Staates sei, ergibt die Umfrage der YouGov Deutschland GmbH.

Dennoch spenden nur acht Prozent der Befragten für internationale Entwicklungshilfe. Gut jeder Dritte (37 %) spendet dagegen grundsätzlich nicht, mit zunehmender Tendenz. Als Grund geben die Nicht-Spender an, Deutschland habe selbst genug Probleme, um die es sich unter anderem kümmern sollte.

▸ www.sos-kinderdoerfer.de

Kurzgefasst …

Mobile Fundraising in Österreich

Nach einer Pause von mehr als zwei Jahren ist SMS-Spenden in Österreich wieder möglich. Nachdem rechtliche Unklarheiten zur Einstellung des Service führten, bieten T-Mobile Austria, A1 Telekom Austria & Hutchison Drei Austria diesen Service – mit neuen Leistungen – wieder an. Alle Informationen zu den Konditionen und Leistungen sind über die einzelnen Anbieter abrufbar.

Umgang mit Rechtspopulismus

Die Diakonie Deutschland hat Ende November 2018 eine Handreichung zum Umgang mit Rechtspopulismus vorgestellt. Mit der Handreichung will die Diakonie ihren Mitarbeitenden helfen, angemessen auf Provokationen und Tabubrüche – auch aus den eigenen Reihen – zu reagieren. Die Broschüre ist zum freien Download verfügbar.

▶ www.diakonie.de/broschueren/handreichung-zum-umgang-mit-rechtspopulismus

„Stimmt so“

Der Lebensmitteldiscounter Penny hat seine Beteiligung am Spendenprojekt „Deutschland rundet auf“ auslaufen lassen und eine eigene Initiative gegründet, die ähnlich funktioniert: Kunden können an der Kasse mit dem Satz „Stimmt so!“ auf ihr Wechselgeld verzichten. Die so generierte Spende fließt über den „Penny Förderkorb“ an gemeinnützige Projekte für benachteiligte Kinder und Jugendliche.

▶ www.penny.de/verantwortung/foerderpenny

E-mobil

Die Bürgerstiftung Stuttgart (Baden-Württemberg) hat im November 45 Elektroautos an gemeinnützige Organisationen übergeben. Mit dem Projekt „Im E-insatz für meine Stadt“ will die Bürgerstiftung die Mobilität von Ehrenamtlichen in der Stadt fördern und dabei gleichzeitig eine nachhaltige zeitgemäße Form der Fortbewegung ermöglichen.

▶ www.buergerstiftung-stuttgart.de/emobil

Bündnis „Entwicklung Hilft“ jetzt mit Plan International

Nach zweieinhalb Jahren Zusammenarbeit auf assoziierter Basis ist Plan International Deutschland seit Januar neues Mitglied im Bündnis „Entwicklung Hilft“. Die Organisation setzt sich dafür ein, dass Mädchen und Jungen in Afrika, Asien und Lateinamerika ein Leben frei von Armut, Gewalt und Unrecht führen können.

▶ www.entwicklung-hilft.de

Drei Fragen an … Bernd Kreh

Diakonie Hessen und Förderlotse Akademie bieten neuen Lehrgang Fördermittelmanager

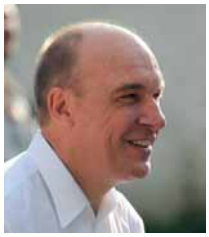
? Wer ist die Zielgruppe des neuen Lehrgangs?

In dieser Weiterbildung geht es vor allem um den Fachkräftenachwuchs. Bisher gibt es in Deutschland noch keine breite Ausbildung für alle Förderbereiche, sondern nur für Spezialgebiete. Gemeinnützige Organisationen benötigen aber Mitarbeiter für die Akquise aller relevanten Finanzierungsbereiche, sowohl von der Europäischen Union als auch von staatlichen Förderprogrammen. Dabei müssen die Non-Profits auch Kompetenzen bei der Frage, welche Programme für bestimmte Aufgabenfelder lukrativ sind. Gebraucht werden Fachleute, die den Überblick haben.

? Wie ist das Programm strukturiert?

Nach dem Konzept des blended learning wird das Grundlagenwissen über Webinare vermittelt. In vier dreitägigen Präsenzphasen geht es dann um die Anwendung auf die Praxis. Reale Projekte oder Projektideen der Teilnehmenden werden mit Unterstützung von Coaches von der Projektfindung bis zum Verwendungsnachweis bearbeitet. Hinzu kommen spezielle Aufgabenstellungen, die in die Breite des Fördermittelmarktes führen. Zudem werden führende Fachleute der Fördermittelakquise in Deutschland durch weitere Inputs und in Gesprächsrunden Erfahrungen und Erfolgsfaktoren vermitteln.

Bernd Kreh …



… ist Abteilungsleiter Förderwesen, Fundraising und Stiftungen bei der Diakonie Hessen Verwalter der Liridadi-Stiftung für Kinder in Armut.

? Welche Qualifikation erlangen die Teilnehmer am Ende?

Die Teilnehmer werden durch diese Weiterbildung in die Lage versetzt, passende Förderquellen für mittlere und große Projekte einer gemeinnützigen Organisation zu identifizieren und den Förderprozess ressourcenschonend zu steuern. Sie können eine Prüfung ablegen, um das qualifizierte Zertifikat „Fördermittelmanager/-in für gemeinnützige Organisationen" der Förderlotse Akademie zu erwerben. Damit sollen die Absolventen in ihrer Organisation eine bessere Position erreichen oder sich bei einer gemeinnützigen Organisation als Fördermittelexperte bewerben können.

▶ www.foerder-lotse.de/lehrgang

+49 (0) 221 6699520 | WWW.IFUNDS-GERMANY.DE

ifundsengage365

die Microsoft Dynamics 365 basierte Komplettlösung
für nachhaltiges Kontaktmanagement
und erfolgreiches Fundraising

gestern Kunde – heute Fan!

NETWORK MEMBER OF QBS group
Providing Services for the Dynamics Partner Community

Gold Microsoft Partner
Microsoft

ifunds
nonprofit CRM solutions

CRM- & FUNDRAISING-SOFTWARE | REPORTING & ANALYSEN | PROJEKT- & DATENMANAGEMENT | SERVICE & BERATUNG

Schöner scheitern
… durch kollektives Schweigen

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.

Sieben Jahre habe ich für eine Hilfsorganisation gearbeitet. Sieben Jahre haben meine Kollegen und ich zu einem schwerwiegenden Problem geschwiegen. Im Nachhinein frage ich mich, warum? Was war geschehen?

Der Reihe nach: Kurz nach mir kam eine Frau zum Team, deren Verhalten mir auffiel. Sie konnte ihre Impulse und Gefühle nur schwer kontrollieren, war ständig unter Anspannung und verhielt sich aggressiv. Menschen wurden entweder idealisiert oder herabgewürdigt. Das Team machte diese Achterbahn mit. Sitzungen mit ihr waren anstrengend und quälend.

Doch niemand griff ein und keiner hat das Thema öffentlich angesprochen. Hilfe beim Vorgesetzten oder Betriebsrat wurde nicht gesucht. Die Leitung schien in dieser Sache blind. Immer hat sich im Team jemand gefunden, der sich zeitweise um die Kollegin „gekümmert" hat, damit die Situation nicht eskaliert. Auch ich hatte diese Rolle inne und habe versucht, zuzuhören und beruhigend auf sie einzuwirken. Die Folgen für mich waren verheerend, da ich eine Weile gebraucht habe, um mich aus der Welt der Kollegin zu lösen und wieder zu meinem eigenen Urteilsvermögen zurückzufinden. Bei einem Teamcoaching murmelte die Coachin verzweifelt vor sich hin: „Was ist hier eigentlich los?" Keiner antwortete. Eine Mauer des Schweigens umgab die psychische Erkrankung der Kollegin.

Kurz danach habe ich gekündigt. Bis heute frage ich mich, an welcher Stelle ich hätte intervenieren sollen. Ein Polizist hat mir in einem Sicherheitstraining gesagt: „Sobald Sie in einer Situation mit einem Menschen ein ungutes Gefühl haben, machen Sie es öffentlich und sprechen Sie es an." Ich nehme mir das zu Herzen – zu meinem Schutz und dem der anderen.

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

Robin

Raus aus dem Wald, rein ins digitale Zeitalter!
Die Robin-App für soziales Engagement

Für Stiftungen, gemeinnützige Organisationen und spendende Unternehmen in Deutschland

+ passgenaue Vermittlung von Spendern und Projekten
+ für gemeinnützige Organisationen kostenlos
+ 100% fair, transparent und unbürokratisch

Robin-App

Brunnenstr. 149
10115 Berlin

030 345 40 206
info@robin-app.de
robin-app.de

„Wir unterscheiden nicht mehr

Aus dem krisengeschüttelten Venezuela exportiert Alberto Vollmer Rum in die ganze Welt. Doch viel wichtiger ist ihm ein anderer Erfolg: Auf seiner Hacienda „Santa Teresa“ arbeiten etliche ehemalige Kriminelle. Was als Projekt mit lokalen Gangs begann, wurde zum größten Präventionsprogramm des Landes. Unser Autor Peter Neitzsch sprach mit dem 50-jährigen Vollmer darüber, wie es zu seinem sozialen Engagement kam und welche Rolle Rugby dabei spielt.

? Herr Vollmer, die Wurzeln Ihrer Familie liegen in Deutschland. Das verrät schon Ihr Name. Was ist Ihre Geschichte?

Mein Ururgroßvater, Gustav Vollmer, verließ Deutschland 1826 von Hamburg aus in Richtung Venezuela. Er hatte zwei Schiffe und handelte mit Kakao. Später heiratete er die Venezolanerin Panchita Ribas, die Tochter des Gutsbesitzers. Die Hacienda „Santa Teresa“ wurde bereits 1796 gegründet, noch vor dem Unabhängigkeitskrieg von Spanien. Der Gründer gehörte zu den Anführern der Rebellion, weshalb die Spanier befahlen, seine ganze Familie auszulöschen. Meine Ururgroßmutter Panchita, eine Cousine des südamerikanischen Freiheitskämpfers Simón Bolívar, wurde im Alter von zwölf Jahren gefangen genommen und für ein paar Pesos von ihrer ehemaligen Sklavin freigekauft.

? Sie führen ein international erfolgreiches Unternehmen in einem sozialistisch regierten Land – wie geht das zusammen?

Wir machen mittlerweile in der fünften Generation Rum. Doch in den 1990er Jahren ging es unserem Unternehmen nicht gut: Wir hatten hohe Schulden und mussten mehr als die Hälfte der Mitarbeiter entlassen. Nach der Wahl von Hugo Chávez zum Staatspräsidenten 1999 überrollte Venezuela eine Welle der Verstaatlichung privater Firmen.

zwischen denen und uns“

Wir fürchteten also, ebenfalls verstaatlicht zu werden. Ein Jahr nach der Wahl weckte mich eines Nachts ein Sicherheitsmitarbeiter, weil rund 500 Familien das Land der Hacienda besetzt hatten. Ihr Anführer war ein ehemaliger Militär, Omar Rodríguez. Wir riefen die Polizei, aber die sagten nur: Das ist von ganz oben abgesegnet. Ich dachte mir dann: Wenn ihr mein Land besetzt, dann besetze ich eben eure Köpfe.

? Sie haben also verhandelt. Wie konnten Sie die Landbesetzer überzeugen?

Ich habe acht Monate mit dem Anführer der Bewegung verhandelt. Schließlich hatten wir es geschafft: Wir einigten uns darauf, dass 100 Familien auf unserem Land Häuser bauen konnten. Auch für die Übrigen fanden wir eine Lösung. Ich habe den Menschen einen Teil unseres Landes überlassen und Rodríguez, ihr Sprecher, hat begonnen, für mich zu arbeiten. Heute verwaltet er die sozialen Projekte unserer Hacienda. Zunächst hatten wir eine gute Arbeitsbeziehung, später wurde daraus Freundschaft. Er bat mich sogar, Pate seines jüngsten Sohnes zu werden. Dieser Schritt hat wirklich die DNA unseres Unternehmens verändert: Wir fragten uns danach, was wir anders machen müssen, um in Zukunft nicht nur zu reagieren.

? Was hatte sich geändert?

Mir war klar: Wir mussten in die umliegenden Gemeinden investieren und die Armut dort bekämpfen, damit so etwas nicht noch einmal passiert. Vor diesem Vorfall unterschieden wir immer zwischen denen und uns. Es gab eine unsichtbare Grenze aus Angst. In unserem Bundesstaat Aragua haben wir ein gewaltiges Kriminalitätsproblem: Auf 100 000 Einwohner kamen 114 Morde. Viele Gemeinden wurden von bewaffneten Banden kontrolliert, die raubten, mordeten und einander bekämpften. Auch die Hacienda wurde von den Gangs angegriffen. Wir mussten also handeln. Wenn man die Polizei rief, konnte es passieren, dass sie einen erpressten. Es herrschte ein ständiges Klima der Furcht. Das hat sich erst geändert, als wir begonnen haben, mit den Armenvierteln zusammenzuarbeiten.

Alberto Vollmer mit Rugby-Team

? Sie haben nicht nur mit den Gemeinden gearbeitet, sondern auch Gangs von der Straße geholt. Wie kam es dazu?

2003 überfiel eine Gang unser Anwesen. Die Räuber überwältigten einen Security-Mitarbeiter und entwendeten seinen Revolver. Den wollte ich unbedingt zurückholen, es sollte kein Mord mit meiner Waffe geschehen. Eines Tages schnappte mein Sicherheitschef Jimmy eines der Bandenmitglieder. Er übergab den jungen Mann an die Polizei. Aber er misstraute den Polizisten, also folgte er ihnen. Sie hätten den Jungen einfach erschossen. Jimmy rief mich deswegen an und fragte: „Gibst du grünes Licht?“ Ich sagte: „Auf gar keinen Fall!“ Also übergaben sie den Gangster wieder an uns. Ich bot ihm an, seine Schuld bei mir abzuarbeiten. Schließlich schnappten wir auch den Anführer der Bande, Jose Arrieta, und auch der willigte ein, drei Monate auf der Hacienda zu arbeiten. Letztlich fing die ganze Gang aus 22 jungen Männern an, für uns zu arbeiten. Das war der Beginn von Projekt „Alcatraz“.

? Aber in dem Projekt geht es um viel mehr als nur um Jobs?

Für die Arbeit bekamen die Gang-Mitglieder zunächst keinen Lohn, aber Verpflegung und Unterkunft. Doch schnell wurde klar, dass die Arbeit auf den Zuckerrohrplantagen und der Hacienda nicht ausreichte, es brauchte auch Therapieangebote. Deshalb begannen wir mit einem Rugby-Team. Drei Monate lang wurde trainiert. Doch ich hörte immer wieder: „Das ist ja schön und gut, aber bald sind wir wieder auf der Straße, und wenn wir nicht die andere Gang umbringen, dann töten sie uns.“ Also haben wir auch die 36 Mitglieder der rivalisierenden Gang in das Projekt aufgenommen. ▶

? Zwei verfeindete Gangs im selben Programm – und das ging gut?

Das war nicht ganz einfach, beide Seiten durften sich nicht begegnen. Alles lief auf ein großes Rugbyspiel hinaus. In der Nacht zuvor brachten wir beide Gangs im selben Haus unter. Die Spannung lag in der Luft, eigentlich waren alle panisch. Ich forderte sie auf, über ihre Probleme zu reden. Beide Seiten hatten schließlich Tote zu beklagen: Brüder, Cousins, Väter. In den beiden Gruppen waren auch zwei Männer, die einander Todfeinde waren. Beide hatten mehrfach versucht, sich gegenseitig umzubringen. Ich sagte dann zu ihnen: Wenn ihr mutig genug seid, euch zu töten, seid ihr auch mutig genug, euch zu vergeben? Schließlich schüttelten sich beide Kontrahenten die Hände. Aber es dauerte noch viel länger, viele Minuten, bis sie sich auch in die Augen schauen konnten.

? Das war der Beginn eines erfolgreichen Programms zu Kriminalitätsprävention?

Aus Feinden wurden erst Arbeitskollegen und dann oft sogar Freunde. Einer der beiden Widersacher, die sich bei dem ersten Rugbymatch versöhnten, wurde schließlich Bodyguard und hat später für mehrere Minister gearbeitet. Der andere der beiden Kontrahenten wurde Rugby-Trainer. Beide sind heute befreundet. Seitdem haben wir insgesamt zehn Gangs rekrutiert – über 200 Ex-Kriminelle arbeiten für uns. Jedes Jahr kommen neue Jugendliche auf die Hacienda, weil sie hier arbeiten oder Rugby trainieren wollen. Drei unserer Schützlinge haben es sogar in die venezolanische Nationalmannschaft geschafft.

? Warum ausgerechnet Rugby – der Sport ist nicht einmal typisch für Venezuela?

Rugby vermittelt Werte wie Respekt, Disziplin und Teamgeist. Das ist im Leben so wichtig wie auf dem Spielfeld. Ich habe selbst in meiner Studienzeit in Frankreich Rugby gespielt. Der raue Sport ist eine Sprache, die solche Männer verstehen. Auf dem Platz lernen sie, ihren Hass und ihre Wut zu kanalisieren. Der Sport hat diese Männer verändert: Heute trainieren die ehemaligen Kriminellen unsere Jugendmannschaften. Die Kinder geraten so gar nicht erst auf die schiefe Bahn. Insgesamt trainieren rund 2000 Kinder, Jugendliche und Erwachsene im „Alcatraz Rugby Club". Wir haben auch mehrere Frauenmannschaften.

? Das Projekt „Alcatraz" beschränkt sich längst nicht mehr nur auf die umliegenden Gemeinden.

Wir arbeiten zum Beispiel auch mit Strafgefangenen zusammen. Die Gefängnisse in Venezuela sind überfüllt und werden von Gangs kontrolliert. Das Tocoron-Gefängnis gilt als eines der gewalttätigsten des Landes. Der Gangleader sitzt dort ebenfalls ein und kommandiert eine Armee von teils schwer bewaffneten Männern – und damit meine ich nicht Knarren, sondern Handgranaten. Heute kooperiert der Mann mit uns und hat unsere Initiative ins Gefängnis gebracht. Dort gibt es jetzt auch ein Rugbyteam. Der Name Alcatraz steht dafür symbolisch, es ist der Name eines berühmten Gefängnisses, aber auch der eines Vogels. Ich sage immer: Es liegt an euch, wie ihr sein wollt – hinter Gittern oder frei wie ein Vogel.

? Ein erstaunliches Engagement für einen Rumfabrikanten. Wie hat sich das Projekt auf den Betrieb ausgewirkt?

Plötzlich wurde weltweit über unser Projekt berichtet. Wir wurden eingeladen, von unseren Erfahrungen zu erzählen. Das war auch für uns ungeheuer lehrreich: Wir haben gemerkt, die Menschen interessieren sich nicht nur für das Produkt, das wir herstellen, sondern auch für das, was dahintersteht. Durch das Programm ist die Kriminalität in den umliegenden Ortschaften deutlich zurückgegangen. Allein die Mordrate sank von über hundert auf lediglich zwölf Morde im Jahr. Das ist zum Vorbild für andere Regionen geworden.

? Gab es auch kritische Stimmen?

Anfangs sind uns viele mit Misstrauen begegnet: Die Leute fanden es merkwürdig, dass wir ausgerechnet Kriminelle unterstützten. Auch die Polizei sah das Projekt zunächst als Bedrohung. Deshalb haben wir auch die Polizisten, vor allem die gewalttätigen, in das Projekt eingebunden. Ich wurde etwa sechs Mal von der Polizei verhört, bis die Regierung begriffen hat, dass wir etwas Gutes machen. Zuerst wollten wir nur unsere Hacienda aus der Schusslinie nehmen. Später ging es darum, die Mordrate zu reduzieren und die Gesellschaft zu verändern.

? Wie gehen Sie mit Rückschlägen um, die doch sicher nicht ausbleiben?

Der Trick besteht darin, nicht einzelne Bandenmitglieder zu rekrutieren, sondern immer die gesamte Gang. Wenn sich dann einer danebenbenahm und aus dem Programm flog, war er ohne den Schutz der Gang. Deshalb kehrten viele rückfällig gewordene Kriminelle wieder zu uns zurück. Die Rückfallquote ist ohnehin gering: Mehr als zwei Drittel bleiben die gesamte zweijährige Ausbildung. Alle, die das geschafft haben, arbeiten heute in ganz normalen Berufen. Aber natürlich gibt es auch andere Fälle: Ein junger Mann, ein vielversprechender Spieler, erschoss einen Rivalen, während er im Programm war. Wir sagten: Du kannst nur bleiben, wenn du dich der Polizei stellst, deine Gefängnisstrafe antrittst und dich bei der Familie deines Opfers entschuldigst. Das hat er dann auch gemacht.

? Die Zustände in Venezuela sind desaströs: Die Währung verliert rasant an Wert, die Läden sind leer, viele Menschen hungern. Was lässt Sie trotzdem weitermachen?

Ich bin Optimist und glaube fest an eine Zukunft in Venezuela. Das Land braucht dringend gute Nachrichten. Wir machen weiter, weil es hier mit jedem Licht, das ausgeht, dunkler wird. Es ist leicht, die Zustände von außen zu kritisieren, aber es ist sehr viel schwerer, vor Ort an Lösungen zu arbeiten. Doch genau das tun wir: Wir haben gezeigt, dass sich jeder Mensch ändern kann, wenn man an ihn glaubt. Deshalb können wir auch die Gesellschaft verändern. Da bin ich Realist: Das ist machbar!

FUNDRAISING SYMPOSIUM 2019

Fachwissen, Vertiefung und Impulse zum Thema

Unternehmenskooperation

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

KEYNOTE-SPEAKERIN VALERIE MORTON

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

EINE VERANSTALTUNG DES

Fundraiser magazin

FREUNDLICH UNTERSTÜTZT VON

SCHOMERUS
Beratung für gesellschaftliches Engagement GmbH

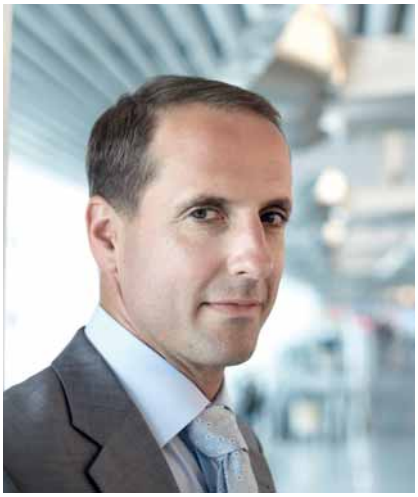
SEXTANT
SUPPORTS YOU.

marketwing®

GOETHE UNIVERSITÄT FRANKFURT AM MAIN

Fundraiser – Schmuddelkinder der NGO

Persönliche Gedanken von Tom Neukirchen



Bei der Feuerwehr müsste man arbeiten! Feuerwehrleute sind in vielen Ländern der Welt hoch angesehen. Sie retten Leben, unter Einsatz ihres eigenen. Helden eben! Die Arbeit für NGOs ist auch noch gut angesehen. Ganz anders ist das Ansehen von uns Fundraisenden in Deutschland. Das rangiert gefühlt eher in der Nähe von Maklern und Politikern, unteres Ende der Beliebtheits-Skala.

Eigentlich unverständlich, denn meiner Meinung nach retten auch manche Fundraiser Leben, indem sie zum Beispiel Ressourcen bereitstellen, die Menschen in Katastrophengebieten das Überleben sichern. Viele helfen, die Grundlagen unseres Lebens zu schützen. Und alle helfen, die Welt ein Stück besser zu machen. Gut, im Gegensatz zu den Feuerwehrleuten riskieren wir nicht unser eigenes Leben. Aber immerhin setzen wir uns für etwas Gutes ein, was für viele Branchen, wie Waffen-, Tabak-, Alkoholindustrie, nicht gesagt werden kann. Sie dienen dem schnöden Mammon, wir der Weltverbesserung.

Dennoch vermute ich, dass alle Fundraiser schon einmal mit einer Beleidigung konfrontiert wurden. Zum Beispiel als Bettler. Oder als Drücker oder Beutelschneider. Oder es schlägt ihnen offene Geringschätzung entgegen, verkleidet in Fragen: „Bist du der, der die Bettelbriefe verbricht?" oder „Hetzt du die Drücker in der Fußgängerzone auf die Menschheit?" bis „Bleibt von der Spende überhaupt was für NGOs übrig?"

Woher kommt das schlechte Image des Fundraisings?

Einige Studien legen nahe, dass Menschen, die prinzipiell nicht spenden – und das ist die Mehrheit unserer Bevölkerung – eine Begründung beziehungsweise Ausrede für ihr Nicht-Spenden suchen. Viele finden sie in vorgeblich zu hohen Verwaltungskosten. Sie finden also das Fundraising schlecht, um sich selber besser zu fühlen. Ein Selbstbetrug, der auch Millionen Spendende beleidigt.

Ich glaube aber, dass das nicht die ganze Wahrheit ist. Es gibt auch viele Spender, die Fundraising nicht wertschätzen. Selbst viele Mitarbeiter von NGOs, teilweise sogar die Leitung, finden Fundraising fürchterlich, nur ein notwendiges Übel, das die Schmuddelkinder der NGO, die Fundraiser, übernehmen.

Ich glaube, die Notwendigkeit von Fundraising wird in der breiten Öffentlichkeit ganz einfach nicht verstanden. Die Funktion, Bedeutung und Wirkungsweise von Fundraising ist ihr nicht im Ansatz klar.

Daran müssen wir alle arbeiten: der Verband, die Weiterbilder, Agenturen und NGOs. Es reicht nicht, auf unseren Kongressen als eingeschworene Gemeinschaft unsere Nestwärme und gegenseitiges Wohlwollen zu spüren. Wir müssen raus in die Welt, uns verteidigen gegen Vorurteile, selbstbewusst auftreten, die breite Öffentlichkeit offen aufklären und auch mal kritische Konflikte führen, das gehört dazu – und unterbleibt zu oft.

Wer heute im Fundraising arbeitet, ist Idealist, weil sein Job kein gutes Ansehen hat. Aber das Image des Fundraisings beeinflusst den Erfolg unserer Arbeit. Ich bin mir sicher: Wenn wir unser Image verbessern, können wir die Einnahmen unseres Sektors verdoppeln. Deswegen berate ich NGOs, wie sie mit kleinen konkreten Schritten am Image ihres Fundraisings arbeiten können.

Tom Neukirchen ist studierter Politologe, gelernter Journalist und Gründer – Gesellschafter der Fundgiver Social Marketing GmbH. Er ist seit über 20 Jahren im Fundraising tätig und seit zehn Jahren ehrenamtlich im Fundraising Verband engagiert.
► www.fundgiver.de

5. ONLINE FUNDRAISING FORUM 2019

26.03.2019
Startplatz
Köln

28.03.2019
Malteser-Hilfsdienst
Berlin

MIRIAM WAGNER LONG
Geschäftsführerin,
Agentur Zielgenau GmbH

Offline, Online, integriert.
Eine Stiftung agiert.

JULIANE WERNHARD
Gründerin,
forGood Gbr

Quo Vadis – Online junge
Donor relations finden

LORENZ TÖPPERWIEN
Social Media Manager,
Kindernothilfe e.V.

Eine NGO und ihre
Influencer

LUDWIG GRUNEWALD
Redakteur Online / Print,
Kindernothilfe e.V.

Eine NGO und ihre
Influencer

TIM HUFERMANN
CEO, JUNGMUT
Communication GmbH

missio – erfolgreicher
Webrelaunch

CHRISTIAN TEMBRINK
Geschäftsführer,
netspirits GmbH

Konkrete SEO Tipps für mehr
organische Reichweite

SABINE WAGNER SCHÄFER
Leitung Digital Fundraising,
AZ fundraising

Erfolgreiche crossmediale
Kampagne und Storytelling

OLIVER BROLL
Team Lead Social Media,
netspirits GmbH

Bewegte Bilder und
Influencer im Fundraising

...und viele weitere spannende Referenten und Themen

Jetzt informieren und anmelden unter **www.az-fundraising.de**.

Teilnahme exklusiv und kostenlos für Fundraiser und Onliner aus Organisationen und Stiftungen.

AZ fundraising

Generation ICH Generation WIR

Wie ticken die 50- bis 65-Jährigen?

Yogakurs, Enkelkind und Kurzurlaub

Man nennt sie Babyboomer, weil zwischen 1954 und 1969 so viele Kinder wie nie zuvor geboren wurden. Wie ticken die Kinder der Nachkriegskinder? Und gibt es Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland? Wie leben die Menschen zwischen 50 und 65 Jahren und wie sehen sie sich selbst?

Seite 20

Vom Gehorsam zum Anspruch

Fundraiser mühen sich immer mehr, bespielen alle Kanäle und optimieren die Instrumente. Und gleichzeitig erleben sie, dass die Spenden gemessen am Aufwand weniger werden. Die als sehr loyal geltenden Spender der Kriegsgeneration brechen weg. Und die nächste Generation lässt sich nur schwer überzeugen. Dabei sind die Babyboomer zum Spenden bereit. Wenn man sie versteht und ihnen entgegenkommt. Babyboomer wollen gesehen werden.

Seite 22

Keine Villa, kein Pool, kein Sportwagen?

Die Wünsche und Ziele der „Generation Wir" – Fundraiser-Magazin hat nachgefragt und überraschende Antworten erhalten. Eine Umfrage unter spannenden Menschen über Engagement und Motivation.

Seite 24

Die gleichen Uhren, die anders ticken?

Sie sind aufgewachsen in einer Zeit, in der viele vom ewigen Wohlstand aufgrund des Konjunkturaufschwungs träumten. Es gab keine Sorgen um Arbeitslosigkeit oder Rente. Es ist eine Generation, die in der Bevölkerung im Jahr 2017 einen Anteil von circa 23 Prozent ausmacht. Die älteren erwerbstätigen Haushaltsformen nehmen also an quantitativer Bedeutung zu. Der Wandel der Generationen und die Auswirkungen auf den Spendenmarkt.

Seite 30

Yogakurs, Enkelkind und Kurzurlaub

Wie leben die Menschen zwischen 50 und 65 Jahren und wie sehen sie sich selbst?

Man nennt sie Babyboomer, weil zwischen 1954 und 1969 so viele Kinder wie nie zuvor geboren wurden. Wie ticken die Kinder der Nachkriegskinder? Und gibt es Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland?

Von UTE NITZSCHE

Sabine legt ihr Smartphone weg. Soeben hat ihre ältere Tochter eine WhatsApp geschickt; ob Sabine vielleicht nach der Arbeit das Enkelkind aus der Kita abholen könne? Eigentlich wollte sich Sabine, seit wenigen Wochen 60 Jahre alt, endlich Zeit nehmen, um den Kurzurlaub mit ihrem Mann Thomas am Gardasee zu planen. Außerdem stehen heute noch der Wochenendeinkauf, ein Berg Wäsche und ein kurzer Besuch bei den eigenen Eltern an. Die beiden betagten Senioren sind froh, wenn Sabine ihnen ein paar Lebensmittel vorbeibringt. Aber nun plant sie die restliche Woche um: heute spielen mit dem zweijährigen Enkelsohn, morgen der Wochenendeinkauf und jetzt – macht sie erst mal ihr Handy aus und geht in die Kantine. Mittagspause ist Mittagspause!

So oder so ähnlich könnte ein typischer Alltag einer Vertreterin der Generation Babyboomer aussehen. Im Jahr 1964, als mit knapp 1,4 Millionen die meisten Kinder zur Welt kamen und der Babyboom seinen Höhepunkt erreichte, waren die beliebtesten Vornamen Sabine und Thomas. In diesem Jahr wurden je Frau im Schnitt 2,5 Kinder geboren. Auch vor und nach 1964 erblickten viele Kinder das Licht der Welt; zwischen 1954 und 1969 waren es pro Jahr immer über 1,1 Millionen Neugeborene. Und 80 Prozent von ihnen haben nun auch selbst Kinder. In Westdeutschland bekam eine Frau, die 1964 geboren wurde, ihr erstes Kind laut Statistik 1991, in Ostdeutschland vier Jahre eher. Zum Vergleich: 2017 kamen in Deutschland nur noch knapp 785 000 Kinder auf die Welt.

Sabines älteste Tochter Stephanie hat schon eine eigene Familie. Auch wenn es manchmal ganz schön anstrengend ist, alles unter einen Hut zu bringen, springt Sabine gern ein, wenn das Enkelkind kurzfristig betreut werden muss. Sie und ihr Mann sind gebürtige Thüringer und leben gern in ihrem kleinen Einfamilienhaus am Stadtrand von Jena, das sie nach der Wende gebaut und nun fast abbezahlt haben. Sabine hat in den 70er Jahren an der Fachhochschule Erfurt studiert und ist Ingenieurin, ebenso wie Thomas. Der Betrieb, in dem sie arbeitete, wurde zusammen mit der DDR stillgelegt. Damals war Sabine froh, als sie die Chance bekam, eine Umschulung zur Bürokauffrau machen zu können. Das war zwar unter ihrer Qualifikation, aber immer noch besser, als arbeitslos zu sein so wie andere in ihrem Freundeskreis, deren Diplom nach der Wiedervereinigung plötzlich nicht mehr anerkannt wurde. Die paar Jahre bis zur Rente möchte sie auf jeden Fall noch weitermachen. Die Arbeit im Büro eines mittelständischen Unternehmens macht ihr Spaß, es ist ein gutes Gefühl, noch gebraucht zu werden. Thomas ist nur am Wochenende zu Hause. Er pendelt schon seit Mitte der 90er Jahre jede Woche ins nahegelegene Bayern und arbeitet dort bei einem Automobilzulieferer.

Über 80 Prozent der Babyboomer sind oder waren bis zum Renteneintritt erwerbstätig. Im Vergleich zur Generation ihrer Eltern sind sie besser ausgebildet. Knapp ein Drittel des Jahrgangs 1964 hat Abitur oder Fachabitur. Einen Volks- oder Hauptschulabschluss haben 29 Prozent. Nach der Schule entschieden sich über die Hälfte, nämlich 58 Prozent, für eine Lehre, an eine Uni oder Hochschule gingen 16 Prozent. Bei den Männern waren Kraftfahrzeugmechaniker, Elektroinstallateur oder Maschinenschlosser die beliebtesten Ausbildungsberufe, ihre ehemaligen Mitschülerinnen entschieden sich gern für eine Lehre als Friseurin, Bürokauffrau oder Verkäuferin.

Kauffrau im Einzelhandel ist auch Sabines Freundin Birgit. Birgit wohnt in Bergisch-Gladbach bei Köln und ist frisch geschieden. Sie ist drei Jahre jünger als Sabine. Die beiden haben sich vor Jahren beim Skiurlaub in Österreich kennengelernt. Birgit hat zwei Kinder, und seit auch der Jüngste aus dem Haus ist und im Ausland studiert, startet sie noch mal richtig durch. Montags Yogakurs, mittwochs geht sie regelmäßig schwimmen, der Donnerstag ist fest für einen Mal- und Zeichenkurs verplant, denn Birgit hat vor einiger Zeit ihre künstlerische Ader entdeckt. Am Wochenende trifft sie sich gern mit ein paar Freundinnen zum Brunch. Anders als Sabine hat Birgit noch keine Enkelkinder und genießt ihr Leben in vollen Zügen. „Jetzt bin ich mal dran", ist einer der Sätze, die Birgit seit der Trennung von ihrem Mann Andreas, der schnell Karriere in einem großen Industrieunternehmen gemacht hat und bis in die Führungsetage aufgestiegen ist, gerne sagt. Ihr Verdienst als Filialleiterin in einer Parfümerie in der Innenstadt reicht aus, um nun alleine über die Runden zu kommen. Außerdem hat sie über die Jahre einiges zurücklegen können.

Ungefähr zwei Drittel der Babyboomer sind verheiratet, lassen sich aber auch häufiger wieder scheiden als die Generation ihrer Eltern. Im Jahr 2011 betraf das zum Beispiel 14 Prozent, in der Elterngeneration trennten sich nur zwischen 6 und 7 Prozent von ihrem Ehepartner. Das zeigt auch, dass die Babyboomer nicht mehr so abhängig von einem Ehepartner sind, obwohl Frauen dieser Generation immer noch deutlich weniger verdienen als Männer. 2017 hatten Männer in Westdeutschland im Durchschnitt einen Bruttoverdienst von 4095 Euro, hingegen bekamen Frauen für ihre Arbeit nur 3394 Euro brutto. Nicht ganz so groß ist der Unterschied in Ostdeutschland. Dort liegt der Bruttodurchschnittsverdienst aber insgesamt niedriger. Männer verdienten im gleichen Jahr 3084 Euro brutto, Frauen 2985 Euro. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes verdient die Babyboomer-Generation in Deutschland rund 10 Prozent mehr als der Durchschnitt aller Vollzeitbeschäftigten.

Am Wochenende will Birgit endlich einmal wieder mit Sabine telefonieren. Ein paar Fotos vom Enkelkind und ab und zu eine kurze WhatsApp sind dann doch auf Dauer zu wenig. Deshalb ist für Sonntag endlich mal wieder ein längeres Telefonat geplant – am Festnetz. Die beiden Frauen haben sich viel zu erzählen. Anschließend will Sabine sich dann endlich um die Reise an den Gardasee kümmern und im Internet nach Hotels suchen. Birgit ist dann noch mit ihrer Nachbarin, ebenfalls Single, verabredet. Sie wollen ein Glas Wein trinken und eventuell den „Tatort" schauen. Vielleicht kann Birgit die Nachbarin ja überreden, am Montag mal mit zum Yogakurs zu kommen. Auch wenn der Ruhestand immer näher rückt, gehören sie schließlich noch lange nicht zum alten Eisen. Das Leben fängt gerade erst an, so richtig Spaß zu machen.

▶ www.destatis.de

Vom Gehorsam zum Anspruch

Babyboomer wollen gesehen werden

Fundraiser mühen sich immer mehr, bespielen alle Kanäle und optimieren die Instrumente. Und gleichzeitig erleben sie, dass die Spenden gemessen am Aufwand weniger werden. Die als sehr loyal geltenden Spender der Kriegsgeneration brechen weg. Und die nächste Generation lässt sich nur schwer überzeugen. Dabei sind die Babyboomer zum Spenden bereit. Wenn man sie versteht und ihnen entgegenkommt.

Von DANIELLE BÖHLE

Viele, die nach der Arbeit nach Hause kommen, nehmen die Post aus dem Briefkasten nebenbei mit und packen sie auf einen Stapel für später. Briefpost ist ein Synonym für Werbung geworden. Diese wird nur selektiv beachtet. Die Nachkriegsgeneration ist die erste, die mit einer täglichen Werbekonfrontation groß wurde und Werbung kritischer gegenübersteht. (Spenden-)Briefe werden durchaus berücksichtigt, doch nur was Relevanz hat, durchbricht ihren Filter. Doch was ist für sie relevant?

Eine Generation macht dieselben historischen Erfahrungen, steht ähnlichen Anforderungen gegenüber, wächst mit ähnlicher Alltagskultur auf, erlebt dieselbe Mediensozialisation. Sie ist gekennzeichnet von gemeinsamen Werten, Einstellungen, Verhaltensweisen, die nicht vom Lebensalter abhängen, sondern von identischen prägenden „Welterfahrungen". Diese bleiben auch mit dem Älterwerden relativ stabil.

Die Kriegsgeneration wurde geprägt von Vertreibung oder Flucht und Wiederaufbau. Die an sie gestellten Anforderungen waren Anpassung, Disziplin, Gehorsam und Leistungserfüllung. Sie hat ein hohes Bedürfnis nach Sicherheit beziehungsweise sicheren Umständen – für sich und andere. Entsprechend aktiv reagiert sie auch auf wiederkehrende Spendenaufrufe, die an ihrer eigenen Geschichte rühren. Fundraiser müssen also gar keine Vorstellungskraft entfachen, sie rufen „einfach" Erinnerungen wach – und die sind stärker. Und weil diese Generation allen Spendenaufrufen gerecht werden möchte, verteilt sie ihr Geld auf viele Organisationen. Oft bedenkt sie zehn, fünfzehn oder mehr Organisationen mit kleinen Beträgen. Die viel zitierte Loyalität ist auch Ausdruck ihres Pflichtgefühls.

Wachsender Wohlstand

Die Nachkriegsgeborenen durchlebten eine ganz andere Sozialisation. Ihre Welt ist geprägt von einem sorgenfreien Aufwachsen. Konsum und Materialismus gewannen zur Wirtschaftswunderzeit an Bedeutung. Das Bildungsniveau stieg an und mit ihm die Jobsicherheit. Dank eines linearen Erwerbslebens wächst der Wohlstand weiter. Ein eigenes Haus und ferne Urlaube waren nicht mehr den Besserverdienenden vorbehalten.

Ein kritischer Humanismus löste Recht und Ordnung als Maßstab für soziales Handeln ab. Gleichwohl verspüren die Babyboomer heute eine tiefe Sehnsucht nach einer ihnen wohlvertrauten, (rollen-)geordneten Welt. Diese ist ebenso „typisch 60-/70er-Jahre" wie die Studentenrevolte. Doch in vielen Spendenbriefen wird die

Not fokussiert, statt auf das „Happy End“ hinzuarbeiten.

Erste Individualisierungswelle

Der Überfluss im Nachkriegsdeutschland betraf auch die Menschen selbst. Die Generation wird als Babyboomer bezeichnet, obwohl im kriegsversehrten Deutschland der echte Geburtenanstieg erst etwa ein Jahrzehnt später einsetzte als beispielsweise in Amerika. Der Babyboom führte zu überfüllten Kitas, Schulen und später Universitäten. Die Boomer drohten in der Masse unterzugehen. Dadurch entwickelte der Einzelne eine stärkere Fokussierung auf das Selbst. Die eigenen Bedürfnisse werden zur Prämisse. Es ist wichtig, aufzufallen und gegen die anderen zu bestehen. Selbstverwirklichung motiviert das Handeln. Es folgte die erste Verschiebung vom Wir zum Ich.

Das hat Auswirkungen auf das Fundraising: Ein Spendenbrief, der nur fordert, statt eine Identifikation und Beteiligung mit der Sache oder Organisation zu ermöglichen, geht am Selbstverständnis dieser Generation vorbei. Eine Spenderin drückte es mal so aus: „Ich bekomme Brief um Brief. Ich will mich beteiligen, aber sie geben mir das Gefühl, nur ein Geldautomat zu sein.“ Beim Beteiligen geht es nicht zwingend um ein aktives Ehrenamt, sondern um das Gefühl, Teil des Ganzen zu sein. Die Babyboomer wollen mitentscheiden, eingebunden werden – auch auf subtilste kommunikative Art. Sie brauchen dauernde Interaktion und Bestätigung, dass sie wahrgenommen werden. Wenn sie eine eigene Spendenaktion auf der NGO-Webseite erstellen, sind sie aktiver und sichtbarer, als wenn sie „in die Masse hinein“ spenden.

Babyboomer sind aus all den genannten Gründen selektiver in ihrem Spendenverhalten und bedenken nur ein paar ausgewählte Organisationen. Sie benötigen mehrere (kritisch geprüfte) Kontakte, bevor sie das Spendenformular ausfüllen. Es ist herausfordernder, aber nicht unmöglich, sie zu gewinnen. Fundraiser müssen verstehen, dass es entscheidender ist, was die Spender schätzen, als was die Organisation braucht. Statt ständig nach Geld zu fragen, sollten sie den Boomern mehr Bedeutung und Wert verleihen. Denn beides haben diese – so ihr Grundverständnis – verdient.

Dipl.-Psych. Danielle Böhle berät seit 2011 gemeinnützige Organisationen. Die Expertin für psychologisch wirksame Spenderkommunikation unterstützt die Kunden ihrer Agentur „Goldwind“ mit viel Leidenschaft bei Spenderansprache und -bindung und führt Spenderbefragungen durch. Aktuell lehrt sie zudem an der IST-Hochschule für Management das Fach „Kommunikationspsychologie“.
▶ **www.goldwind-bewirken.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

Keine Villa, kein Pool, kein Sportwagen?

Die Wünsche und Ziele der „Generation Wir“ – Fundraiser-Magazin hat nachgefragt:

Hannes (60)

Was machst du zurzeit beruflich?
Ich bin arbeitssuchend und habe so mehr Zeit für mein Hobby Medien- und Tontechnik und mein kleines Aufnahmestudio.

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
Wer: meine Partnerin und meine Freunde
Was: die aktuelle CD, die fertig werden soll

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
auf ein weiteres Mikrofon sparen

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt erleben?
ein Trip nach London und ein Besuch im Deutschen Museum München, mein Studio etwas weiter ausbauen

Wofür/wogegen engagierst du dich?
für ein gutes Miteinander der Menschen in meinem Umfeld und kulturelle Vielfalt

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
„Gelächter, meine Herren, ist die Antwort von Idioten auf jede neue Idee.“ (Fritz Lang, 1929)

Dagmar (58)

Was machst du zurzeit beruflich?
Ich arbeite ein Leben lang bei der lokalen Tageszeitung und widme mich hauptsächlich den Leser-Reisen.

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
mein Mann, der als Berufsschullehrer seit 15 Jahren nach MeckPomm pendelt, und das Autobahnchaos an den Wochenenden

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
Ich kaufe mir gute Kosmetik.

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt erleben?
In 2,5 Jahren höre ich nach 45 Jahren auf, aktiv zu arbeiten und freue mich auf einen neuen Lebensabschnitt. Weltweit gereist bin ich viel und werde dies auch weiter tun, aber dann spontaner und ohne Zeiteinschränkungen. Auch freue ich mich auf Zeit für Entdeckungen in meiner Heimatstadt – das ist viel zu kurz gekommen. Und ich freue mich und bin neugierig wie mein Mann und ich dann Zeit für ein gemeinsames Leben haben und das meistern (Augenzwinkern).

Wofür/wogegen engagierst du dich?
Durch meine vielen Reisen bin ich auch demütig geworden: Wie gut es uns hier in Deutschland geht und wie oft wir scheinbar unzufrieden sind. Auch darum engagiere ich mich seit fünf Jahren als Vorstandsmitglied im Ausländerrat Dresden e. V.

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Auch nach 58 Jahren freue ich mich, wenn ich morgens die Augen aufschlage, auf den neuen Tag, in der Neugier was dieser bringen mag!

Andrea (56)

Was machst du zurzeit beruflich?
Nach mehreren Schicksalschlägen bin ich EU-Rentnerin

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
in erster Linie immer die Familie und Freunde

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
situationsbedingt, entweder weiterverschenken oder mit Freunden was unternehmen

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun?
Da ich gesundheitlich eingeschränkt bin, sind meine Träume und Wünsche nicht so ausgeprägt. Ich kann mich an kleinen Dingen erfreuen und helfe sehr gern, egal welche Branche. Ich sage immer wieder: Schach hat mir das Leben gerettet, ich habe es mit sechs Jahren gelernt, dabei spielen Disziplin, Ausdauer und Kämpfen eine große Rolle.

Wofür engagierst du dich?
Ich arbeite gerne ehrenamtlich, z. B. beim Sonnenstrahl e.V., da ich auch betroffen bin.

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Wer kämpft, kann verlieren, wer nicht kämpft, hat verloren. (auch bezogen auf meine Leidenschaft Schach)

Ute (65)

Was machst du zurzeit beruflich?
im Ruhestand sein

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
meine Familie, vor allem mein Enkelkind

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
Das Geld kommt zunächst mal in mein Finanzbudget. Beim Ausgeben entscheide ich nicht nur für mich, sondern auch für andere. Einmal im Vierteljahr spende ich an kirchliche Organisationen, wie Misereor, Renovabis, Missio und Adveniat.

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun?
körperliche und seelische Gesundheit be- und erhalten (Alltagsbewältigung, Kultur, Religion, Reisen innerhalb Deutschlands)

Wofür/wogegen engagierst du dich?
Engagement in meiner Kirchengemeinde

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Sei dankbar und zufrieden.

Andreas (60)

Was machst du zurzeit beruflich?
Nun schon 20 Jahre Innovations-, Projekt- und Netzwerkmanagement in einem Zukunftsfeld, das wir in den letzten Jahren Bioökonomie nennen.

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
Die Werteakademie des Ost-West-Forums in Gödelitz (Landkreis Mittelsachsen), deren lebens- und berufserfahrene Beiräte junge Menschen aus Wirtschaft, Kultur und Politik, die bereits in Verantwortung stehen oder auf dem Weg dahin sind, in einem Prozess der Wertefindung motivieren, anregen und begleiten. Frieden, Demokratie, Gerechtigkeit, Weltoffenheit versus Gier, Selbstsucht, Ignoranz.

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
Vermutlich in die Urlaubskasse stecken. Mein Teilhabe-Gen würde bei Summen beginnen, mit denen ich wirklich etwas bewegen könnte – bspw. durch eine Stiftungsgründung.

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt erreichen?
Das erste Permakultur-Projekt in Nebelschütz (Landkreis Bautzen) der tollen Permagold eG, die mit den lokalen Freunden und Partnern den Ehrgeiz des Wandels in der Agrarwirtschaft positiv vorantreibt. Ich habe die Vision, dass es uns gemeinsam gelingt, hunderte Hektar in den ökologischen und regenerativen Landbau zu überführen. Wir haben es mal „Gesunder Boden für gesunde Wirtschaft“ genannt.

Wofür/wogegen engagierst du dich?
Für „Pulse of Europe“ als Bewegung für ein neues Europa. Den friedvollen und gewaltfreien Pro-Ansatz auf die Straße zu bringen, finde ich überfällig. Im Übrigen sehe ich eine Option, dass sich „Aufstehen“ in Deutschland als Bewegungsinitiative zugunsten „Wir stehen für etwas“ statt „Wir sind gegen“ entwickeln könnte … dann würde „Aufstehen“ wichtig werden.

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Aus langer Lebenserfahrung: Achte und pflege deine Freundschaften als einzig verlässliche Anker.

Antje (55)

Was machst du zurzeit beruflich?
Rentnerin

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
meine Familie und die Familie der Freundin meines Sohnes und meine Freunde

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
vermutlich für medizinische Zwecke verwenden

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun?
weiter leben und dafür sorgen, dass es mir gut geht

Wofür/wogegen engagierst du dich?
für die Erhaltung unserer Werte, gegen Ungerechtigkeit

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Was du nicht willst, das man dir tu, das füg auch keinem anderen zu.

Ulf (59)

Was machst du zurzeit beruflich?
Unternehmensberatung

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
einem wohltätigen Zweck spenden

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt erreichen?
den Renteneintritt

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Einmal mit Profis arbeiten!

▶ Mehr Statements lesen Sie auf den nächsten Seiten

Karsten (51)

Was machst du zurzeit?
Beruflich bin ich Berater für Print-, Event- und Online-Leistungen. Außerdem habe ich gemeinsam mit meiner Frau das Projekt „Fruchtgemüsemonster" ins Leben gerufen. Das ist ein Kartenspiel, mit dem schon Vorschulkinder Kenntnisse über 54 regionale Obst- und Gemüsesorten erwerben, damit möglichst viele Kinder wieder wissen, wie z. B. eine Johannisbeere aussieht.

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
meine Söhne, meine Tochter und meine Frau

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
Ich helfe dem Fruchtgemüsemonster beim Wachsen.

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun?
Die Idee unseres frühkindlichen Lernkonzepts – Das Frugemo ist los! – weiter ausbauen und unser glückliches Familienleben weiter genießen.

Wofür/wogegen engagierst du dich?
gegen undifferenziertes Denken

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Habe ein Motto und pass es an das Leben an!

Berenike (51)

Was machst du zurzeit beruflich?
Ich therapiere als angestellte Logopädin Patienten mit Sprach,- Sprech,- Stimm- und Schluckstörungen und arbeite als Honorardozentin in einer Berufsfachschule für Logopädie.

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
die Familie, die Patienten, Freunde

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
Ich lege diese in mein Portemonnaie und gebe sie nach und nach aus, das geht relativ schnell … das kann schon der Wochenendeinkauf sein oder die Bezahlung einer Strafe, wenn ich zu schnell gefahren bin, oder eine zusätzliche Arztrechnung oder ein Wochenmarktspaziergang mit meiner Tochter.

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun?
Ich möchte im Garten mehrere Bäume pflanzen und mich an der Natur erfreuen. Weiterhin würde ich mich gerne um ein paar Hühner und eine Ziege kümmern.

Wofür/wogegen engagierst du dich?
Ich versuche, in die Schulen meiner Kinder Engagement reinzustecken. In Kindergärten halte ich Vorträge zur optimalen Sprachentwicklung für Eltern und Erzieher, um Ängsten vorzubeugen.

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Durchhalten und dann Momente vornehmen, die man genießen kann.

Manuela (54)

Was machst du zurzeit beruflich?
Ich bin freiberuflich tätig und minimal angestellt.

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
Momentan haben meine beiden Töchter ein Studium begonnen. Gerne begleite ich sie auf dem Weg in die elterliche Unabhängigkeit.

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
Ich gehe in die nächste Buchhandlung.

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun?
Plan: Unsere Immobiliensanierungen abschließen und alle Wohnungen vermietet haben. Traum: eine Islandreise.

Wofür/wogegen engagierst du dich?
Wofür: Ich biete Raum für kulturelle Beiträge wie Filmvorführungen, Theaterabende und Ausstellungen in meiner Galerie und meinem Garten. Und ich bin gut vernetzt. Wogegen: Ich bin gegen Fluglärm direkt über unserem Dorf.

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Ich bringe kleine Dinge ganz groß raus.

Michael (54)

Was machst du zurzeit beruflich?
Werbetechniker

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
Partnerin, Familie

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
sparen und dann einen besonderen Wunsch erfüllen

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun/erreichen?
die Welt sehen und erleben

Wofür/wogegen engagierst du dich?
viel zu wenig

Hast du ein Lebensmotto?
nein

Marion (56)

Was machst du zurzeit?
Seit einigen Jahren bin ich nun schon EU-Rentnerin. Mein Gesundheitszustand erlaubt es mir aber, wieder ein paar Stunden berufstätig in der Verwaltung einer großen Kita zu sein. Den größten Teil der restlichen Freizeit nutze ich, um ehrenamtlich tätig zu sein.

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
Wichtig sind in erster Linie meine Familie und meine Gesundheit, auf welche ich sehr bewusst achte, soweit es mir möglich ist.

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
Hundert Euro? Hmmm, würde sicher im Alltag mit untergehen, aber ein kleines „Extra" würde ich mir sicher gönnen.

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun?
Ich breche immer gern mal aus dem Alltag aus und fahre gern irgendwohin, um abzuschalten und neue Energie zu tanken. Ein großer Traum ist es, Joseph, einen nach 30 Jahren wiedergefundenen Studienfreund, in Madagaskar zu besuchen. Bisher blieb es nur bei E-Mails und Telefonaten.

Wofür/wogegen engagierst du dich?
Ich engagiere mich ehrenamtlich für das Lingnerschloss, damit es bald wieder vollständig restauriert ist. Ein anderes „Projekt" ist das deutschlandweite Sportfest 2020 des „Gehörlosensportvereins Dresden 1920" e. V., welches zum ersten Mal in 100 Jahren in Sachsen stattfindet. Es werden 3500 Teilnehmer dabei sein. Ich habe mich bereit erklärt, dieses organisatorisch zu unterstützen.

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Was dich nicht umhaut, macht dich stärker.

Dagmar (53)

Was machst du zurzeit beruflich?
freie Journalistin und angestellte Sachbearbeiterin

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
mein Web-Projekt (im Entstehen) *www.sprechstundenschwester.de*

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
zwei Konzertkarten kaufen

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt erleben?
Ich wünsche mir, dass alle Arbeit suchenden Menschen mit Behinderungen einen erfüllenden Job finden, von dem sie menschenwürdig leben können.

Wofür/wogegen engagierst du dich?
für soziale Gerechtigkeit

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Alles hat (s)einen Sinn.

Dieter (62)

Was machst du zurzeit beruflich?
Fotograf mit Studio in Asbach/Westerwald

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
Familie und Freunde

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
für soziale Zwecke verwenden, gerade in der Weihnachtszeit wichtig

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun/erleben?
Mich mehr um die Reisefotografie kümmern und in Wort und Bild darüber berichten. Und meinen Enkelsohn (1,5 Jahre alt) gesund und munter bei seinem Abiball erleben.

Wofür/wogegen engagierst du dich?
für die Integration behinderter Menschen und die Unterstützung in Not geratener Personen

▶ Mehr Statements lesen Sie auf den nächsten Seiten

Wolfgang (57)

Was machst du zurzeit beruflich?
Angestellter/Sachbearbeiter

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
meine Schülerinnen und Schüler in meiner Shaolin-Kampfkunstschule

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
Zu den 100 Euro würde ich nochmal die gleiche Summe drauflegen und das Geld dem Sonnenstrahl e.V. spenden (schon praktiziert).

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun/erleben?
nochmal in die Mongolei zu den Wurzeln fahren, weiterer Ausbau meiner Shaolin-Schule

Wofür/wogegen engagierst du dich?
für kranke Kinder, aber auch als Lehrer für meine Schüler in der chinesischen Tradition

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Lebe dein Leben, erfülle deine Träume und warte damit nicht auf „später"!

Das Leben ist wie das Wasser: Es beginnt als Quelle, wird zum Bach, zum Fluss und endet im Meer. Auf dem Weg dorthin gibt es viele Hindernisse: Die einen werden umgangen, die anderen stetig abgetragen – es gibt nichts Weicheres und Härteres als das Wasser – sei also in deinem Leben wie das Wasser.
Ein Motto, das ich gern weitergebe.

Antje (57)

Was machst du zurzeit beruflich?
Pfarrerin

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
Frieden stiften, denn die Menschen werden immer unzufriedener.

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
nichts

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt erleben?
mehr Zeit für meine Enkel und endlich mal Zeit für Familie

Wofür/wogegen engagierst du dich?
Ich möchte, dass Demokratie (wieder) funktioniert, wahrgenommen und gelebt wird.

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Meine Zeit steht in Gottes Händen – ich versuche dadurch mehr Gelassenheit zu finden.

Mathis (51)

Was machst du zurzeit beruflich?
Teamleiter IT im Bereich Healthcare in Zürich

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
Meine Familie ist wichtig, für sie ist die Zeit momentan limitiert. Ich bin verheiratet und habe ein fünf Jahre altes Töchterchen.

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
das Auto volltanken und schnell nach Italien

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun?
Nächstes Jahr möchte ich wieder öfter in meine alte Heimat, sie fehlt mir.

Wofür/wogegen engagierst du dich?
Ich weiß, dass jedes Engagement in dieser Welt bei mir beginnt.

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Eigentlich nicht, eben gelesen:
„Es ist mal wieder Zeit für einen Mutausbruch."

Und wenn wir Sie fragen …

Was machen Sie zurzeit beruflich?

.....

Was/wer ist gerade wichtig für Sie?

.....

Jemand schenkt Ihnen 100 Euro – was machen Sie damit?

.....

Was möchten Sie in den nächsten Jahren unbedingt tun/erleben?

.....

Wofür/wogegen engagieren Sie sich?

.....

Haben Sie ein Lebensmotto?

.....

Kathleen (54)

Was machst du zurzeit beruflich?
selbstständig, Inhaberin und Geschäftsführerin der Agentur NetworksPR sowie der IceRollsFactory

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
Familie, Freunde

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
Ausgeben!

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun?
reisen

Wofür/wogegen engagierst du dich?
für meine Kinder und Unternehmen

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
Leben und leben lassen!

Peter (64)

Was machst du zurzeit beruflich?
Bauingenieur und Immobilienkaufmann

Was ist gerade wichtig für dich?
Die „Flüchtlingsfrage“: Seit 2015 vergeht kein Tag, an dem sich meine Umgebung und Familie nicht darum sorgt, sondern daran „stößt“ und sich im Familien- und Freundeskreis „gegenstrebende“ Parteien dazu bilden.

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
essen – also nicht die hundert Euro –, sondern als Spaghetti mit Frau und Freunden

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt erleben?
Gesund bleiben und dann in drei, vier oder fünf Jahren im Rentenalter möchte ich alle zwei Tage wandern und Sport treiben und wandern und Sport …

Wofür engagierst du dich?
Berufliche Erfolge versuche ich zu erreichen und private Anliegen (wie unseren Ortsverein) werden in der Freizeit mit Freude betrieben.

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
„carpe diem“ bzw. „Alles Streben ist eitel“ (beide nicht von mir)

Michael (58)

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
Familie und die Gesundheit

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
in unsere Urlaubskasse stecken

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun/erleben?
die letzten mir noch fehlenden Bundesstaaten der USA besuchen, Abitur meiner Kinder feiern, Porsche 911 Cabrio kaufen

Wofür/wogegen engagierst du dich?
Seit 33 Jahren bin ich ehrenamtlicher Versichertenberater der Deutschen Rentenversicherung BUND. In meiner Freizeit habe ich mit den Versicherten zusammen bislang ca. 7 000 Rentenanträge und Kontenklärungen durchgeführt.

Hast du ein Lebensmotto, wenn ja welches?
„Es geht nicht“ sind deine Grenzen, nicht meine!

Andreas (62)

Was machst du zurzeit beruflich?
Handelsvertreter/Industrievertretung

Was/wer ist gerade wichtig für dich?
meine Kinder und Enkel

Jemand schenkt dir 100 Euro – was machst du damit?
mir etwas Schönes genehmigen, das ich schon lange im Auge habe: ein schönes Buch, ein Konzert …

Was möchtest du in den nächsten Jahren unbedingt tun?
Unbedingt klingt sehr kategorisch – ich möchte in den nächsten Jahren viel Freude mit meinen Kindern und Enkeln haben und auch viel Freude und Erfolg bei meinen Hobbies.

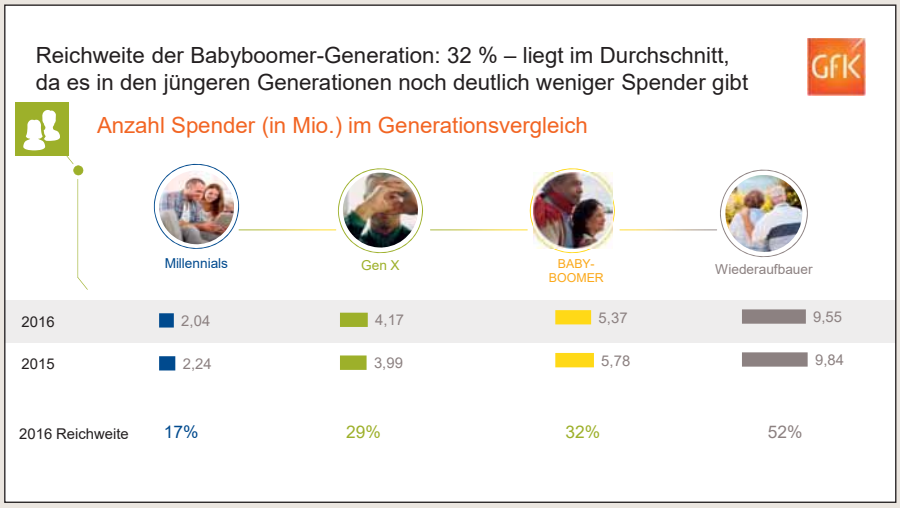
Wofür/wogegen engagierst du dich?
Engagement dagegen ist nicht meine Sache.

Hast du ein Lebensmotto?
Ein konkretes Motto habe ich nicht, aber Optimismus als Basis.

Die gleichen Uhren, die anders ticken?

Der Wandel der Generationen und die Auswirkungen auf den Spendenmarkt

Wenn wir die Babyboomer betrachten, geboren in der Zeit von 1952 bis 1966 (GfK-interne Definition), so sprechen wir von der Altersgruppe 51 bis 65 (Jahr 2017). Sie sind aufgewachsen in einer Zeit, in der viele vom ewigen Wohlstand aufgrund des Konjunkturaufschwungs träumten. Es gab keine Sorgen um Arbeitslosigkeit oder Rente. Es ist eine Generation, die in der Bevölkerung im Jahr 2017 einen Anteil von circa 23 Prozent ausmacht. Die älteren erwerbstätigen Haushaltsformen nehmen also an quantitativer Bedeutung zu.



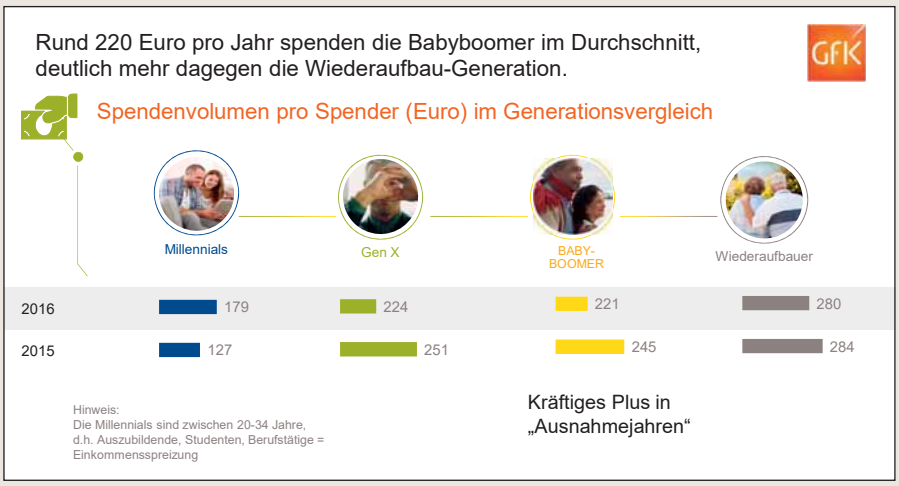
Von BIANCA CORCORAN-SCHLIEMANN

Der GfK-Konsumklima-Index zeigt seit Jahren den Optimismus der Verbraucher. Deutschlands Wirtschaft ist weiter auf Wachstumskurs, die Arbeitslosenzahlen sind dauerhaft niedrig. Ein prima Klima auch für das Spenden. Das GfK Consumer Panel Charity*Scope berichtet für die Geldspenden von deutschen Privatpersonen ab zehn Jahren ein Spendenvolumen von 5,2 Milliarden Euro für das Jahr 2017. Damit war es das drittbeste Spendenjahr seit Beginn der Erfassung 2005. Eigentlich eine perfekte Situation. Allerdings zeigen die Analysen, dass die Anzahl der Spender seit Jahren beunruhigend zurückgeht. Lag die Spenderreichweite im Jahr 2005 noch bei circa 50 Prozent, das heißt, jeder Zweite hat mindestens einmal pro Jahr Geld für gemeinnützige Organisationen gespendet, so liegt die Reichweite im Jahr 2017 nur noch bei 32 Prozent. Wir sprechen also von 21,3 Millionen Spendern und damit einem Rückgang um rund 13 Millionen Spendern.

Greift man sich speziell die Babyboomer heraus, so liegt deren Spenderreichweite bei 32 Prozent. Diese Reichweite liegt im Durchschnitt, da es in den jüngeren Generationen noch weniger Spender gibt. Vergleicht man aber diese Reichweite mit der spendenfreudigsten Gruppe, der Wiederaufbaugeneration, dann ist hier ein deutlicher Unterschied zu sehen. Hier liegt die Reichweite 2017 bei circa 50 Prozent. Die spendenfreudige Generation der Älteren „70+“ machte im Jahr 2017 mehr als 40 Prozent des Spendenvolumens aus. Mit 2,14 Milliarden Euro ist es die stärkste Spendergruppe.

Spendet die Altersgruppe „70+“ im Durchschnitt circa 290 Euro, sind es bei den Babyboomern nur circa 220 Euro (2016). Nur in Jahren von großen, medienwirksamen Katastrophen, wie dem Tsunami im Jahr 2015, ist diese Altersgruppe bereit, einmalig mehr zu spenden. So stieg das Spendenniveau der Babyboomer im Jahr 2015 auf 245 Euro im Durchschnitt. Wenn die Wiederaufbaugeneration den Spendenmarkt verlässt, dann folgt hier also eine Generation, die sich unter Umständen anders verhält als die für die Geldspenden derzeit wichtigste Altersgruppe „70+“.

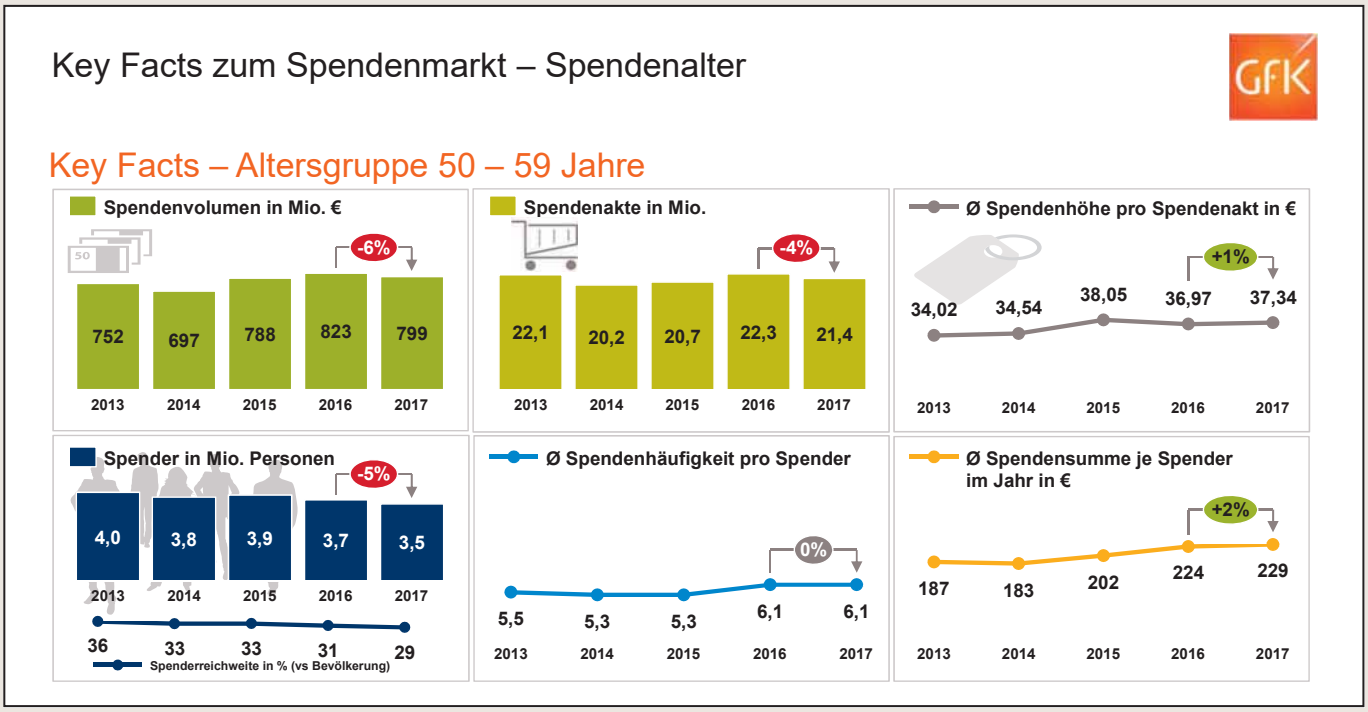
Kann man diese Spendenzurückhaltung mit Hilfe der generellen Werte, Meinungen und Einstellungen erklären? Die Babyboomer zählen heute zum erwerbstätigen Kern der



Gesellschaft. Sie werden, wie auch die anderen Generationen, beispielsweise von Meinungen und Einstellungen geprägt. Diese verändern sich. In der Zeit, in der viele mit der Kindererziehung beschäftigt sind, bleibt schließlich Verantwortung weiter wichtig (52 Prozent), und zugleich steigt die Bereitschaft zum Verzicht. 17 Prozent der 35- bis 49-Jährigen rechnen damit, dass sie sich persönlich etwas zurücknehmen müssen. Damit erreichen sie neben den über 65-Jährigen in diesem Punkt den höchsten gemessenen Wert. Die Laune verderben lässt sich diese Generation angesichts dessen aber nicht: Optimismus ist in den Augen von 49 Prozent ein Wert mit Zukunft. Diese positive Weltsicht teilen auch die 51- bis 65-Jährigen bis zu einem gewissen Grad. Auch die eigenen vier Wände werden nun langsam bedeutsamer. Dafür kommt es ihnen deutlich weniger auf Werte wie Leistung oder Verantwortung an. Wer die 50 überschritten hat, ist offenbar eher der Ansicht, sein Soll schon überwiegend erfüllt zu haben und sich nun auf neue Dinge konzentrieren zu können. Ihr Fokus liegt aber vor allem auf Sicherheit, die dieser Altersgruppe mit 76 Prozent besonders wichtig ist.

Angst vor Armut und Rentenlücke

Wer wird in einer Zeit des Aufschwungs und niedrigen Arbeitslosenzahlen an eine drohende Armut denken? Jeder fünfte Deutsche tut das. Die Frage, ob und wie sich das Leben finanziell bestreiten lässt, beunruhigt zudem tendenziell immer mehr Bundesbürger – vor zehn Jahren nannten nur halb so viele Menschen Armut als Top-Herausforderung. Vermutlich haben sie beim Gedanken daran vor allem die Altersarmut im Kopf: Ebenfalls jeder Fünfte findet nämlich, dass dringender Handlungsbedarf bei den Renten und der Altersversorgung besteht. Offenbar lässt sich der demografische Wandel immer weniger ausblenden – er hat zur Folge, dass die Rentenlast auf immer weniger junge Schultern verteilt wird. Die wachsende Besorgnis mit Blick auf Armut und Renten passt auf den ersten Blick nicht zur Tendenz, die sich in Sachen Arbeitslosigkeit abzeichnet. Hier sinkt die Angst: Nur noch gut jeder zehnte Deutsche sieht in diesem Thema ein dringend zu lösendes Problem; vor zehn Jahren waren es noch viermal so viele. Tatsächlich sind die Arbeitslosenzahlen in der Bundesrepublik auf niedrigem Niveau. Dass die Menschen sich im Job sicher fühlen, ändert jedoch nichts an ihrer Angst vor der Rentenlücke – denn trotz langer Arbeits- und Beitragsjahre ist die Finanzierung im Alter nicht bei jedem ausreichend gesichert. Befragungen im GfK Charity*Scope zeigen, dass 47 Prozent der Befragten sagen, dass ... ▶



…„Spenden, um die Not von Bedürftigen zu lindern“ von Bedeutung ist.

Information über das Projekt und Regionalität zählen

Wichtig für die Altersgruppen 50 bis 69 sind die genaue Information über das Projekt und die Regionalität der Spendenprojekte. Gerade Letzteres könnte auch ein Punkt sein, warum man sich eben für das Nichtspenden entscheidet, da man die Zeit nicht hat, um sich mit der Problematik intensiv zu beschäftigen. Es gibt auch einen wachsenden Anteil der Befragten (36 %; +6 Prozentpunkte im Vergleich zu 2012), die der Meinung sind, dass „Hilfe für die Ärmsten Sache des Staates ist“. Dies könnte ein Ausdruck der Angst vor der eigenen Armut in der Zukunft sein.

Aktiver und gesünder

Vergleicht man innerhalb der Babyboomer-Generation die Silver Professionals, also die berufstätigen 55- bis 64-Jährigen mit gleichaltrigen Rentnern, gibt es zunächst einmal durchaus Gemeinsamkeiten: Beide Gruppen – auch die Ruheständler – sind trotz ihres „Seniorenstatus“ aktiver als früher, leben gesünder und sind sich der eigenen Endlichkeit bewusst. Während die Älteren mit dem Renteneintritt aber eher nach innen gerichtet leben und ihre Zeit mit dem Partner verbringen, gehen die Silver Professionals auch nach Büroschluss noch ihren Interessen nach. Sie gelten als aktive Menschen, die ihren Beitrag für die Gesellschaft leisten wollen. Dass das mitunter neben dem Job ganz schön stressig sein kann, löst hin und wieder den Wunsch nach mehr Zeit für die „schönen Dinge des Lebens“ aus.

„Wer nicht rastet, rostet auch nicht“

Doch insgesamt scheint ihnen ein voller Terminkalender eher gutzutun. Ganz nach dem Motto „Wer nicht rastet, rostet auch nicht“ sehen die Silver Professionals den Beruf als Möglichkeit, agil zu bleiben. Und ganz „nebenbei“ sorgt die lange Berufstätigkeit auch für ein gutes finanzielles Polster, allerdings auch für zunehmenden Zeitstress. Die Verfügbarkeit über Zeit ist der zentrale Unterschied zwischen den Silver Professionals und den „Jungen Rentnern“. Bei Silver Professionals führt Fremdbestimmung und Hektik im Beruf zu Verlangen nach Ausgleich im Privaten.

Am Ende bleiben aber Fragen offen; Fragen nach Motiven der Nicht-mehr-Spender, nach Barrieren der Nichtspender, die Suche nach Ansatzpunkten, um die ehemaligen Spender wiederzugewinnen und Neuspender zu generieren. Um diese Fragen zu beantworten, plant die GfK die Durchführung einer Multi-Client-Studie.

Bianca Corcoran-Schliemann ist Diplom-Kauffrau und bringt 22 Jahre Erfahrung in der Marktforschung mit. Sie hat langjährige Erfahrung in den Bereichen Consumer Panel, Handelspanel und Ad hoc-Forschung. Sie ist von Anfang an in der Kundenbetreuung tätig, hält Präsentationen und Vorträge. Seit Juli 1997 hat sie unterschiedliche Tätigkeiten und Verantwortlichkeiten innerhalb des GfK Consumer Panels wahrgenommen. Aktuell liegt ihr Fokus auf der Kundenbetreuung im Bereich Charity und Retail.
▶ www.gfk.com

DEUTSCHER
FUNDRAISING
KONGRESS

2019

MITEINANDER WACHSEN: DREI TAGE FUNDRAISING IN THEORIE UND PRAXIS

MITTWOCH: FACHTAG
DIGITALES

70 SEMI-NARE

800 TEILNEHMER

KARRIERE SPEZIAL
MIT JOBBÖRSE

8.–10. MAI 2019 IN KASSEL

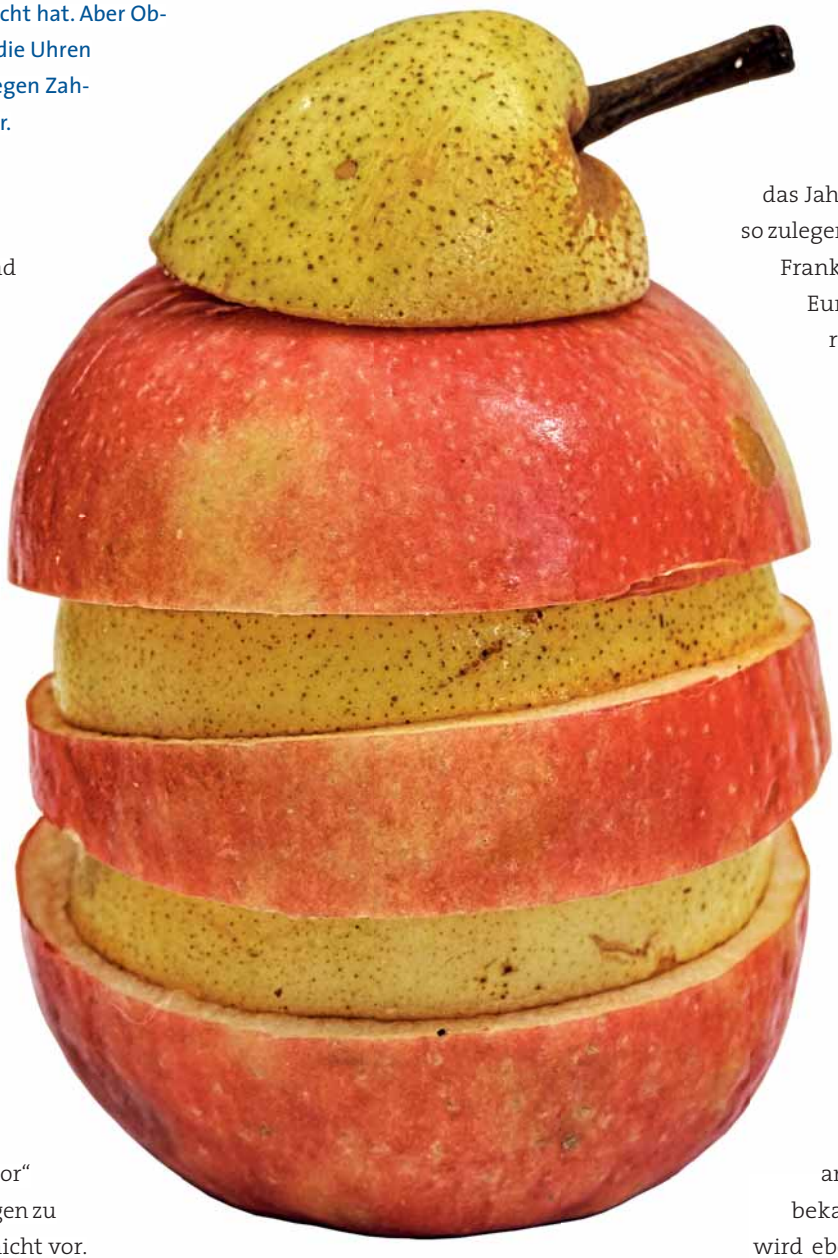
www.fundraising-kongress.de

Von Äpfeln und Birnen

Das Spendenjahr 2018 im Raum D-A-CH: ein unmöglicher Vergleich

Zahlen über Zahlen: Nicht immer ist es sinnvoll, sie nebeneinander zu stellen. Manchmal vergleicht man damit die sprichwörtlichen Äpfel mit Birnen. Wir tun es trotzdem und schauen, was das Jahr 2018 für Österreich, Deutschland und die Schweiz gebracht hat. Aber Obacht: In der Schweiz ticken die Uhren ein bisschen anders. Hier liegen Zahlen erst für das Jahr 2017 vor.

Von RICO STEHFEST



Welche Publikationen sind es, in die wir unsere Nase mal etwas tiefer gesteckt haben? Für die Schweiz liegt die Auswertung „Spendenmarkt Schweiz 2017“ von SwissFundraising vor. Der österreichische Fundraisingverband verbindet teils eigene Zahlen mit Ergebnissen des Instituts für Sozialforschung in Linz, und in Deutschland ist es der Deutsche Spendenrat, der gemeinsam mit der GfK jährlich die „Bilanz des Helfens“ veröffentlicht. Die vom Deutschen Fundraising Verband regelmäßig im „Deutschen Spendenmonitor“ veröffentlichten Zahlen lagen zu Redaktionsschluss noch nicht vor.

Rekorde an allen Fronten

Und was sagen die Zahlen? Gleich als Erstes dürfen sich alle Spender mit Stolz in die Brust werfen. Sowohl Deutschland als auch Österreich haben einen Zuwachs in den Spendensummen verzeichnen können. Mit 675 Millionen Euro legte Österreich zwei Prozentpunkten zu, Deutschland darf sich sogar noch stärker auf die eigene Schulter klopfen und sich zu einem Zuwachs von ganzen sechs Prozent gratulieren. Auf 3,3 Milliarden Euro kommen die deutschen Spender. Die Schweizer haben für das Jahr 2017 betrachtet genauso zulegen können. 1,85 Milliarden Franken (ca. 1,64 Milliarden Euro) bilden das seit Jahren beste Ergebnis ab.

Unterschiedliche Erhebungsmethoden

Trotzdem unterscheidet sich die Kultur des Spendens in den drei Ländern. Waren in der Schweiz nach eigenen Angaben 2017 ganze 83 Prozent der Haushalte (!) mildtätig aktiv, spendeten in Österreich 2018 offiziell 60 Prozent der Bevölkerung. Deutschland steht im Vergleich dazu mit mageren 24,5 Prozent ganz anders da. Neu ist das aber bekanntlich nicht. Daraus wird eben wieder einmal deutlich, wie die Art der Erhebung die Zahlen beeinflusst. Sicherlich steht für eine solche Form der Statistik internationale Vergleichbarkeit nicht im Vordergrund. Eine vereinheitlichte Methodik wäre wohl in niemandes Interesse, weil Aufwand und Nutzen höchstwahrscheinlich in keinerlei Relation stünden.

Bei den Spendenthemen geht das Ganze weiter. Wo die Zahlen der GfK für die deutsche „Bilanz des Helfens“ mit der Überschrift „humanitäre Hilfe“ das Feld so weit fasst, dass das fast zwangsläufig die größte Spendengruppe sein muss, differenziert hier Österreich in gleich mehrere Unterpunkte.

Spendenthemen unterschiedlich aufgeschlüsselt

Das Ergebnis hat zur Folge, dass nach dem Thema „Kinder“ auf Platz 1 der „Tierschutz“ folgt und sich wiederum daran auf den folgenden Rangplätzen „Katastrophenhilfe im Inland“, „Obdachlose/Bettler“ und „sozial Benachteiligte“ finden. Im deutschen Rankling liegt der „Umwelt- und Naturschutz“ auf Platz 3 hinter der „Kultur- und Denkmalpflege“. Die Schweizer Erhebung differenziert die humanitären Themen derart stark, dass der „Umweltschutz“ nur auf Platz 4 landet, obwohl dieser Bereich ganze 46 Prozent der Spenden ausmacht, in Österreich aber nur 21 Prozent!

Noch weiter beeinträchtigt werden hier die Zahlen durch die Möglichkeiten der Mehrfachnennung bei der österreichischen Erhebung.

Potenzielles Wachstum bei der Kultur

Auffällig ist auch der Bereich der Kultur (inklusive Denkmalschutz). In Deutschland ist dieser Bereich von 2,7 Prozent (2017) auf 1,8 Prozent eingebrochen. Über die Gründe dafür lässt sich nur spekulieren. In der Schweiz bildet die Kultur zwar gemeinsam mit dem Bereich „ältere Menschen“ auch eins der Schlusslichter, liegt aber immer noch bei 25 Prozent und damit noch vor den Menschenrechten (21 %).

Der Fundraising Verband Austria hingegen verzeichnet zwar ebenso geringe Werte (15–20 Millionen Euro), gibt sich aber trotz der erschwerten Spendenabsetzbarkeit durch Kultureinrichtungen für die Zukunft optimistisch und verweist auf Leuchtturmprojekte wie die Crowdfunding-Aktion für den Erhalt des Filmes „Stadt ohne Juden“, die 86 000 Euro einbrachte (wir berichteten) und die Spenden-Aktion für das Sigmund-Freud-Museum in Wien (Seite 50).

TeleDIALOG Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

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

Cooler Fisch?

Das ist kein Fisch. Ganz im Gegenteil. Das ist sogar etwas, das einem Fisch so gar nicht passt. Es handelt sich um ein Tragenetz für Kartoffeln. Das hat der Clean River Project e.V. aus einem Fluss gefischt und effektvoll in Szene gesetzt. Mit solchen Fotografien macht der Verein aus Winningen auf sein Umwelt- und Bildungsprojekt aufmerksam, das sich für saubere Flüsse und Meere einsetzt und die Plastikmüllverschmutzung durch aktives Aufräumen der Gewässer und Aufklärung senken möchte. Dafür gab es den Deutschen Engagementpreis 2018 in der Kategorie „Leben bewahren".

▶ www.cleanriverproject.de

Davon erzählen

Eine Plattform will Ehrenamtliche motivieren

Die Prämisse „Tu Gutes und sprich darüber" gilt nach wie vor. Die beiden Medienwissenschaftlerinnen Luisa Blendinger (links) und Katrin Gildner haben diesen Gedanken aufgegriffen und bereits während ihres Studiums in Tübingen als Teil ihrer Masterarbeit den Podcast „erzähldavon" gegründet, in dem sie regelmäßig mit ehrenamtlich engagierten Menschen ins Gespräch kommen und sie zu ihren Erfahrungen und Herausforderungen befragen, immer mit einem Blick auf Kommunikation. Klar ist dabei vor allem eines: Wer seine Erfahrungen tauscht, profitiert in jedem Fall davon. Außerdem wollen die beiden Macherinnen ehrenamtliches Engagement schlichtweg stärker sichtbar machen. Seit Juni 2017 sind mittlerweile 71 Folgen entstanden, die sich Themen wie Tipps zu erfolgreichen Teamsitzungen, Tool-Tipps wie Goolge Docs oder Trello und Öffentlichkeitsarbeit widmen. Der Podcast ist aber nur ein Teil der Plattform. Neben Möglichkeiten der Vernetzung bieten Luisa und Katrin Workshops und Beratung für Organisationen, Vereine und Hochschulgruppen, die ihre Projekte voranbringen wollen.

▶ www.erzaehldavon.de

MEINE MEINUNG

„Verbitterung ist nicht konstruktiv"

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Fundraisingverbände haben bekanntlich Ethikregeln für das Einwerben von Spenden, die Orientierung für jeden professionell arbeitenden Fundraiser bieten sollen. Ethischen Grundsätzen haben sich natürlich auch die Schweizer verschrieben. Im Detail fragt man sich aber, wie dehnbar Definitionen sind und wo genau die Grenzen liegen. Mit Humor um Spenden bitten? Kein Problem. Darf man aber zynisch sein? Gute Frage.

In diese Richtung zumindest geht nämlich ein Spendenaufruf des Verbandes Schweizer Lokomotivführer und Anwärter. In ihrem Magazin „LocoFolio" moniert Marc Engelberger vom Vorstand des Verbandes unzureichendes Reinigungsmaterial und bittet deshalb um gebrauchte Bürsten und Eimer. Das liest sich zwar wie ein Witz, ist aber bitterer Ernst. Damit wollen die Angestellten die Frontscheiben ihrer Loks zukünftig wieder ordentlich sauber kriegen. Die von den Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) zur Verfügung gestellten Bürsteli reichen einfach nicht aus. Der Spendenaufruf gipfelt in dem Slogan „Spenden Sie! Aus Liebe zum Menschen." Natürlich ist das mehr Marketing als Fundraising. Von seitens der SBB heißt es zudem, das Personal könne über eine Hotline generell zusätzliches Reinigungsmaterial anfordern. Außerdem sei die (zusätzliche) Reinigung der Frontscheiben eine freiwillige Sache.

Wie also? Der eigenen Verbitterung bissig Ausdruck verleihen, verspricht Aufmerksamkeitswert, ist aber nicht konstruktiv.

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

Kurzgefasst …

Regionales Portal

Die Kreissparkasse Waiblingen hat gemeinsam mit betterplace eine Plattform geschaffen, die im Landkreis Rems-Murr Spender und Vereine zusammenbringen soll. Gemeinnützige Organisationen der Region können sich kostenlos registrieren und für ihr Engagement werben. Für 40 Projekte sind so bereits fast 72 000 Euro gespendet worden.

▶ www.gut-fuer-den-rems-murr-kreis.de

Privates Sozialzentrum geplant

In der Nähe des Wiener Hauptbahnhofs wird ein aus privaten Spenden finanziertes Sozialzentrum geplant. „Cape 10“ soll armen Menschen medizinische Versorgung und eine Zufluchtstätte bieten. Das Zentrum soll auch Kulturangebote sowie ein Tageszentrum für obdachlose Frauen und ein Gesundheitszentrum umfassen.

▶ www.cape10.at

Schweizer Kinderbuch zum Thema Flucht

Carol Tanner, Jolyne Loepfe und Lea Schmid aus Bern haben für ihr Kinderbuch „Fennek findet ein neues Zuhause“ den youngCaritas-Award 2018 der Schweiz erhalten. Durch Gespräche mit Betroffenen entstand für das Buch eine lebensnahe Geschichte, die auf einfühlsame Weise die Realität einer Flucht aufzeigt.

▶ www.caritas.ch

United Charity mit acht Millionen Euro

Das Auktionsportal United Charity hat die Spendenmarke von acht Millionen Euro geschafft. Seit 2009 bietet das Portal immer wieder einzigartige Erlebnisse und Gegenstände an, nicht selten persönliche Kleidung und Ausrüstungsgegenstände erfolgreicher Sportler. Diese werden zugunsten von Kindern in Not meistbietend versteigert.

▶ www.unitedcharity.de

Mehr Förderung durch Aktion Mensch

Die Aktion Mensch hat zum Jahreswechsel ihre Förderbedingungen überarbeitet. In vielen Programmen wurden die Förderquoten von 70 auf 90 Prozent erhöht. Anstatt 50 Einzelprogramme wird es nur noch fünf Förderbereiche geben. Die Aktion Mensch hatte in den letzten Jahren ihre Mittel nicht mehr wie gewünscht verteilen können, sodass ein Überschuss von mehr als 100 Millionen Euro entstanden ist.

▶ www.aktion-mensch.de/foerderung

Fairer Handel?

Blockchain-Technology unterstützt Reisproduktion Kambodschas

Oxfam hat mit BlocRice Mitte November vergangenen Jahres eine Blockchain-Versorgungskette für die Reisproduktion in Kambodscha gestartet. Hintergrund ist das Bemühen um mehr Transparenz und Sicherheit für die Reisproduzenten als auch die entsprechenden Käufer in den Niederlanden. Bis zum Jahr 2022 sollen sich 5000 Farmen dem Projekt anschließen. Auf der Basis sogenannter „smart contracts“ sollen durch die verstärkte Automation und bessere Sichtbarkeit der einzelnen Bauern die Möglichkeiten für höhere Preise erreicht werden. In bisherigen Vertragsmodellen profitierten vor allem die Produzenten selbst kaum von dem Geschäft. Die neue Struktur soll insbesondere Kleinbauern zu mehr Umsatz und dadurch stabileren Einkommen verhelfen. Eine zum Programm gehörende App erlaubt den Konsumenten zudem, „ihren“ Reis konkret und lückenlos in der Produktionskette zurückverfolgen zu können. Ein ähnliches Projekt läuft bereits in China unter der Ägide der Alibaba-Gruppe.

▶ www.cambodia.oxfam.org/BlocRice

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

SEIEN SIE DABEI!

Werden Sie jetzt Mitglied im Deutschen Fundraising Verband.

Mitgliederrabatt für den Deutschen Fundraising Kongress 2019

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

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

Menschenrechte in Frage gestellt

Wie innerhalb von vier Wochen 20 000 Menschen für ein wichtiges Votum aktiviert wurden

Man kann nicht Mitglied werden. Es ist keine Organisation. Es gibt keine weiteren Aktivitäten außer dieser Kampagnenarbeit. Es ist ein loser Zusammenschluss von Menschen, die das gleiche Ziel verfolgen – parteiunabhängig. Diese „unmenschliche Initiative" sollte abgelehnt werden. Und es hat geklappt: Die Schweizer Kampagne des „Dringenden Aufrufs" gegen die Anti-Menschenrechtsinitiative war ein voller Erfolg.

Von KATJA PRESCHER

Innerhalb kürzester Zeit wurde der Aufruf des Komitees gegen die Initiative der Schweizerischen Volkspartei (SVP) von über 20 000 Menschen unterzeichnet. Gleichzeitgig wurden online mehr als 450 000 Franken an Spenden gesammelt.

Alessandro Iacono, Kampagnenleiter des „Dringenden Aufrufs", der gemeinsam mit der politischen Aktivistin Mia Jenni die Kampagne seit Anfang Oktober leitete, war von der Unterstützung in der Zeit bis zur Abstimmung Ende November überwältigt: „Ohne die tausenden Aktivisten und zahlreichen Kleinspender hätten wir keine Plakate finanzieren, keine Inserate buchen und keine Online-Werbung schalten können. Dieser Sieg gehört vor allem ihnen."

Politische Kampagnen, sagt er, seien genau sein Ding. Seit wenigen Jahren mischt er vor allem bei Abstimmungskampagnen mit. Der ZHAW-ler schreibt sich heute vor allem das Digital Campaigning auf die Fahne. Und das erfolgreich. Mit seinem Siegeswillen jonglierte er für den „Dringenden Aufruf" alle digitalen Aktivitäten. Mia Jenni hingegen verantwortete das Analoge und die Medienarbeit. Die studierte Germanistin und Kunsthistorikerin, die sich bereits seit Längerem gesellschaftspolitisch engagiert und organisiert, schätzt die direkte Demokratie in der Schweiz. Volksabstimmungen sind ein wichtiges Element des politischen Systems.

Beide wissen, dass gutes Campaigning nicht nur Plakate aufhängen ist. Wichtiger ist es, die Menschen für die eigene Kampagne zu begeistern und auf breite Unterstützung zählen zu können – auf ein großes Netzwerk an freiwillig Engagierten –, die als Multiplikatoren klare Botschaften weitergeben, um alle Teile der Gesellschaft zu erreichen.

Engagierte als Multiplikatoren

Und das wusste die Kampagne zu nutzen. „Zu den 200 Erstunterzeichnern, die auf der Kampagnenseite dringender-aufruf.ch aufgeführt sind, gehören ehemalige Bundesräte, Schriftsteller bis hin zum Maurer – Menschen aus allen Teilen der Gesellschaft", betont Iacono.

Das Nein-Logo ist mittlerweile zu Polit-Kultur geworden. „Das Logo allein hat definitiv Wiedererkennungswert. Wenn Menschen das ‚Nein' sehen, dann wissen sie, wer der Absender ist." Alessandros Augen werden

größer: „Wir machen alles selbst in der Kommunikation, außer das Design der Plakate."

Große finanzielle Unterstützung

Um das „Nein" für die breite Öffentlichkeit sichtbar zu machen, waren natürlich auch Plakate und Online-Mobilisierung notwendig. Alessandro freut sich: „Deswegen haben wir unsere Unterstützer gefragt, ob sie bereit wären, 65 000 Schweizer Franken für diese erste Plakatkampagne zu spenden. Innerhalb von 24 Stunden kamen schon mehr als 100 000 Schweizer Franken zusammen."

Und das ist das Besondere am „Dringenden Aufruf": Die Unterstützer haben direkten Einfluss auf die Kampagnenaktivitäten. Für Ianoco zählte jedes Engagement: „Für jedes einzelne Kampagnenmittel, das wir planten, haben wir vor der Umsetzung unsere Unterstützerinnen und Unterstützer gefragt, ob sie uns helfen könnten. Schrittweise haben wir investiert. Als die Mittel reichten, haben wir eine zweite Plakatwelle gestartet, die größer war, dann Inserate und anschließend eine Online-Mobilisierung. Am Ende ist es perfekt aufgegangen!"

Die Anti-Menschenrechtsinitiative der SVP zielt auf die Kündigung der europäischen Menschenrechtskonventionen. „Die Partei versucht es schönzureden. Wenn man den Initiativ-Text aber genauer liest, dann erkennt man, was sie will: Die Auflagen der Europäischen Menschenrechtskonvention sollen weniger wert sein als die des Schweizer Bundesrechts."

Ein Mobilisierungsvideo des „Dringenden Aufruf" erzählt die Geschichte eines Mannes, der an Asbestose erkrankt war, einer Krankheit der Lunge durch Asbest. Dieser Mann wollte seine Rechte einklagen, verstarb jedoch, ohne von Schweizer Gerichten Recht zu erhalten. Erst der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte hatte der Witwe das Recht eingestanden. „Mit diesen Videos wollen wir die komplexe Thematik auf konkrete Fälle herunterbrechen und zeigen, was wir der europäischen Menschenrechtskonvention zu verdanken haben, was wir im Alltag nicht realisieren", so Iacono.

Am 25. November 2018 lehnten über 66 Prozent der stimmberechtigten Schweizer die gefährliche Anti-Menschenrechtsinitiative ab.

Katja Prescher ist Korrespondentin des Fundraiser-Magazins und bietet mit ihrer Agentur „SozMark Communication" Organisationen und Unternehmen ganzheitliche Beratung, Konzeption und Umsetzung in Kommunikations- und Fundraising-Projekten an. Sie bringt langjährige Expertise als Online-Fundraiserin bei internationalen und regionalen Organisationen mit.
▶ www.sozmark.com

Helden in Schlüpfern

Die „Stinknormalen Superhelden“ sind so etwas wie eine Graswurzelbewegung

Sie tragen Namen wie Katetschen Bernd, Shorthelm, Red Violet oder Puppi le Bleu. Sie sammeln Müll, fordern dazu auf, sich als Knochenmarkspender registrieren zu lassen und wollen die Welt retten. Die „Stinknormalen Superhelden“ sind so normal, dass sie für den Deutschen Engagementpreis nominiert waren und den 3. Platz beim Publikumsvoting schafften. Den Bürgerpreis ihrer Heimatstadt Rathenow haben sie auch in der Tasche.

Von RICO STEHFEST

Katetschen Bernd heißt eigentlich Norman Stoffregen, aber wenn er sein ziemlich schrilles Kostüm anzieht, dann entwickelt er Superkräfte. Und die stecken in jedem. Angefangen haben er und seine Mitstreiter damit schon vor sechs Jahren, in Rathenow bei Berlin. Womit genau? Mit stinknormalen Aktionen. „Müllmobbing“ ist eine davon. Man kann es auch „Aufräumen“ nennen, muss man aber nicht. Schließlich ist es viel mehr, was die Superhelden tun. Sie befreien eben nicht nur einen Park oder ein Waldstück von Müll. Sie begeistern mit ihren Aktionen vor allem auch Kinder. Bei den Kostümen wundert das wohl niemanden. So betont Norman Stoffregen auch immer wieder die Sinnhaftigkeit des farbenfrohen Auftritts: Er garantiert Aufmerksamkeit. Bei öffentlich wirksamen Aktionen schaut dann natürlich auch gern mal die Lokalpresse vorbei. Schließlich sind das lohnenswerte Fotomotive, die da bunt durch die Landschaft hüpfen.

Spaß mit Verantwortung

Der Spaß an der Sache steht dabei im Vordergrund. Der moralische Zeigefinger soll bewusst nicht erhoben werden. Schließlich kann einem das schnell die Freude verderben. Deswegen bleibt Verantwortung aber nicht auf der Strecke. Und genau die wollen die Helden in Strumpfhosen vor allem der jüngeren Generation vermitteln. Umwelt- und Naturschutz, gesunde Ernährung und ein soziales Miteinander sind nur einige Eckpunkte ihres Wirkens,

das sie seit geraumer Zeit auch direkt in die Schulen hineintragen. Dann bilden sie den Nachwuchs zu kleinen „Stinknormalen Superhelden“ aus und erzählen, wie das so ist mit dem Müll in den Meeren oder dem Mikroplastik in der Zahnpasta. Sie legen Gemeinschaftsgärten an, veranstalten Versteigerungen wie beispielsweise für das Berliner Tierheim oder pflanzen Bäume. Da haben Kooperationen natürlich nicht lange auf sich warten lassen. So verteilen die Retter der Erde mittlerweile auch Informationsmaterial, das ihnen Greenpeace zur Verfügung stellt.

Machen statt meckern

„Alle reden und beschweren sich immer nur über dieses und jenes. Wir unternehmen etwas. Dafür musst du nicht stark sein, hoch springen oder schnell rennen können. Man muss nur wollen“, so das Mantra der Gruppe. Machen statt meckern. Und machen, das tun sie unermüdlich. Bei einer ihrer Aktionen sind sie losgezogen und haben in Rathenows Innenstadt Stoffbeutel verschenkt, um damit Plastiktüten den Kampf anzusagen. Unnötig zu erwähnen, dass auf den Beuteln natürlich ein Schlüpfer prangt.

Die Stadt Rathenow setzt mittlerweile immer mehr auf die Vorbildwirkung der „Experten“ in Sachen Weltrettung: Im kommenden Frühjahr sollen vom Sturm Xavier in Mitleidenschaft gezogene Flächen mit der Aktion „700 Bäume für 700 Jahre“ wieder begrünt werden. Dafür werden noch fleißige Hände gesucht. Die Stadt hofft, die „Stinknormalen Superhelden“ dafür mit ins Boot holen zu können.

Der Enthusiasmus der Truppe ist in jedem Fall auch ansteckend, nicht nur bei Kindern. Ein Bäcker hat den Superhelden-Keks kreiert, von dessen Verkauf ein Teil künftigen Aktionen der Weltretter zugutekommt. Und in Wales gibt es Captain Clear, der sich tatsächlich in Anlehnung an die „Stinknormalen Superhelden“ ähnlich erfrischend kleidet und in diesem Aufzug gar einen Halbmarathon gelaufen ist, während dessen er auch noch Informationsflyer verteilt hat.

Wenig hilft viel

Im Gegenzug beteiligten sich die deutschen Superhelden an dessen „5thingsclear-Challenge“, bei der jeder fünf Müllstücke von der Straße aufsammelt, ein Foto online stellt und im nächsten Schritt fünf Freunde nominiert, das Gleiche zu tun. Das Prinzip ist bekannt. Und der Tenor des Ganzen: Wenig hilft viel. So einfach kann das sein. Kostümzwang besteht dabei zwar nicht, hätte aber auch etwas für sich.

▶ facebook.com/StinknormaleSuperhelden

frc Spenden MANUFAKTUR
Fundraising Communicators

Mein letzter Wille geschehe

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

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

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

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

Design mit Biss

„Frech Food“ heißt das Corporate-Design einer Schüler-Cateringfirma für ihre Unternehmensidee, serviceorientierte Dienstleistungen mit besonderen Kochkünsten zu kombinieren. Es ist Teil der Kultur- und Bildungsinitiative „Entdecke Design“, bei dem Schüler in ganz Deutschland sich im professionellen Markendesign ausprobieren können. Die Stiftung Deutsches Design Museum und die Dr. Hans Riegel-Stiftung haben zu diesem Zweck ein Workshop-Programm initiiert, das in der Pilotphase 2019 zunächst für fünf Schulen ausgeschrieben ist.

▶ www.hans-riegel-stiftung.com ▶ www.deutschesdesignmuseum.de

Engagiert in der Hauptstadt

Zehnte Berliner Stiftungswoche im April

Bei ihrer Jubiläums-Ausgabe geht die Berliner Stiftungswoche der Frage „Wem gehört die Stadt?“ nach. Vom 2. bis 12. April stehen wieder über 150 Veranstaltungen, Ausstellungen und Projekte auf dem Programm, die zeigen sollen, welchen hohen Anteil Stiftungen am zivilgesellschaftlichen Engagement in der Hauptstadt haben. Im Mittelpunkt steht dieses Jahr das gesellschaftliche Miteinander, vor allem vor dem Hintergrund steigender Lebenshaltungskosten und immer höherer Mietpreise. Neue Schirmherrin ist Daniela Schadt, Journalistin und Lebensgefährtin von Alt-Bundespräsident Joachim Gauck.

Anmelden können sich Stiftungen, die in Berlin ihren Sitz oder eine Repräsentanz haben oder Projekte in der Stadt fördern. Die Teilnahme kostet 250 Euro und deckt ein komplettes Gesamtpaket ab, das nicht nur die aktive Teilnahme, sondern auch Werbemittel der Stiftungswoche beinhaltet. Das ausführliche Programm wird ab Februar auf der Website veröffentlicht.

▶ www.berlinerstiftungswoche.eu

MEINE MEINUNG

„Was bringen digitale Medien, wenn Bildungskonzepte fehlen?“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Deutschland diskutiert, ob eine Änderung des Grundgesetzes erfolgen soll, um finanzielle Mittel vom Bund zur Digitalisierung in Schulen bereitstellen zu können – dabei ist Bildung doch schon immer Ländersache. Während man also auf Politikerebene hin und her überlegt, sind die Schüler in ihren Überlegungen schon einen Schritt weiter. Bei einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Stifterverbandes, der SOS-Kinderdörfer weltweit und der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) kam heraus, dass 55 Prozent der 14- bis 21-Jährigen ein Klassenzimmer, das mit Smartboards oder Tablets ausgestattet ist, als unwichtig für eine hochwertige Bildung ansehen. Dr. Heike Kahl, die Geschäftsführerin der DKJS, merkte an, dass es vielmehr an mutigen Bildungskonzepten und gut ausgebildeten Lehrkräften fehle. Denn was bringen modernste digitale Medien, wenn das Lernen mit diesen Hilfsmitteln in den Lehrplänen nicht vorkommt und viele Pädagogen überhaupt nicht gewillt sind, sie in ihrem Unterricht einzusetzen? Gute Bildung machen die befragten Jugendlichen vielmehr von der Qualität der Schule selbst, der eigenen Motivation und der Unterstützung der Eltern abhängig. Und 47 Prozent glauben nicht an Chancengleichheit im deutschen Bildungssystem. Bevor also weiter auf höchster Ebene übers Grundgesetz debattiert wird, sollten die Politiker den Schülern vielleicht mal zuhören. Oder einfach die Ergebnisse der Umfrage googeln.

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

Kurzgefasst …

Botschafterin für Bürgerstiftung Hamburg

Linda Zervakis wird neue Botschafterin der Bürgerstiftung Hamburg. Die Tagesschau-Sprecherin, TV-Journalistin und Autorin engagiert sich schon seit mehreren Jahren ehrenamtlich für die Stiftung und ist seit 2010 Schirmherrin von „Step by Step – Tanzprojekte mit Hamburger Schulen". Bei Benefiz-Veranstaltungen der Stiftung war sie auch schon Moderatorin.

▶ www.buergerstiftung-hamburg.de

Sielmann-Stiftung jetzt mit DZI-Siegel

Die Heinz Sielmann Stiftung trägt jetzt das DZI-Spendensiegel. Damit ist sie eine von aktuell 230 Organisationen in Deutschland, die vom Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) für Vertrauenswürdigkeit und Transparenz ausgezeichnet wurden. Ob die Siegel-Standards eingehalten werden, wird einmal jährlich überprüft.

▶ www.sielmann-stiftung.de

Neue Zukunft für Brücke/Most-Stiftung

Die Dresdner Brücke/Most-Stiftung, die 2017 ihre operative Projektarbeit einstellen musste (siehe Fundraiser-Magazin, Ausgabe 5/2017), stellt sich neu auf. Dazu hat sich Anfang November ein neuer Stiftungsrat konstituiert, der beschlossen hat, die Arbeit der seit 1997 bestehenden Stiftung fortzusetzen. Diese möchte die Zusammenarbeit zwischen Deutschland, Tschechien und Polen stärken.

▶ www.bmst.eu

Förderprogramm für Medizinstudenten

Die apoBank-Stiftung startet mit „gemeinsam wachsen" ein neues Förderprogramm für Studierende der Heilberufe. Es soll angehende Mediziner, Zahnmediziner und Pharmazeuten dabei unterstützen, schon während des Studiums im In- und Ausland gemeinnützig tätig zu sein. Die apoBank-Stiftung ist die Stiftung der Deutschen Apotheker- und Ärztebank.

▶ www.apobank.de/stiftung

Über 100 000 Euro für Kulturkirchen

Die Hanns-Lilje-Stiftung und die Evangelisch-Lutherische Landeskirche Hannovers fördern wieder die Kulturarbeit in ausgewählten Kirchen. 17 Kirchengemeinden und kirchliche Institutionen bekamen im letzten Jahr eine einmalige Förderung von insgesamt rund 107 000 Euro. Sie sollen mit dem Geld die Begegnung von Kirche mit Kunst und Kultur auf- und ausbauen.

▶ www.hanns-lilje-Stiftung.de ▶ www.kultur-kirche.de

Ausgezeichnete Ideen

Förderinitiative „digital.engagiert" geht 2019 weiter

Der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft und der Online-Versandhändler Amazon haben die drei Gewinner der Förderinitiative „digital.engagiert" gekürt. Sie setzt sich für Projektideen von gemeinnützigen Organisationen und Sozialunternehmen ein, die für ihr zivilgesellschaftliches Engagement die Chancen der Digitalisierung nutzen. Den ersten Platz belegt das Projekt „KARL, der Ökobot aus Bremen", mit dessen Hilfe sich Nutzer im Alltag umweltfreundlich verhalten können. Das Projekt „Gemüse Ackerdemie" aus Potsdam erhält den zweiten Platz. Es gibt Schulen und Kitas Tipps für ihr Gemüsebeet. Die digitale Geschäftsstelle des LandesSportBund Niedersachsen e. V. folgt auf Platz drei.

Amazon und der Stifterverband kündigten an, dass der Preis in diesem Jahr in die zweite Runde gehen soll. 2019 soll der Fokus auf dem Thema Bildung liegen.

▶ www.digitalengagiert.de

Major Giving INSTITUTE

Jetzt Ihren Platz sichern!

Berufsbegleitende Weiterbildung
Großspenden-Fundraiser/in

- Leitung: Dr. Marita Haibach & Jan Uekermann
- Weitere Referent/innen: erfahrene Großspenden-Fundraiser/innen, Fachexpert/innen sowie Philanthrop/innen
- 3 Seminarblöcke plus individuelles Coaching

23. - 25.01.2020 | 26. - 28.03.2020 | 07. - 09.05.2020
in Tagungshäusern nahe Aschaffenburg, Würzburg und Wiesbaden

Wege zu mehr Philanthropie:
Major Donors
finden
gewinnen
binden

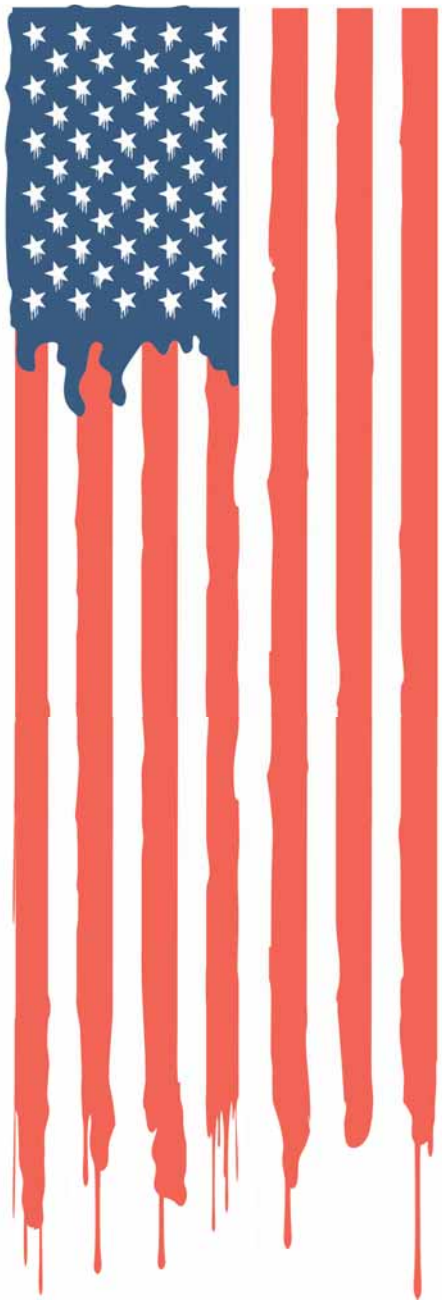
www.major-giving-institute.org

Stifterparadies USA?

Dem amerikanischen Staat waren Stiftungen einst ein Dorn im Auge

In Europa hält sich hartnäckig die Vorstellung, dass die USA seit ihrer Gründung ein stiftungsfreundliches Land gewesen seien, in dem sich Stiftungen nahezu uneingeschränkt entwickeln konnten. Derartige Vorstellungen sind jedoch grundsätzlich falsch.

Von THOMAS ADAM



Die USA zeichnen sich seit ihrer Staatsgründung durch eine sozio-politische Kultur aus, in der Stiftungen zwar geduldet, aber kaum gefördert werden. Stiftungen galten bereits im 19. Jahrhundert weder als Gewinn noch als Ausdruck einer aktiven Bürgergesellschaft, sondern vielmehr als eine Gefahr für den säkularen modernen Staat, da Stiftungen vielfach an kirchliche Einrichtungen gegeben wurden. Die Befürchtung war, dass die Kirche über den Stiftungssektor durch die Trennung von Staat und Kirche verloren gegangene Macht wiedererlangen könnte. Daher führten Bundesstaaten wie New York Gesetze ein, die den Transfer von Kapital von Privatpersonen an Stiftungen stark beschränkten.

Präsident im Aufsichtsrat

Die Furcht vor einem zu starken und religiös dominierten Stiftungssektor verflog erst um 1900 und ermöglichte, dass größere Summen in den Stiftungssektor flossen. So gründete etwa Andrew Carnegie mit einem Stiftungskapital von zehn Millionen Dollar sein Carnegie Institute in Washington, das sich der Grundlagenforschung widmete. In den Aufsichtsrat dieser privaten Forschungseinrichtung berief Carnegie, wohl um die politische Akzeptanz für seine stifterische Initiative zu ebnen und nicht den Eindruck zu erwecken, dass hier eine vom Staat unkontrollierbare Sphäre wissenschaftlicher Forschung entstünde, sowohl den Präsidenten der USA als auch den Präsidenten des Senats und den Präsidenten des Abgeordnetenhauses.

Kritik vonseiten der Politik

Stiftungen wie die Carnegie-Stiftung, aber auch die Rockefeller-Stiftung erfüllten Aufgaben und besetzten Themen, in denen sich auch der Staat betätigte. Daher zogen diese Einrichtungen von Anfang an Kritik auf sich. Die nationalen Ambitionen von Stiftern wie John D. Rockefeller, der mit seinen bildungspolitischen und medizinischen Programmen vor allem in den amerikanischen Südstaaten praktisch nationale Politik betrieb, erschienen zeitgenössischen Politikern und Historikern als ein Zeichen nationaler Dominanz durch eine reiche Ostküstenelite, die dem gesamten Land seine sozial-kulturellen Standards zu vermitteln suchte.

Parlamentarische Untersuchungsausschüsse

Das ungeheure Wachstum der Zahl der Stiftungen und der ihnen anvertrauten Stiftungskapitalien geriet in den 1950er und 1960er Jahren dann endgültig in das Kreuzfeuer amerikanischer Politiker vor allem aus den Südstaaten, die in den Stiftungen eine zunehmende Gefahr für die Demokratie und die freie Marktwirtschaft sahen. John William Wright Patman, ein langjähriger Kongress-Abgeordneter für die Demokratische Partei aus Texas, der von 1963 bis 1975 Vorsitzender des House Committee on Banking and Currency war, schwang sich zum Wortführer der demokratischen Opposition zum Stiftungswesen auf. Im Jahr 1961 begann Patman, die Praktiken einzelner Stiftungen mittels parlamentarischer Untersuchungsausschüsse öffentlich zu machen. Am Anfang seiner Attacken stand die Untersuchung der Hartford-Stiftung,

die im Jahr 1929 vom Präsidenten der Great Atlantic and Pacific Tea Company (A&P), John A. Hartford, gegründet worden war, um medizinische Forschung zu unterstützen. Diese Stiftung kontrollierte etwa ein Drittel der Aktien der A&P-Supermarktkette und verfügte über jährliche Einnahmen von etwa 7,5 Millionen Dollar. Derartig hohe Zinseinnahmen waren in den Augen Patmans einfach zu hoch für eine Einrichtung, die außerhalb jeglicher staatlichen Kontrolle agierte und so großen Einfluss auf das öffentliche Leben nahm. Dieser ersten Untersuchung folgten zahlreiche weitere Anhörungen in Bezug auf spezifische Stiftungen. In den öffentlichen Anhörungen und veröffentlichten Parlamentsberichten machte Patman deutlich, dass er Stiftungen nicht als eine Bereicherung der amerikanischen Gesellschaft oder als Ausdruck einer starken Zivilgesellschaft sah, sondern vielmehr als eine Gefahr für die Allgemeinheit und die Demokratie.

Begrenzte Lebensdauer von Stiftungen

Patmans öffentliche Untersuchungen führten schließlich zu einer Reform des Steuerrechts. Das im Jahr 1969 eingeführte Steuergesetz bestätigte zwar den Status von Stiftungen als wohltätige Institutionen, die einen Platz in der amerikanischen Gesellschaft einnahmen, aber es verpflichtete Stiftungen dazu, jährlich ein Minimum von zuerst 4,5 Prozent und ab 1975 von 6 Prozent ihres geschätzten und nicht ihres realen Einkommens für Stiftungszwecke auszugeben. Mit dieser Regelung sollten Stiftungen dazu gezwungen werden, nicht nur ihre Einnahmen aus der Verzinsung ihres Stiftungskapitals, sondern auch einen Teil ihres Stiftungskapitals, das damit allmählich abschmelzen und somit die Lebensdauer der betreffenden Stiftung begrenzen würde, auszugeben. Es war das ausgemachte Ziel des Gesetzgebers, die stifterischen Aktivitäten und die Lebensdauer von Stiftungen zu beschränken.

Thomas Adam ist Professor für Geschichte an der Universität von Texas in Arlington. Seit mehr als zwei Jahrzehnten forscht und publiziert er zur Geschichte des Stiftungswesens in Deutschland, Großbritannien, Kanada und den USA im 19. und 20. Jahrhundert. Er ist unter anderem Autor des Buches „Stipendienstiftungen und der Zugang zu höherer Bildung“ (2008). Im Juni 2016 erschien seine Geschichte des Stiftens in Deutschland im amerikanischen Verlag Camden House.
▶ www.tadamtransnationalhistory.com

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

Jetzt Online-Abo abschließen:

www.stiftungssuche.de

Bundesverband Deutscher Stiftungen

Engagement trägt Stiftungsarbeit

Für viele Stiftungen ist es schwierig, freiwillig Engagierte für ihre Gremien zu gewinnen

Stiftungsarbeit wird zu großen Teilen von freiwillig Engagierten getätigt – über die Gremien und Geschäftsführungen bis zu den Mitarbeitern. Das verdeutlichen die aktuellen Befragungsergebnisse zum freiwilligen Engagement in Stiftungen, die der Bundesverband Deutscher Stiftungen vergangenen September veröffentlicht hat.

Von THERESA RATAJSZCZAK

Der Umfang an freiwilligem Engagement allein auf den Führungs- und Leitungsebenen von Stiftungen ist hoch: Insgesamt sind knapp neun von zehn vertretungsberechtigten Organen der befragten Stiftungen zumindest anteilig ehrenamtlich besetzt (n = 240). Zusätzlich zu diesem gesetzlich vorgeschriebenen Organ haben deutlich über 40 Prozent der befragten Stiftungen Mitglieder im kontrollierenden oder beratenden Gremium, die ihre Aufgaben in der Regel ebenfalls ehrenamtlich ausüben (n = 246). Knapp jede sechste befragte Stiftung hat eine ehrenamtliche Geschäftsführung.

Jedoch hatte die Hälfte der befragten Stiftungen Probleme, Menschen zu finden, die sich in ihren Gremien und Geschäftsführungen freiwillig und unentgeltlich für das Gemeinwohl engagieren (n = 100). Noch 2014 war es lediglich ein Drittel (n = 156).

Freiwillige vor: Stiftungen finden schwerer Engagierte für Gremien

Die zunehmende Nachfolgeproblematik dürfte verschiedene Gründe haben. Der Ziviz-Survey 2017 hat ermittelt, dass es für 61 Prozent der befragten gemeinnützigen Organisationen nicht leicht ist, Freiwillige für dauerhafte Engagements zu finden. Die befragten Stiftungen reagieren darauf, indem bereits über 43 Prozent gezielt (auch) nach Engagierten für Kurzzeitengagements suchen (n = 53). Für Stiftungen, die Mühe haben, Freiwillige für die „normale" Stiftungsarbeit zu gewinnen, ist das eine empfehlenswerte Option. Aber gerade für Gremien- und Leitungstätigkeit ist ein langfristiges Engagement erstrebenswert, wenn nicht gar erforderlich.

Das gilt insbesondere für den Vorstand einer Stiftung. Dieser ist grundsätzlich für alle Belange der Stiftung verantwortlich. Er vertritt die Stiftung nach außen und hat für eine ordnungsgemäße Geschäftsführung zu sorgen. Darunter fallen vor allem die Erfüllung des Stiftungszwecks und die Vermögensverwaltung. In Zeiten der anhaltenden Niedrigzinsphase ist das wahrlich keine einfache Aufgabe.

Vor Haftungsrisiken nicht zurückschrecken

Dabei sollten mögliche Haftungsrisiken niemanden von einer Gremientätigkeit abhalten. Erstens unterliegen die in der überwiegenden Mehrzahl der Stiftungen ehrenamtlich tätigen Stiftungsvorstände

Eckdaten der Befragung

Zeitraum: Juli 2017
Teilnehmende: 246 Stiftungen
Rücklaufquote: 45,1 Prozent
Detaillierte Ergebnisse der Befragung sind im Stiftungsfokus Nr. 16 „Freiwilliges Engagement trägt Stiftungsarbeit. Aktuelle Zahlen und Fakten" veröffentlicht.
Die weiteren Ausführungen des Beitrags beziehen sich auf Stiftungsfokus Nr. 6 „Nachfolge im Stiftungsvorstand" und Nr. 10 „Haftung von Stiftungsvorständen". Die digitale Reihe ist kostenfrei abrufbar unter *www.stiftungen.org/stiftungsfokus*.

der Haftungsbeschränkung nach §§ 86, 31a BGB. Zweitens haben Stiftungen vielfältige Möglichkeiten, sich vor dem Eintreten eines Haftungsfalls zu schützen beziehungsweise solche Haftungsfälle abzusichern. Um nur einige Beispiele zu nennen: Gründe von Entscheidungen sollten stets schriftlich dokumentiert werden; es sollten Anlagerichtlinien schriftlich festgelegt und dann natürlich auch eingehalten werden. Auch besteht die Möglichkeit, eine Vermögensschadenshaftpflicht- und D&O-Versicherung (Directors- and Officers-Versicherung, also eine Organ- und Manager-Haftpflichtversicherung) abzuschließen. Generell gilt: Je besser man sich über Haftungsrisiken informiert, desto besser lassen sich die Risiken handhaben und geeignete Maßnahmen ergreifen.

Bei der anstehenden Reform des Stiftungsrechts soll nach Vorstellungen der Bund-Länder-Arbeitsgruppe Stiftungsrecht unterstützt vom Bundesverband Deutscher Stiftungen die Business Judgement Rule rechtlich verankert werden. Diese soll bewirken, dass Stiftungsvorstände nicht zur Haftung herangezogen werden dürfen, wenn sie bei ihrer Geschäftsführung die Sorgfalt einer ordentlichen und gewissenhaften Geschäftsleitung angewandt haben. Besonders bei der Vermögensbewirtschaftung, die Prognoseentscheidungen unter Unsicherheit erfordert, würde das die Risiken für Stiftungsvorstände verringern und für mehr Rechtssicherheit sorgen.

Nachfolgesuche frühzeitig angehen

Unabhängig von diesen rechtlichen Bestimmungen sollten sich Stiftungen frühzeitig mit dem Thema Nachfolge beschäftigten – bei Vorstandswechseln am besten mit einem Vorlauf von mindestens einem Jahr. Denn die Nachfolgesuche ist ein aufwendiger Prozess. Es kommt nicht nur darauf an, die richtigen Kanäle für eine erfolgreiche Anwerbung zu finden, sondern auch darauf, sich mit Hilfe einer Personalstrategie frühzeitig klarzumachen, welche Ziele die Stiftung erreichen will und mit welchen Menschen sie diese umsetzen möchte.

Theresa Ratajszczak studierte Mittlere und Neuere Geschichte sowie Soziologie an der Universität Leipzig. Ihre Magisterarbeit schrieb sie über das Stipendienwesen an der Universität Leipzig 1539–1580. Nach mehrjähriger Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin eines Bundestagsabgeordneten ist sie seit 2014 wissenschaftliche Referentin beim Bundesverband Deutscher Stiftungen.
▶ www.stiftungen.org

MÜNCHNER STIFTUNGS FRÜHLING
23. bis 29. März 2019
Auftakt: Sa 23. März, BMW Welt
Informieren & Mitmachen • www.muenchnerstiftungsfruehling.de
Unterstützt von:
Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales
Landeshauptstadt München
BMW Welt
Bischof-Arbeo-Stiftung St. Antonius-Stiftung St. Korbinian-Stiftung
Edith-Haberland-Wagner Stiftung
Bayerische Landesstiftung
BMW Foundation Herbert Quandt
BayWa Stiftung
Rid Stiftung Wir stiften Zukunft!
HypoKulturstiftung Kunsthalle München
Medienpartner: muenchen.de, Die Stiftung, münchen.tv, Münchner Merkur
Ideeller Förderer: Bundesverband Deutscher Stiftungen
Veranstalter: münchner kultur GmbH

Wartezimmer in Freuds Praxis

Für die berühmteste Adresse Wiens

Die Sigmund-Freud-Privatstiftung sammelt per Crowdfunding mehr als 85 000 Euro

Historische Ziegel, exklusives Museumsdinner oder Nennung auf der Ehrentafel – die Sigmund-Freud-Privatstiftung hatte jede Menge Goodies für die Unterstützer ihres Crowdfundings in petto. Die Kampagne war so erfolgreich, dass sie 2018 sogar einen Österreichischen Fundraising Award erhielt.

Von UTE NITZSCHE

Hätte Sigmund Freud die Träume des Museumsteams und der Mitarbeiter der Sigmund-Freud-Privatstiftung deuten müssen, hätte er wahrscheinlich festgestellt, dass sie der Realität ganz gut entsprechen. Denn der Traum, das Sigmund-Freud-Museum in Wien renovieren und neu gestalten zu können, ist in greifbare Nähe gerückt. Einen entscheidenden Anteil daran hat die Crowdfunding-Kampagne der Stiftung, die über 85 000 Euro einspielte und für die es auch den Österreichischen Fundraising Award für die beste Online-Kampagne 2018 gab. Teil der Stiftung ist seit 2003 auch das Sigmund-Freud-Museum.

Das Gebäude in der Wiener Berggasse 19 war ein halbes Jahrhundert Wohnhaus und Arbeitsplatz Freuds, bis er mit seiner Familie vor den Nazis ins Exil nach London flüchten musste. Das Haus wurde zum Gedenkort und 1971 schließlich Museum mit jährlich über 100 000 Besuchern aus aller Welt, einem umfassenden Archiv und der größten Fachbibliothek zur Psychoanalyse.

Notwendige Erneuerungen im Gebäude

Mittlerweile ist das Gebäude in die Jahre gekommen und muss modernen Museumsstandards angepasst werden: barrierefreier Zugang, neue Räume für den Besucherservice, ein Museums-Café, mehr Ausstellungsflächen inklusive Zugang zu den Privaträumen der Familie Freud und ein neues Konzept für die Dauerausstellung stehen auf der Agenda. 2020 soll es wiedereröffnet werden. Die Gesamtkosten belaufen sich auf 3,94 Millionen Euro und sind mit einem hohen Anteil an Drittmitteln kalkuliert. 80 000 Euro davon sollte innerhalb von sechs Wochen eine Crowdfunding-Kampagne auf der Schweizer Online-Plattform wemakeit.com einspielen.

Am Ende waren es sogar noch mehr: 85 504 Euro standen zu Buche. Es gelang, 305 Unterstützer ins Boot zu holen, die mit Belohnungen im Wert zwischen 10 und 10 000 Euro gelockt wurden. Für zehn Euro gab es zum Beispiel einen Aufkleber aus der Sonderedition. Einen historischen Ziegel des Gebäudes erhielt, wer 130 Euro spendete. Für die Summe von 5000 Euro darf sich der Spender zusammen mit elf Freunden auf ein Dinner im Museum inklusive Museumsführung und wissenschaftlichem Vortrag freuen. Und für stolze 10 000 Euro wird der Name des Unterstützers auf einer Ehrentafel am Gebäude verewigt, sie oder er ist zusammen mit einer Begleitperson zum Sponsorendinner eingeladen, nimmt an der exklusiven Museums-Preview teil, wird im

Museums-Katalog genannt und erhält eine Urkunde. Die Kampagnen-Macher lockten: „Mit deiner großzügigen Geste von 10 000 Euro schreibst du dich ein in die Geschichte der Berggasse 19!“ Dieses Argument war genau einem Freud-Freund eine Spende wert. Und auch für die anderen Dankeschöns wurden schlagkräftige Claims kreiert: „Lass dich entführen in Sigmund Freuds Wien!“, „Sei zu Tisch bei Sigmund Freud!“ oder auch „Setz’ noch einen Zwanziger drauf!“.

Videoclip für internationale Unterstützer

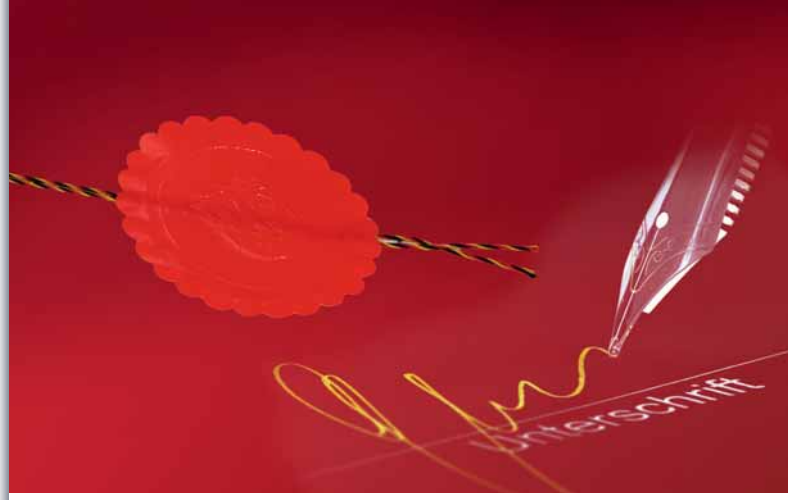
Prominentes Zugpferd war der österreichische Schauspieler und zweifache Oscar-Gewinner Christoph Waltz, der in einem Video das Museum und die geplanten Maßnahmen vorstellte. Der vierminütige Clip wurde auf Deutsch und Englisch gedreht, man entschied sich aber, ihn bei wemakeit nur auf Englisch einzustellen, da der Großteil der Museumsbesucher kein Deutsch spricht. Die Crowdfunding-Kampagne selbst unterstützten aber zu zwei Dritteln Österreicher, ein Drittel kam aus dem Ausland, vor allem aus Deutschland, der Schweiz und den USA. Was bewegte sie, sich für das Projekt einzusetzen? „Ein Teil der Unterstützerinnen und Unterstützer war dem Museum bereits vor der Kampagne verbunden; andere interessieren sich einfach für Sigmund Freud und seine Errungenschaften oder haben einen thematisch verwandten beruflichen Hintergrund“, berichtet Natascha Halbauer, zuständig für Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising und Veranstaltungen.

Einfach angefragt

Der Clip ist gut gemacht. Die Zuschauer werden nicht mit einer trockenen Ansprache gelangweilt, sondern erfahren etwas über das Museum und das Schaffen Freuds, untermalt von Waltz’ markanter Stimme; erst am Ende des kleinen Films taucht der Schauspieler auch im Bild auf. Als der Österreicher 2017 wegen der Viennale gerade in Wien war, fragte Museumsdirektorin Monika Pessler einfach bei seiner Agentin an. Vielleicht gab ja die persönliche Bekanntschaft von Waltz’ Großvater, selbst Psychoanalytiker, mit Sigmund Freud den Ausschlag, dass der Schauspieler zusagte.

Die Kampagne wurde in die Website und den Newsletter integriert, auf Facebook, Twitter und Instagram sowie auf YouTube und Vimeo ausgespielt und auch in die Newsletter und Social-Media-Auftritte diverser Partner eingebunden, zum Beispiel beim Austrian Cultural Forum, beim Filmarchiv Austria und bei der Ärztekammer. Der Erfolg der umfangreichen Maßnahmen spricht für sich. Träume zu deuten ist nicht mehr nötig, die Realität ist besser als jeder Traum. Das hätte wohl auch Sigmund Freud anerkannt.

▶ *www.freud2020.at* ▶ *www.freud-museum.at*



Seminar

19. Februar 2019 | ESV-Akademie Berlin

Erbschaftsfundraising in und für Stiftungen

Legate erfolgreich gewinnen und professionell abwickeln

Die Königsdisziplin des Fundraisings

Erbschaftsfundraising ist für alle gemeinnützigen Organisationen, insbesondere Stiftungen die „Königsdisziplin des Fundraisings“. Neben den – nicht nur – finanziellen Möglichkeiten sind gerade bei der Akquise und der nachfolgenden Abwicklung von Nachlässen eine **Vielzahl von rechtlichen und steuerlichen als auch ethischen Aspekten** zu beachten.

Teilnehmende zu dieser Veranstaltung:

»Sehr gelungen in Themen- und Referentenauswahl! Viele Detailhinweise für die tägliche Arbeit!«

Dieter Uitz, Stadt Augsburg, Wohnungs-und Stiftungsamt

»Unbedingt teilnehmen. Gilt für alle Verantwortlichen in Stiftungen, und für alle, die Stiftungen beraten.«

Thomas Pass, BPM Berlin Portfolio Management

Weitere Informationen und Anmeldung:

www.ESV-Akademie.de/Erbschaft

Sponsor:

BPM Berlin Portfolio Management
Berlins erste Adresse für bankenunabhängige Vermögensverwaltung

Medienpartner:

Stiftung & Sponsoring

ESV AKADEMIE

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · ESV-Akademie · Genthiner Straße 30 G · D-10785 Berlin
www.ESV-Akademie.de · Tel. (030) 25 00 85-853/856 · info@ESV-Akademie.de

Verstärkung bei Fundraising Profile

Seit Oktober 2018 verstärkt **Christiane Kook** als Kundenberaterin die bundesweit tätige Agentur Fundraising Profile mit Sitz in Köln. Hier berät und betreut sie Kunden vor allem im Bereich Direktmarketing. Sie war zuvor jahrelang als Referentin Fundraising beim Deutschen Tierschutzbund in Bonn tätig. Sie bietet neben ihrer umfassenden Fundraising Expertise auch profunde Direktmarketing-Erfahrung im Profitbereich.

Vorsitzender für Alumniverein der Fundraising Akademie

Der Alumniverein der Fundraising Akademie hat einen neuen Vorstand gewählt. **André Lersch**, Inhaber der Agentur KOSO für Kommunikationsberatung und Sozialmarketing, ist der neue Vorsitzende. Außerdem ernannt wurden: Monika Glöcklhofer, Patricia Goldbach-Keim, Jan Hindrichs, Stephanie Neumann und Thomas Kreuzer. Der Alumniverein bietet Gelegenheit zu fachlichem Austausch und kollegialer Vernetzung zwischen Absolventen der Fundraising Akademie.

Leitung der Johanniter-Auslandshilfe

Susanne Wesemann ist seit Dezember die neue Leiterin der Auslandshilfe der Johanniter-Unfall-Hilfe. Damit übernimmt sie die Leitung von Wiebke Kessens und Magdalena Kilwing, die seit September 2018 kommissarisch diese Funktion innehatten. Susanne Wesemann bringt langjährige Leitungserfahrung in der humanitären Hilfe mit. Die 49-jährige Politikwissenschaftlerin führte zuletzt vier Jahre Handicap International.

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

World Vision International mit neuer Führungsspitze

Die Kinderhilfsorganisation World Vision International hat einen neuen Präsidenten. Der Brite **Andrew Morley** wird als CEO künftig die überkonfessionelle christliche Organisation führen. Morley tritt das Amt im Februar an. Er kam im Januar 2016 zu World Vision und übernimmt nun die Nachfolge von Kevin Jenkins, der seit 2009 Präsident ist und die Position nach Ablauf seiner zweiten fünfjährigen Amtszeit verlassen wird. Jenkins wird den Übergang bis Juni 2019 unterstützen.

Verstärkung für LOOP

Nicolas Berthold ist als Pressesprecher von der Deutschen Postcode Lotterie zu „LOOP gemeinnützige Kinder- und Jugendhilfe GmbH“ in Düsseldorf gewechselt. Er wird dort die Presse und Öffentlichkeitsarbeit betreuen. Der gelernte Journalist und PR-Berater war unter anderem für eine der größten Unternehmensberatungen Deutschlands tätig und arbeitete mehrere Jahre als Redakteur der Rheinischen Post in Düsseldorf.

Strategie für PHINEO

Jan Strecker verstärkt seit September 2018 das Leitungsteam der PHINEO gAG. Der Politikwissenschaftler sowie Friedens- und Konfliktforscher war zunächst Wissenschaftlicher Mitarbeiter von Lars Klingbeil, MdB, wechselte 2005 in die politische Beratung an der Schnittstelle zwischen Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft, und ist seit 2015 Geschäftsführender Gesellschafter der Jan Strecker & Kollegen GmbH (jsk.berlin).

Vorstandsvorsitz der Fördergesellschaft Frauenkirche Dresden

Nach fast 30 Jahren als Vorsitzender der Fördergesellschaft der Frauenkirche Dresden trat Professor Ludwig Güttler vergangenen Oktober nicht mehr zur Wahl an. Neuer Vorsitzender ist seitdem der Rechtsanwalt **Otto Stolberg-Stolberg**, der sich bereits seit 18 Jahren im Vorstand engagiert, zuletzt als Güttlers Stellvertreter. Dieser bleibt der Fördergesellschaft als Ehrenvorsitzender treu.

Wechsel an der Spitze der Welthungerhilfe

Die Mitgliederversammlung der Welthungerhilfe hat im November eine neue Präsidentin gewählt. **Marlehn Thieme** repräsentiert die Organisation nun ehrenamtlich. Die bisherige Präsidentin Bärbel Dieckmann hat nach zehn Jahren aus privaten Gründen ihr Amt niedergelegt. Marlehn Thieme ist seit 2004 Mitglied des Rates für Nachhaltige Entwicklung und leitet das Gremium seit 2012 als Vorsitzende. Die 61-jährige Juristin ist außerdem seit 2003 Mitglied des Rates der evangelischen Kirche und leitet den ZDF Fernsehrat.

Neue Partnerin bei Brakeley GmbH

Nach sechseinhalb Jahren als Head of Resource Development am Europäischen Labor für Molekularbiologie (EMBL) wechselt **Astrid von Soosten** in die Fundraising-Beratung und wurde zum Jahresbeginn Partnerin bei der Brakeley GmbH. Vor ihrer Zeit am EMBL war Frau von Soosten zehn Jahre als Fundraiserin in den USA tätig, zuletzt an der University of California Santa Cruz. Die Brakeley GmbH – bislang geführt von Johannes Ruzicka und Dr. Konstantin Reetz – freut sich über den Zuwachs und auf die gemeinsame Arbeit.

Neuer Vorstand Kommunikation bei terre des hommes

Das Präsidium von terre des hommes hat **Birte Kötter** zum neuen Vorstand Kommunikation berufen. Sie arbeitete zuletzt als Bereichsleiterin Fundraising und Spenderkommunikation beim Kindermissionswerk „Die Sternsinger" und war zuvor bei Misereor beschäftigt. Kötter wird Nachfolgerin von Jörg Angerstein, der terre des hommes im vergangenen Frühjahr verlassen hat.

Kommunikation und Marketing bei Caritas Schweiz

Elisabeth Karagiannis ist seit Dezember Bereichsleiterin Kommunikation und Marketing und Mitglied der Geschäftsleitung bei Caritas Schweiz. Sie folgt auf Odilo Noti, der in den Ruhestand getreten ist. Elisabeth Karagiannis ist Publizistikwissenschaftlerin, hat langjährige Erfahrung im Bereich Kommunikation sowie in Non-Profit-Management und Fundraising. Vor ihrem Wechsel war sie neun Jahre bei Unicef Schweiz tätig.

Unternehmenskooperationen bei UNHCR

Damaris Odenbach war als Sales Manager für ein amerikanisches Unternehmen in der Finanzbranche tätig, bevor sie zur UNO-Flüchtlingshilfe wechselte, wo sie nun für Unternehmenskooperationen zuständig ist. „Hier kann ich mein bestehendes Netzwerk nutzen und meine Erfahrungen, die ich in der Privatwirtschaft gemacht habe, aktiv einbringen", so Odenbach. 2015 war sie bei den „Bahnhofshelfern" in Mannheim aktiv, wo sie Flüchtlinge auf der Durchreise mit Nahrung und Kleidung versorgt hat.

Fundraising für Augustana-Hochschule

Seit Oktober 2018 ist die Fundraising-Stelle der Augustana-Hochschule in Neuendettelsau neu besetzt. **Doris Reinelt** betreut schwerpunktmäßig die Hochschulstiftung der Theologischen Hochschule der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern. Darüber hinaus zählen die Ausweitung der Alumni-Arbeit sowie die Unterstützung der „Freundinnen und Freunde der Augustana-Hochschule" zu ihren Aufgaben.

Neuer Präsident des ÖKSA

Michael Opriesnig ist zum neuen Präsidenten des Österreichischen Komitees für Soziale Arbeit gewählt worden (ÖKSA) und folgt Michael Chalupka von der Diakonie in dieser Funktion. Das Komitee ist eine Plattform für fachlichen Dialog und vereint die zentralen Akteure österreichischer Sozialpolitik. Im Präsidium sind mit den Organisationen aus dem Bereich der freien Träger der Wohlfahrt, den Bundesländern Oberösterreich, Niederösterreich und Wien sowie dem Sozialministerium und dem Städte- und Gemeindebund maßgebliche Entscheidungsträger vertreten.

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

Aller Anfang ist ~~schwer~~

… eine tolle Chance!

Fundraising für Kleine und Große!

- Fundraising-Analysen
- die richtigen Neuspender finden und binden
- Hauslist-Spender entwickeln
- Ehemalige Spender reaktivieren
- Großspenden, Stiftungen, Unternehmen

Vereinbaren Sie ein kostenloses Gespräch zum Kennenlernen.

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

a+s ließ Korken knallen

Die a+s DialogGroup GmbH ließ die Korken knallen und feierte im Dezember 2018 im Stuttgarter Jazzclub BIX mit 150 Gästen und der „All-Star-Band" Soul Diamonds ihr 20-jähriges Firmenjubiläum. Vor 20 Jahren als reiner Adressdienstleister gestartet, versteht sich die Firma heute als technologiegetriebene Performance-Agentur. Die strategischen Übernahmen der Fundraising-Agentur G&O Dialog-Concept GmbH und des Datenverarbeitungs-Spezialisten Intellidata GmbH & Co. KG in 2017 markieren das Ende des Umbaus von der Holding zur heutigen Agentur. Mit der Creative-Unit wurde die letzte Lücke im Portfolio geschlossen. „Heute können wir mit interdisziplinären Teams die Werbebotschaften unserer Kunden auf allen relevanten Kanälen spielen. So entsteht nachhaltiger Kundendialog entlang der gesamten Customer Journey", verdeutlicht Firmenchef Kai-Uwe Hesse (links im Bild).

▶ www.as-dialoggroup.de

Selbst & ständig …

Jan Uekermann ist seit Januar 2019 komplett selbständig tätig. Als Berater, Coach und Trainer in den Bereichen Kommunikation und Fundraising fokussiert er die Themen Major Giving, Digital Fundraising, Basics und Implementierung.

„Nach 18 Jahren in Anstellungsverhältnissen kann ich jetzt noch viel flexibler Organisationen und Menschen helfen, Gutes zu tun." Seinem mit Dr. Marita Haibach gegründetem Major Giving Institute bleibt er dabei ebenso treu wie auch RaiseNow, allerdings als Freelancer. Weitere Mandate kommen jetzt hinzu. Uekermann: „Ich helfe, wo ich kann, und freue mich auf die nächsten Anfragen." Weiterhin ist Jan Uekermann Korrespondent des Fundraiser-Magazins.

▶ www.januekermann.de

Kurzgefasst …

BFS Nachhaltigkeitsfonds ausgezeichnet

Die Bank für Sozialwirtschaft setzt konsequent auf nachhaltige Geldanlagen. Ihre drei eigenen Nachhaltigkeitsfonds haben im November 2018 das FNG-Siegel erhalten. Sie werden damit für eine besonders anspruchsvolle und umfassende Nachhaltigkeitsstrategie ausgezeichnet. Investmentfonds mit FNG-Siegel entsprechen dem vom Forum Nachhaltige Geldanlagen e. V. (FNG) entwickelten Qualitätsstandard für nachhaltige Geldanlagen im deutschsprachigen Raum.

▶ www.sozialbankfonds.de

Salesforce.org kooperiert mit ANT-Informatik

Das Social Enterprise Salesforce.org gibt die neue Partnerschaft mit dem NGO-Technologieanbieter ANT-Informatik bekannt. Gemeinsam mit ANT-Informatik wird Salesforce.org gemeinnützigen Organisationen in Deutschland, der Schweiz und Österreich die beste verfügbare Technologie zugänglich machen, damit sie ihre Communities stärken können.

▶ www.ant-informatik.ch ▶ www.salesforce.org

FundCom AG Zürich gegründet

Bernhard Bircher-Suits hat zum 1. Januar 2019 die FundCom AG in Zürich gegründet, eine inhabergeführte Agentur, die sich auf die crossmediale Kommunikation und Werbung für zivilgesellschaftliche Themen und Anliegen spezialisiert hat.

▶ https://fundcom.ch

Fundraising Erst-Beratung in Mannheim

Wer Gutes tut, im gemeinnützigen Verein oder in einer Initiative, braucht dazu ausreichende finanzielle Mittel. Genau hier knüpft das neue und für Engagierte kostenlose Beratungsangebot der Stadtverwaltung Mannheim an und bietet in Kooperation mit der erfahrenen Fundraiserin Sabine Volkert von Guerilla Fundraising Mannheim eine Gratis-Erstberatung im Fundraising.

▶ www.guerilla-fundraising-mannheim.com

arche noVa schafft Perspektiven in Mali

Die international tätige Hilfsorganisation arche noVa – Initiative für Menschen in Not e. V. wird im nächsten Jahr ihr Programm in Mali ausweiten. Dies ist durch eine Förderung der SKala-Initiative von 1,2 Millionen Euro über zwei Jahre hinweg möglich. arche noVa wird in dem neuen Projekt Brunnen an Schulen in der Region Gao errichten. Denn ohne gesicherte Basisversorgung fällt das Lernen schwer. Gleichzeitig werden Schultoiletten gebaut.

▶ https://arche-nova.org

Neue Spender braucht das Land

Erfolgreich neue Spender gewinnen, wenn immer weniger Menschen spenden

Die aktuelle Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag des Deutschen Spendenrates bringt es an den Tag: Immer weniger Menschen spenden. Die Anzahl der Menschen, die im Jahr 2017 gemeinnützigen Organisationen rund 3,3 Milliarden Spenden zukommen ließen, sinkt gegenüber dem Vergleichszeitraum um 500 000 Förderer. Was bedeutet das in Zukunft für die Gewinnung neuer Spender?

Von ALEXANDER THUROW

Ja, es gibt auch positive Signale, die die neue GFK-Studie transportiert: Das Spendenvolumen in Deutschland wächst gegenüber dem Vorjahr um satte sechs Prozent. Trotz der zurückgegangenen Zahl spendenwilliger Menschen. Und: Es tut sich etwas bei der Altersstruktur. Vor allem der Anteil der Spender in der Altersgrupp 30 bis 59 Jahre ist deutlich gewachsen.

Trotzdem dürfen die Erkenntnisse nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Zahl spendenaffiner Menschen insgesamt sinkt. Während der Konkurrenzdruck unter den um Spenden werbenden Organisationen wächst. Lassen sich vor diesem Hintergrund in Zukunft überhaupt noch wirtschaftlich sinnvoll neue Spender motivieren? Der natürliche Schwund in Spenderlisten ausgleichen oder die Zahl aktiver Förderer steigern?

Königsweg: Planbarer Erfolg

Vielleicht lautet der Königsweg einmal mehr: Planbarer Erfolg. Die richtigen Zielgruppen ansprechen. Erfolgsrisiken minimieren. Mit kreativen Neuspendergewinnungs-Kampagnen begeistern, deren Return-On-Invest deutlich über dem Marktdurchschnitt liegt (bei vergleichbarem Folgeverhalten der neu gewonnenen Spender). Und nicht zuletzt: Verwaltungskosten im Sinne der Vorgaben der Finanzämter systematisch planen und einhalten.

Eines der wichtigsten Tools für die erfolgreiche Neuspendergewinnung bleiben viel Erfahrung – und eine komplexe, leistungsstarke Fundraising-Datenbank. Und zwar unabhängig davon, welche Kanäle bespielt werden. Gerade im Bereich Database-Fundraising sei in den vergangenen Jahren viel passiert, sagt Rainer Semisch, verantwortlicher IT-Leiter bei marketwing in Garbsen.

„Als das Fundraising in Deutschland vor 30 Jahren noch in den Kinderschuhen steckte, führten bei der Zielgruppenanalyse schon simple Selektionen über geschätztes Alter, Kaufkraft oder den Vorläufern der GEO-Merkmale durchaus zum Erfolg." Heute komme man ohne gezielte Data Mining-Verfahren als Instrument für Responseoptimierung nicht mehr aus. „Hunderte unabhängige Variablen und deren Korrelationen erfordern den Einsatz moderner Analysesoftware. Nur so lässt sich die Spreu vom Weizen trennen." Gelingt es, für eine Non-Profit-Organisation den richtigen möglichen Interessenten auszumachen, können Streuverluste vermieden und Ergebnisse systematisch optimiert werden. Vorausgesetzt, man wählt die richtige Form der Ansprache.

Hier kommen die Strategen und Kreativen ins Spiel, die Ideen entwickeln, konzeptionieren, texten, gestalten. Und die Experten, die das Ganze realisieren, programmieren oder produzieren. Auswerten, verwalten – interpretieren.

Je geringer die Zahl spendenaffiner Menschen, desto höher der Stellenwert der Professionalisierung des Fundraisings. Auch hier am Beispiel EDV: „Database-Fundraising basiert erst einmal auf einer leistungsfähigen und skalierbaren IT-Infrastruktur. Natürlich mit moderner und erweiterbarer Firewall-Technik inklusive Sandboxing", erklärt Semisch. „In einer virtualisierten Welt nutzen wir professionelle Datenbanken auf redundanten und verschlüsselten Storage-Systemen in unterschiedlichen Brandabschnitten."

Grundvoraussetzug dafür, dass die Datenbank-Engineers und -Entwickler von marketwing überhaupt anfangen können ziel- und ergebnisorientiert zu arbeiten.

Kräfte bündeln, Know-how teilen

Es wird schnell deutlich: Wo fangen die Herausforderungen und Ansprüche an, denen sich um Spenden werbende Non-Profit-Organisationen in Zukunft gegenübergestellt sehen? Wo kann es Sinn machen, Dienstleister einzusetzen, Infrastruktur und Know-how mit anderen Organisationen zu teilen, um Kosten zu sparen, effektiver und am Ende erfolgreicher arbeiten zu können?

Diese Fragen werden sich Non Profit-Organisationen in den kommenden Jahren womöglich verstärkt stellen, um ihre Zielgruppen noch effektiver erreichen zu können. Damit sich in Zukunft vielleicht wieder mehr Menschen unterschiedlichen Alters für gemeinnützige Themen interessieren und engagieren.

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 270008310
Telefax: +49 (0)30 270008399
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

Mehr entdecken.
koopmann.de
Eine Technik, 1000 Möglichkeiten für Ihr Fundraising
koopmanndruck

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
Ihre Lösung.

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

Im Dienstleisterverzeichnis des Fundraiser-Magazins finden Sie Rat und Tat für Ihre Projekte rund um die Themen Fundraising, Stiftungen & Sponsoring.

Ihr Unternehmen fehlt hier noch? Gleich eintragen unter:

fundraising-dienstleister.de

marketwing®

marketwing Gruppe

Mit fast 100 erfahrenen Fundraising-Experten für IT- und Database-Marketing, Strategie, Kreation und Realisation sind wir europaweit aktiv. Wir helfen NPOs, die Finanzierung ihrer Projekte dauerhaft und systematisch sicherzustellen. Die Analyse der Ist-Situation, Chancen und Ziele bestimmen die Strategie. Ob Print-Kampagnen, Spenden-Mailings, Online- oder Telefon-Fundraising: Wir übernehmen Verantwortung für nachhaltigen Erfolg!

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 402-500
Telefax: +49 (0)5139 402-333
info@komserv-gmbh.de
www.komserv-gmbh.de

service94
Sozialmarketing
Fundraising
Öffentlichkeitsarbeit
TEST DEUTSCHLANDS BESTE
Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984

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

Ihr Dienstleister-Eintrag (Standard)
erscheint 1 Jahr lang im Dienstleisterverzeichnis unter ***www.fundraising-dienstleister.de*** und in 6 Ausgaben des gedruckten Magazins.
149, + MwSt.

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

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

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

GRÜN alpha GmbH
Fundraising / Kommunikation
GRÜN alpha ist die Fullservice-Agentur für Fundraising und Kommunikation. Wir sind Teil der GRÜN-Gruppe, bundesweit im Einsatz und arbeiten für viele NGOs, Stiftungen, Vereine und Verbände. Schwerpunkte sind strategische Beratung, Gewinnung und Bindung von Spendern, Online-Spendenverwaltung sowie alles rund ums klassische und digitale Fundraising.

Pascalstraße 6 · 52076 Aachen
Telefon: +49 (0)241 9278830
kontakt@gruenalpha.net
www.gruenalpha.net

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

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

bussgeld-fundraising.de

Adressen Gerichte und Staatsanwaltschaften
- über 11.000 personalisierte Zuweiseradressen 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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

SoZmark Communication

Katja Prescher

Für den Erfolg Ihrer Kommunikation und Ihres Fundraisings im digitalen Zeitalter. Katja Prescher unterstützt Sie mit ganzheitlicher Beratung, Konzeption und Umsetzung. Sie verbindet intelligent die Vorteile der Online- und Offline-Welten mit Fokus auf:

- User Journeys
- Contentstrategie
- Marketing-Automation
- E-Mail-Marketing
- Social Media
- Text

Ottikerstrasse 55 · 8006 Zürich
Telefon: +41 (0)79 7848539
kontakt@sozmark.com
www.sozmark.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

ZHAW School of Management and Law

Zentrum für Kulturmanagement

Das Diplom of Advanced Studies in Fundraising Management (30 ECTS Punkte) ist ein Weiterbildungsangebot des Zentrums für Kulturmanagement an der ZHAW. Dieses verfügt über ein gut ausgebautes Netzwerk von Experten, Dozenten und Mitarbeitern, die mit den vielfältigen Fragestellungen des Fundraising bestens vertraut sind.

Bahnhofplatz 12 · 8400 Winterthur
Telefon: +41 (0)58 9347979
info-weiterbildung.sml@zhaw.ch
www.zhaw.ch/zkm/fundraising

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

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

Selber lesen oder verschenken

Nutzen Sie den Coupon oder bestellen Sie im Internet:
www.abo.fundraiser-magazin.de

Das Fundraiser-Magazin gefällt Ihnen? Dann bestellen Sie jetzt Ihre eigene Ausgabe direkt in Ihren Briefkasten und seien Sie schneller besser informiert. Sie erhalten das aktuelle Heft immer pünktlich am Erscheinungstag.

Wenn Sie einem Freund, einer Kollegin oder einem engagierten Ehrenamtlichen eine Freude machen wollen, verschenken Sie das Fundraiser-Magazin doch weiter. Bitte tragen Sie dafür unter „Abweichende Lieferanschrift“ die Postadresse des Beschenkten ein.

Abonnement-Coupon: Druckfrisch im Briefkasten

Füllen Sie einfach diesen Coupon aus und faxen ihn an **03 51/8 76 27-79** oder senden ihn per E-Mail an bestellen@fundraiser-magazin.de oder per Post an Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden. Noch einfacher können Sie das Fundraiser-Magazin im Internet abonnieren unter

www.abo.fundraiser-magazin.de

Hiermit bestelle ich das Fundraiser-Magazin für ein Jahr. Das Jahresabonnement mit Lieferung an eine Adresse in Deutschland kostet 40,00 € (inkl. 7 % MwSt.) im Jahr. (Ausland: 65,00 €). Ich erhalte 6 Ausgaben des Fundraiser-Magazins (erscheint 2-monatlich). Wenn ich bis spätestens 6 Wochen vor Ablauf des Bestellzeitraums nichts von mir hören lasse, verlängert sich mein Abonnement automatisch um ein weiteres Jahr.

Bitte senden Sie die Rechnung an folgende Adresse (Ich bin der Abonnent):

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel

.....
Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

.....
E-Mail-Adresse für den Rechnungsversand

.....
Datum, Unterschrift

Bitte senden Sie das Fundraiser-Magazin an folgende (abweichende) Lieferanschrift

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

Widerrufsrecht: Diese Bestellung kann ich innerhalb der folgenden zwei Wochen ohne Begründung bei der Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden schriftlich widerrufen. Dass ich dieses Recht kenne, bestätige ich mit meiner folgenden Unterschrift.

.....
Datum, Unterschrift

„Erfolg bringt Erfolg hervor“

Flynn A. Andrizzi ist Präsident der Hoag Hospital Foundation in Newport Beach, Kalifornien. Er ist seit mehr als zwanzig Jahren auf dem Gebiet der Philanthropie unterwegs und hat eine Kampagne ins Leben gerufen, mit der er für seine Stiftung bis zum Jahr 2020 ganze 627 Millionen US-Dollar sammeln will. Er kennt sich besonders mit Großspendern aus und verrät im Interview mit unserem Redakteur Rico Stehfest, wie eine simple App für Ärzte beim Fundraising hilft und unter welchen Umständen dann doch der seltene Fall eintreten kann, dass er eine Großspende zurückgibt.

? In Deutschland verschicken nur wenige Krankenhäuser Briefe an ehemalige Patienten, in denen sie um Spenden bitten. Zudem sind in diesem Prozess für gewöhnlich weder Ärzte noch anderes medizinisches Personal eingebunden. Was ist Ihr Tipp, wie man diesen Bereich weiterentwickeln kann?

Wir bitten die Ärzte nicht, sich um Spenden zu bemühen. Das übernimmt entsprechendes Personal. Ärzte tun sich damit schwer, besonders bei den eigenen Patienten. Trotzdem informieren wir das gesamte Personal kontinuierlich, auch, um sie einfach am Erfolg teilhaben zu lassen. In unserer Stiftung gibt es auch eine Abteilung mit dem Titel „Strategic Engagement“. Deren Aufgabe ist es, Ärzte auch in ein Freiwilligen-Komitee einzubinden, die dann wiederum weitere Ärzte für die Mitarbeit gewinnen.

Wir senden zwar jedem unserer Patienten einen Spendenbrief, aber diese Briefe kommen eben nicht von den Ärzten. Nur, wenn ein Arzt eine oder mehrere große Spenden erhalten hat, bitten wir ihn, dem Spender einmal pro Jahr einen Brief zu schreiben und über den Impact der Spende zu berichten.

Darüber hinaus nutzen wir lediglich die Empfehlungen der Ärzte. Wir möchten, dass sie uns auf dankbare Patienten hinweisen und leiten sie dafür auch entsprechend an. Wir haben dafür sogar eine App entwickelt.

? Wie darf man sich die vorstellen?
Das ist ziemlich simpel. Die Idee dahinter ist einfach die, dass Ärzte uns schnell und unkompliziert Empfehlungen machen können, in dem Moment, in dem sie daran denken. Wenn sie erst in ihr Büro gehen müssen, um uns anzurufen, kann das schon mal in Vergessenheit geraten. Wenn ein Arzt einem Patienten begegnet, der den Wunsch ausdrückt, etwas für unsere Organisation zu tun, öffnet er einfach die App, gibt den Namen des Patienten und die Kontaktinformationen ein, die dann automatisch an denjenigen Mitarbeiter geschickt werden, der für den jeweiligen Arzt zuständig ist.

? Wenn man von Großspenden spricht, wird schnell die Forderung nach der Institutional Readiness hörbar, weil der Konsens gilt, dass diese Großspenden erleichtert. Viele deutsche Fundraiser wünschen sich diesbezüglich eine stärkere Einbindung der jeweiligen Chefetage. Wie handhaben Sie das?
Als ich zu Hoag kam, gab es immer mal wieder philanthropische Bemühungen, aber eben immer nur zeitweise. Wir haben immer nur dann Fundraising betrieben, wenn wir Geld brauchten, sei es für ein Gebäude oder für technische Geräte. Heute sammeln wir hauptsächlich für inhaltliche Bedarfe, und zwar, weil wir eben die Direktoren und Manager mit einbeziehen. Für sie haben wir einen Prozess entwickelt, mit dem sie Fundraising-Prioritäten festlegen können. Damit haben sie sich den Prozess zu eigen gemacht, denn sie haben erkannt, dass ihnen ihr Engagement direkt zugutekommt. Je mehr sie sich engagieren, desto stärker sehen sie den Erfolg. Und Erfolg bringt Erfolg hervor. Diese Erfolge teilen wir methodisch, mit dem Ergebnis, dass andere Abteilungen die gleichen Erfolge feiern wollen. Innerhalb von weniger als neun Jahren haben wir es so geschafft, uns von jährlichen Spenden in einer Höhe von 15 bis 20 Millionen US-Dollar auf mittlerweile 75 Millionen US-Dollar und mehr zu steigern.

? Dazu braucht es aber mit Sicherheit auch die passenden, zeitgemäßen Strukturen. Auch Fundraising-Methoden müssen bekanntlich mit der Zeit gehen.
Das stimmt. Heutzutage dreht sich im Fundraising viel mehr um Wissenschaft als noch vor 25 Jahren, als ich damit angefangen habe. In den USA haben wir „Screening Tools", die uns dabei helfen, Informationen über das Vermögen eines Spenders zu erhalten. Wir setzen außerdem philanthropische Analysen ein, die Vorhersagemodelle verwenden. Vereinfacht gesagt, können wir das Verhalten unserer besten Spender beobachten und unsere Datenbank potenzieller Spender damit abgleichen, um zu sehen, wer ein vergleichbares Verhalten aufweist. Das hilft uns dabei, ihre Neigung zum Spenden zu verstehen. Nicht alle Fundraising-Einrichtungen arbeiten derart ausgeklügelt, aber viele der erfolgreichsten nutzen diese Tools. Statt jeden zu kontaktieren, verfügen wir über eine Liste mit den möglichen Spendern, die das höchste Potenzial für eine Großspende aufweisen. Für diese „Top-Kandidaten" entwickeln wir einzelne Strategien, die dann in zweiwöchigen Meetings immer wieder abgeglichen und überprüft werden.

? Es kommt ja durchaus vor, dass besonders Großspender bestimmte Projekte oder Abteilungen fördern wollen. Wie gehen Sie damit um, wenn die Wünsche eines potenziellen Großspenders gar nicht im Fokus Ihrer Fundraising-Bemühungen stehen?
Vereinfacht gesagt verhält es sich so, dass wir es schaffen, die Leidenschaften eines Spenders zu entdecken und diese an unseren Prioritäten entlang anzuordnen. Wenn wir unseren Job gut machen und eine gute Beziehung zu dem potenziellen Sponsor aufbauen, dann schaffen wir es auch, ihn zu unserem Fokus hinzuführen. Mancher Spender interessiert sich für Dinge, die wir gar nicht anbieten und auch in naher Zukunft nicht tun werden. Wichtig ist, dass wir dem Spender gegenüber transparent auftreten. Wenn wir eine Spende für etwas annehmen, was wir gar nicht tun, dann wird es schwierig, die Absichten des Spenders zu erfüllen. Bei mehr als nur einer Gelegenheit musste ich Spendern sagen, dass wir ihre Spende nicht annehmen können. Seltener kam es vor, dass wir eine Spende sogar zurückgeben mussten. Ich lehne lieber eine Großspende ab, als dass ich sie zurückgeben muss. Das kann man verhindern, indem man beispielsweise Fundraising-Prioritäten nicht zu sehr spezifiziert.

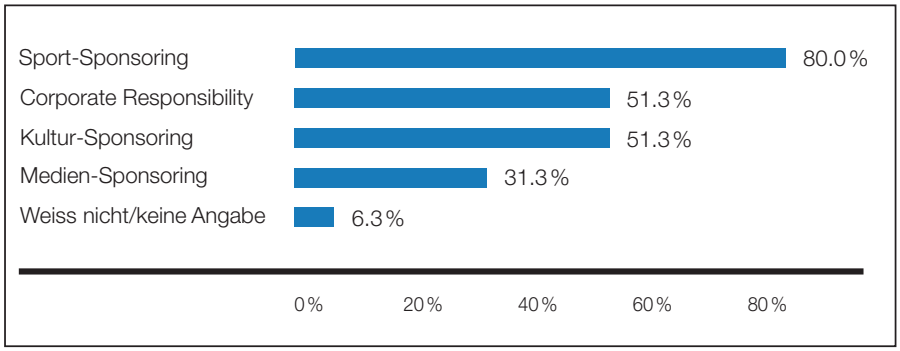
? Was hat denn dazu geführt, dass Sie eine Spende zurückgeben mussten?
Es gab da mal zwei Situationen. In der ersten haben wir die Spende zurückgegeben, weil der Spender jedes Mal, wenn er anrief oder zur Behandlung in eins unserer Krankenhäuser kam, gegenüber dem Personal verbal ausfällig geworden ist. Im zweiten Fall haben wir angeboten, die Spende zurückzugeben, weil der Spender den Bereich der geistigen Gesundheit unterstützen wollte, aber zu keinem Zeitpunkt zufrieden mit den Fortschritten der Abteilung auf diesem Gebiet war. Dieser Spender möchte, dass wir einen Patientenbereich einrichten, für den wir nicht bereit sind. Er hat seine Spendenzahlungen eingestellt und sich vielen gegenüber über den mangelnden Fortschritt des Krankenhauses beklagt. Wie gesagt, wir haben angeboten, das Geld zurückzuzahlen. Die Reaktion des Großspenders steht aber noch aus.

Flynn Andrizzi ist am 25. März zum wiederholten Mal Referent im Rahmen des 9. Fachtages „Fundraising im Gesundheitswesen". Mehr zum Programm gibt es unter
► www.dfrv.de/events/neunter-fachtag-fundraising-im-gesundheitswesen

Sozio-Sponsoring – ungenutztes Potenzial für NPO

NPO in der Schweiz pflegen Unternehmen noch zuwenig

Die Zusammenarbeit mit Unternehmen in Form eines langfristigen Sponsoringvertrages kann für gemeinnützige Organisationen eine wichtige Einnahmestütze sein. Darauf deuten Studien und Fallbeispiele hin, die Swissfundraising zusammengetragen hat. Am 14. März wird Sponsoring-Expertin Elisa Bortoluzzi in Zürich ein Seminar zu diesem Thema anbieten.



Sponsoringbereiche der Unternehmen in der Schweiz (Mehrfachnennungen möglich)
Grafik: ZHAW

Von ANDREAS CUENI

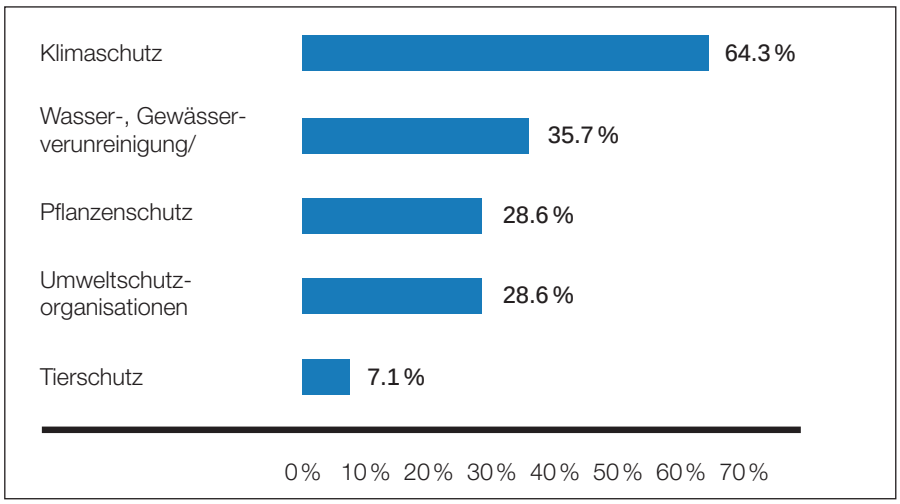
Sport ist das wichtigste Gebiet für Sponsoring: Da zeigt auch die zum dritten Mal von der ZHAW School of Management and Law zusammen mit Partnern durchgeführte Analyse «Sponsor Visions Schweiz». 80 Prozent der antwortenden Unternehmen investieren in Sport-Sponsoring, immerhin 51,3 Prozent in Corporate Responsibility-Aktivitäten und gleich viele in Kultur-Sponsoring (vgl. Grafik «Sponsoring-Bereiche»). Was die finanziellen Aufwendungen betrifft, so fliessen 53 Prozent der Sponsoring-Aufwendungen in der Schweiz in den Sport, 17 Prozent in die Kultur. Innerhalb der Corporate Social Responsibility ist das Öko-Sponsoring besonders verbreitet, wo Klimaschutz an der Spitze der unterstützten Bereiche steht (vgl. Grafik «Bereich des Öko-Sponsoring»).

Mehr als 22 Prozent der Marketingausgaben der Unternehmen betreffen das Sponsoring, und auch der gemeinnützige Sektor profitiert davon. Die Marktstudie weist ein erhebliches Potential für Sponsoring aus: «Der Bereich Corporate Social Responsibility wird beliebter und macht mittlerweile rund 13 Prozent des Gesamtbudgets aus», schreiben die AutorInnen. Obwohl verhältnismässig immer noch ein kleiner Budgetanteil in CSR (Corporate Social Responsibility) investiert werde, engagiere sich bereits mehr als die Hälfte aller befragten Unternehmen in diesem Bereich. Denn, so die Studie weiter: «Die Vermittlung von gesellschaftlichem Engagement ist bei vielen Sponsoren ein zunehmend wichtiges Ziel.»

Corporate Fundraising mit Potenzial

Elisa Bortoluzzi, eine der führenden ExpertInnen zum Thema «Sponsoring» und Autorin des Standardwerks «Sponsoring – der Leitfaden für die Praxis» (bereits in 5. Auflage), wird im März 2019 zusammen mit Swissfundraising ein praxisnahes Seminar zum Thema anbieten. Im Mittelpunkt des Tages werden Fallbeispiele stehen, einerseits von Seiten der Organisationen, andererseits aus der Firmenperspektive. Autorin und Beraterin Bortoluzzi nennt Sponsoring «eines der dynamischsten Kommunikationsinstrumente unserer Zeit. Kein grösseres Projekt, keine Veranstaltung, bei der Sponsoring nicht im Spiel wäre.»

Swissfundraising setzt solche Fallbeispiele auch in der verbandsinternen Weiterbildung ein, 2013 etwa mit einem Schwerpunkt am SwissFundraisingDay und Einblicken in die Partnerschaften von Caritas und Aduno, Schweizerisches Rotes Kreuz und Allianz, Krebsliga und Swarowski sowie des WWF. Diese Präsentationen sind weiterhin online und öffentlich zugänglich auf www.swissfundraisingday.ch.



Bereiche des Öko-Sponsorings gemäss der Studie «Sponsor Visions Schweiz 2017/18»

In seinem Workshop am SwissFundraisingDay 2018 fasst Samy Darwish, Mitarbeiter von Krebsliga seine praktisch gewonnen Erfahrungen zusammen, die er etwa mit der Sporthilfe gemacht hat: «Einerseits sind Unternehmen keine Förderinstitutionen, andererseits können wenige Organisationen attraktive Leistungen wie Imagetransfer, Reputationssteigerung oder Absatz anbieten. Von daher erstaunen die in diesem Bereich seit Jahren stagnierenden Spendeneinnahmen auf tiefem Niveau nicht. Wirklich erfolgreich sind Organisationen wie ETH Foundation, Max Havelaar oder WWF, welche die Privatwirtschaft in ihrem Geschäftsmodell integrieren. Für die grosse Mehrheit lohnt sich aber eine Investition ins Corporate Fundraising kaum.»

Unternehmen gründen NPO

Mittlere und kleine gemeinnützige Organisationen können auch aus Unternehmen heraus entstanden sein und diese Nähe auch später beibehalten: Beispielsweise pflegt Coop Patenschaften mit den Berggebieten oder mit «Tischlein deck dich», das bei Coop und deren Tochterfirma Transgourmet verankert ist. Da fliessen nicht nur Mittel, sondern auch Naturalleistungen wie Lebensmittel oder gar Infrastrukturen wie Gebäude.

Coop-Mitbewerberin Migros animiert seit mehreren Jahren immer in der Adventszeit in jedem Laden an der Kasse mit seinen Türmen von Schokolade aus der eigenen Tochterfirma Frey auf die gut schweizerische Art zum Spenden. Die Kundschaft darf zwischen Tafeln von 5, 10 und 15 Franken wählen, deren Erlös in der Grössenordnung von gegen zwei Millionen Franken unter dem Motto «Füreinander da sein. Miteinander spenden» an fünf landesweit tätige Sozialhilfswerke geht. Diese profitieren zudem von der Berichterstattung über ihre Arbeit im wöchentlich erscheinenden und zwei Millionen Exemplare starken «Migros-Magazin», das die überwiegende Mehrheit der Haushalte im Land erreicht.

Eine neue Initiative des grössten Schweizer Detailhändlers zusätzlich zum sogenannten Kulturprozent ist «Engagement Migros», der Förderfonds der Migros-Tochterfirmen. Er unterstützt Pionierprojekte im gesellschaftlichen Wandel und sucht selber aktiv solche für Partnerschaften aus.

Beispiel eines bekannten Schweizer Soziosponsorings: Für jede in ihren Läden gekaufte Spenden-Schokolade im Wert von 5, 10 oder 15 Franken legt die Migros einen Franken dazu. Die Kosten für die Produktion, Verpackung und den Vertrieb der Schoggi trägt voll und ganz die Migros.

Swissfundraising-Seminare 2019

Swissfundraising richtet seine Dienstleistungen ganz wesentlich auf die Weiterbildung seiner Mitglieder im Kernthema Fundraising aus. Neben Tagungen, regionalen Erfa-Treffs und Spezialisten-Fachgruppen gehört dazu ein Angebot an Seminaren, das seit 2017 kontinuierlich ausgebaut wird. So bietet der Verband fast monatlich in Zürich, Bern oder Lausanne eine eintägige Schulung an; dabei sollen im Laufe des Jahres Mitarbeitende von grossen und kleinen Organisationen, EinsteigerInnen und Fortgeschrittene, Public und Individual-FundraiserInnen gleichermassen profitieren können.

Als Dozierende bevorzugt Swissfundraising Fachleute mit grosser Erfahrung in der praktischen NPO-Arbeit, die Fallbeispiele einbauen. Für 2019 sind Einstiegsschulungen in Major Donor- und E-Mail-Marketing, Konzept und Text für wirksames Fundraising sowie ins Erbrecht vorgesehen. Für erfahrene Mitglieder bietet der Verband Schulungen zu Sozio-Sponsoring, Nachlass- und Generationen-Marketing an.

Swissfundraising-Seminare sind öffentlich und werden auf der Verbands-Website www.swissfundraising.org/seminare angekündigt; Mitglieder erhalten eine Ermässigung auf die Teilnahmegebühren.

Philanthropie und Zivilgesellschaft in Israel

Eindrücke von der bpb-Studienreise für Fundraiser

Überall in Israel trifft man auf Hinweise für Fundraising. Aber wie funktioniert die Kultur des Gebens in Israel konkret? Wie arbeiten Fundraiser und welche Fundraising-Konzepte dominieren? Um Antworten auf diese Fragen zu erhalten,reisten 21 deutsche Fundraiser vergangenen November durch Israel. Die Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) hatte diese Reise erstmals speziell für diese Zielgruppe konzipiert.

Von DANIEL KRAFT

Ob an Schulen, im Theater oder im biblischen Zoo in Jerusalem: Fast überall im Land findet man Zeichen für die unterschiedlichsten Fundraising-Aktionen. Danke-Plaketten an Gebäuden, Baumpatenschaften oder Sammeldosen. „Über das Thema Fundraising werden Sie sehr viel über die israelische Gesellschaft lernen", so Doron Kiesel, Professor für Soziale Arbeit a.D.

Zwölf Tage unterwegs, zwölf Tage mit vielen Beispielen und Menschen, die für Menschen arbeiten und die damit etwas tun, was man als einen fundamentalen Beitrag zum Erhalt und Ausbau der israelischen Demokratie und Zivilgesellschaft bezeichnen kann.

Wenngleich Israel über eine lange Fundraising-Tradition verfügt, wurde den Reiseteilnehmern doch Tag für Tag immer deutlicher: Fundraising, so wie wir es in Deutschland seit Jahren verstehen, ist trotz allem im Land eine recht junge Disziplin.

Von Anfang an sind die Gründung und der Aufbau des Staates Israel eng verbunden mit der finanziellen Unterstützung von Juden aus der ganzen Welt. Und diese Struktur der Spende aus dem Ausland findet sich in nahezu allen der besuchten Organisationen, von der Umweltorganisation „Heschel Center" in Tel Aviv bis zur internationalen Holocaust Gedenkstätte „Yad Vashem". Großspenden

Spendendose auf einem Friedhof in Tel Aviv (oben) und dicht gedrängt in Jerusalem (rechts).

von Stiftungen und Privatpersonen aus dem Ausland sind das prägende Moment. Sie machen oftmals einen großen Teil des Fundraising-Budgets aus. Es gibt zwar einige Erfahrungen mit Crowdfunding-Kampagnen, aber immer wieder konnten die mitreisenden Fundraiser die Beobachtung machen, dass beispielsweise die klassischen Spenden-Mailings und damit einhergehendes Datenbank-Fundraising eher Ausnahmen sind.

Und auch wenn innerhalb des Landes die Kultur der Philanthropie, nicht zuletzt durch die rasante wirtschaftliche Entwicklung der letzten Jahre, stetig wächst, so stellte der Vermögensverwalter Philippe J. Weil in einem Vortrag doch fest: „Das Vermögen ist jung, das innerisraelische Fundraising ebenso." Und noch viel jünger ist die Kultur des CSR. Momo Mahadav, Leiter von Maala, einer Organisation, die sich für soziale Verantwortung einsetzt, sieht noch

erheblichen Nachholbedarf bei der Quote des Corporate Givings. Und doch, es bewegt sich etwas. So beobachtet Jonathan Ben-Dor, Online-Fundraiser und Betreiber von IsraelGives.org, ein stetiges Wachstum im Online-Fundraising.

Und es gibt sie, die magischen Momente, die die Herzen öffnen. So beispielsweise bei einer gemeinsamen Baumpflanzaktion mit dem „Keren Kayemeth LeIsrael", dem jüdischen Nationalfonds. Gerade als gegen eine Spende von 18 Euro ein Zedern-Setzling in den steinigen Boden eingegraben worden war und sich die Teilnehmer zum Gruppenbild aufgestellt hatten, erschien am Horizont ein Regenbogen. Oder bei Mendy Cahan von „Yung Yiddish", einer NGO für den Erhalt der jiddischen Kultur, als er von seinen vielen jiddischen Büchern und der reichen Kultur des Jiddischen erzählt und singt. Oder bei Pater Nikodemus in der Dormitio-Abtei auf dem Zion in Jerusalem, als dieser von der großen Spenden-Solidarität spricht, die zum Wiederaufbau des Klosters Tabgha am See Genezareth führte.

Im biblischen Jerusalemer Zoo schließt sich dann der Kreis, von dem Doron Kiesel in Frankfurt gesprochen hat. Hier kann man einen persischen Damhirsch adoptieren. Das Aquarium trägt zum Beispiel den Namen der amerikanischen Großspender, die es wesentlich finanziert haben („The Gottesman Family Israel Aquarium"), und der Elefant ist eine Spende von Jack Rudin, New York, USA.

Aber der Jerusalemer Zoo ist zugleich ein Ort der Begegnung in diesem von Trennlinien durchzogenen Land. Hier kommen sie alle zusammen, die verschiedenen Kulturen, Religionen und Bevölkerungsgruppen dieser heterogenen Gesellschaft. All jene, die wir auf unseren Stationen auf dem Golan, in dem drusischen Ort Madjar Shams, im Kibbuz Magan am See Genezareth, im ultraorthodoxen Jerusalemer Viertel Mea Shearim oder direkt an der Green Line im arabischen Dorf Bartaá kennengelernt haben. Und kennengelernt haben wir eben auch die Geschichte Israels und des Zionismus, den israelisch-palästinensischen Konflikt und was Israel bis heute zusammenhält. Das Thema Fundraising war der Schlüssel, um etwas über die Gesellschaft zu erfahren. Und der Schlüssel passte und öffnete die Türen für ein tieferes Verständnis der israelischen Politik und Zivilgesellschaft.

Daniel Kraft, Dipl.-Fundraiser VMI, ist Leiter der Stabsstelle Kommunikation der Bundeszentrale für politische Bildung/ bpb, verantwortlich für den Akquisos-Newsletter der bpb und hat diese Studienreise nach Israel geleitet. Er hat in Freiburg und Brno Politik und Soziologie studiert.
▶ **www.bpb.de**

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

Keine Angst vor Vergleichen

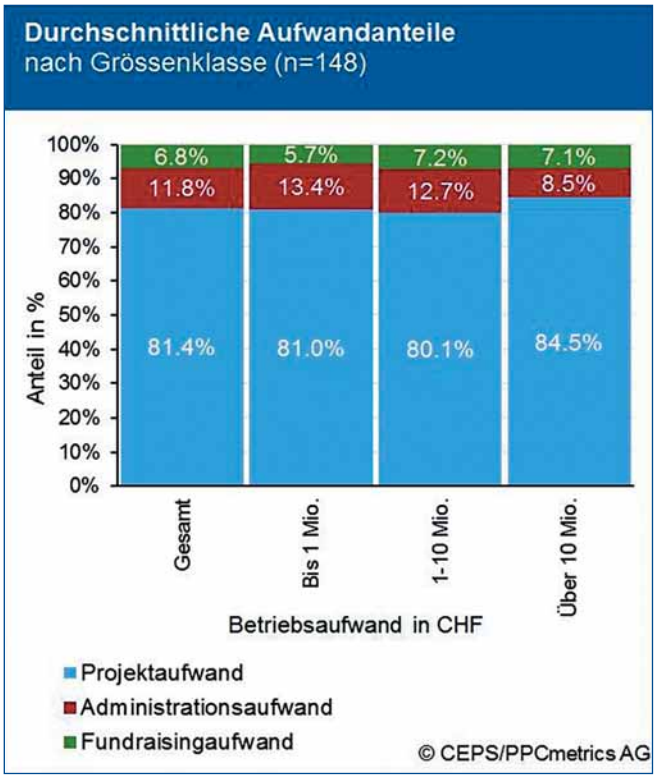
Kennzahlen und Benchmarks für Non-Profit-Organisationen

Aktuelle Zahlen und Empfehlungen können Non-Profit-Organisationen als Orientierung bei externen Vergleichen dienen. Zwei aktuelle Studien vom Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel analysieren solche Vergleichsmaßstäbe auf nationaler und internationaler Ebene.

Von SARA STÜHLINGER

Non-Profit-Organisationen (NPO) können sich auf verschiedene Arten vergleichen. Der Ist-Ist-Vergleich stellt die aktuellen Werte in Bezug zu den Vorjahreswerten. Der Soll-Ist-Vergleich überprüft, ob die aktuellen und die geplanten Größen übereinstimmen. Neben dieser internen Analyse kann sich eine Organisation mit einem Benchmark, einem anerkannten Maßstab, vergleichen. Im Gegensatz zu For-Profit-Unternehmen, für welche eine ganze Reihe von solchen Kennzahlvergleichen bestehen, sind diese für NPOs noch immer wenig verbreitet.

Um überhaupt vergleichbare Zahlen erfassen zu können, braucht es eine einheitliche Darstellungsform. Seit 2003 besteht in der Schweiz ein spezifischer Rechnungslegungsstandard für gemeinnützige NPOs. Dessen Anwendung wird zum Beispiel vorausgesetzt, um das Gütesiegel der Zewo, der schweizerischen Zertifizierungsstelle für gemeinnützige NPOs, zu erhalten. Die rund 500 zertifizierten Organisationen liefern somit eine Datengrundlage, um einen Benchmark zu erstellen.



Datengrundlage dank Zewo

Die aktuellen Finanzzahlen Zewo-zertifizierter Organisationen werden jeweils im Dezember im „Jahrbuch der Hilfswerke" veröffentlicht. In einem ersten Schritt wird untersucht, welche Informationen im Internet zu den Organisationen auffindbar sind. Im Jahr 2017 konnte bei 363 von 497 Organisationen eine vollständige Jahresrechnung heruntergeladen werden. Auf dieser Grundlage werden anschließend mehrere NPO-spezifische Kennzahlen berechnet sowie die Vermögensanlage analysiert.

Unterschiedlich hohe Reserven

Wichtige Kennzahlen für NPO sind die Administrations- und Reservequote. Die Reservequote setzt das Organisationskapital ins Verhältnis zum Jahresaufwand. Multipliziert man das Ergebnis mit zwölf, erhält man die Anzahl der Monate, in der die Organisation mit eigenen Mitteln eigene Tätigkeiten finanzieren könnte, wenn keine neuen Erträge der Organisation zufließen würden. Die Kennzahl gibt somit Auskunft darüber, wie sicher eine Organisation aufgestellt ist. Im Durchschnitt hatten die untersuchten Organisationen im Jahr 2017 Reserven in Höhe von 15,5 Monaten. Diese Kennzahl ist jedoch durch einige Organisationen verzerrt, die sehr hohe Reserven haben, denn 50 Prozent der Organisationen haben eine Reservequote von weniger als 7,7 Monate.

Separater Fundraisingaufwand

Die Administrationsquote berechnet sich aus dem Verhältnis der Aufwendungen für administrative Zwecke im Verhältnis zum Jahresaufwand. Neben dem Administrationsaufwand wird häufig separat der Fundraisingaufwand ermittelt. Die Einteilung in die dafür vorgesehenen drei Kategorien ist jedoch nicht ganz einfach. Die Zewo hat hierfür eine eigene Methode entwickelt, die von allen Organisationen angewendet werden sollte. Dennoch konnten nur bei 148 Organisationen Angaben dazu gefunden werden (siehe Grafik). Durchschnittlich gibt eine Organisation 81,4 Prozent für Projekte, 11,8 Prozent für Administratives und 6,8 Prozent für Fundraising aus. Die Analyse der 148 Organisationen bietet jedoch weitere Erkenntnisse. Es erstaunt nicht, dass größere Organisationen einen geringeren Anteil an Administrationsaufwand ausweisen,

da sie von Skaleneffekten profitieren. Jedoch geben Organisationen mit einem Betriebsaufwand von über einer Million prozentual mehr für Fundraising aus.

35 Prozent für Verwaltung sind okay

Das „Jahrbuch der Hilfswerke" kann kostenlos im Internet heruntergeladen werden und bietet NPOs somit eine Informationsquelle, um sich mit anderen Organisationen zu vergleichen. Eine zweite Orientierungsmöglichkeit sind Richtwerte und Empfehlungen von Zertifizierungsorganisationen. Die Zewo empfiehlt für die oben beschriebene Reservequote einen Bereich zwischen 3 und 18 Monaten. Für die Fundraisingquote liegt der Grenzwert bei 25 Prozent und für die Summe aus Fundraising- plus Administrationsquote bei 35 Prozent. Eine kürzlich durchgeführte Studie zeigt, dass auch in vielen weiteren Ländern ähnlich hohe Administrationsquoten empfohlen werden.

Ob starre Grenzwerte für NPOs sinnvoll sind, kann in Frage gestellt werden. Eine Empfehlung, an der sich NPOs orientieren können, scheint jedoch sinnvoll. Denn das Finanzmanagement in NPOs ist komplex und eine Orientierungshilfe sinnvoll. Ein starrer Grenzwert berücksichtigt hingegen zu wenig dessen Komplexität, die insbesondere dadurch entsteht, dass die Finanzen bei NPOs nur Mittel zum Zweck sind. Dennoch ist es sicher empfehlenswert, diese Kennzahlen zu berechnen und sich dem Vergleich zu stellen.

Sara Stühlinger arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel. Sie ist Mitherausgeberin des „Jahrbuch der Hilfswerke". Ihre Forschungsschwerpunkte sind Finanzmanagement in NPOs und Impact Investing. Sara Stühlinger hat Wirtschaftswissenschaften und Nachhaltige Entwicklung studiert. Sie referiert regelmässig zu NPO-Finanzmanagement und weiteren Themen.
▶ www.ceps.unibas.ch

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

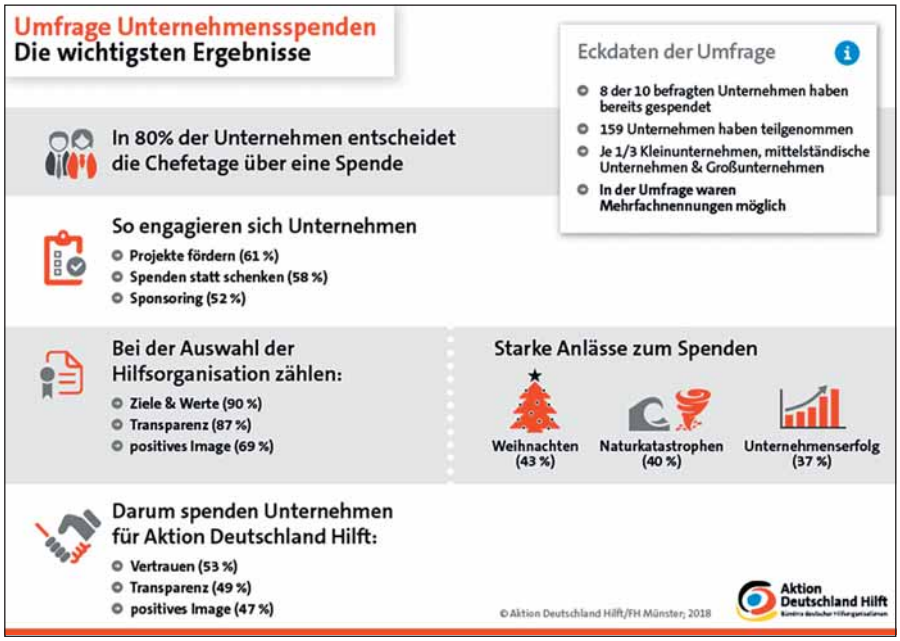
MailTec AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
mailtec.ch

So engagieren sich Unternehmen

Nachgefragt: 159 Unternehmen geben Einblicke in ihre Entscheidungsprozesse

Es ist wenig darüber bekannt, wie sich Unternehmen für oder gegen eine Spende entscheiden. Um mehr über den Entscheidungsprozess zu erfahren, befragten Studierende der FH Münster im Auftrag von „Aktion Deutschland Hilft" deutsche Unternehmen – mit erstaunlichen Ergebnissen.

Von MELISSA BROSIG



Für gemeinnützige Organisationen ist es wichtig, die Bedürfnisse ihrer Spender zu kennen. Denn so können Service und Kommunikationsmaßnahmen auf die Spender abgestimmt werden, sodass im besten Fall eine gute Spenderbindung entsteht. Während bei Privatspendern bereits sehr gut untersucht ist, warum und wann sie spenden, sind bei Unternehmensspendern noch viele Fragen zu beantworten: Wer trifft die Entscheidung über eine Spende? Wie entscheiden sich Unternehmen für eine gemeinnützige Organisation? Und welche Informationen wünschen sie sich nach einer Spende? Mit der Umfrage haben wir von „Aktion Deutschland Hilft" Antworten auf diese und viele weitere Fragen gefunden.

Entscheidung ist Chefsache

Zunächst eine für Fundraiser positive Erkenntnis: acht von zehn Unternehmen geben an, ein variables Spendenbudget zu haben. So können sie flexibel entscheiden, ob sie, je nach Situation, eine (weitere) Spende tätigen möchten. Unternehmensintern hängt die Spendenentscheidung von vielen Aspekten ab; dabei spielen insgesamt gesellschaftliche Motive eine größere Rolle als unternehmerische: Philanthropie, gesellschaftliche Verantwortung und Nachhaltigkeit bewerten die Unternehmen als wichtigste Spendenmotive. Unternehmerische Aspekte wie die positive Selbstdarstellung oder steuerliche Vorteile sind für die Befragten eher unwichtig. Die Umfrage zeigt damit ganz deutlich, dass Unternehmen sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst sind. Gemeinnützige Organisationen können in ihrer Kommunikation argumentativ darauf eingehen. Die Spendenentscheidung selbst wird „ganz oben" getroffen: Bei 80 Prozent der Unternehmen entscheidet die Unternehmensleitung. Mitarbeiter dürfen nur selten mitentscheiden, ob gespendet wird – dies gilt auch für Mitarbeiter aus der CSR-Abteilung. Spendenaufrufe sollten daher eher an die Geschäftsführung als an die Buchhaltung adressiert sein.

Bei der Auswahl der begünstigten Organisation achten die Unternehmen vor allem auf Ziele und Werte sowie auf die Transparenz der Mittelverwendung.

Augen auf bei der Partnerwahl

Weitere wichtige Aspekte sind Image, Siegel und Zertifikate sowie die Regionalität der Projektarbeit. Auf die Gegenfrage gaben rund ein Drittel der Unternehmen an, dass mangelndes Vertrauen, politische Konflikte und ein fehlender Bezug zur Situation oder Katastrophe Gründe gegen eine Spende sind. Die Aufgaben der Fundraiser sind daher sehr komplex: Sie müssen nicht nur am Image feilen und kontinuierlich Vertrauen aufbauen. Sie müssen auch genau das Unternehmen finden und binden, das einen Bezug zur Arbeit der Organisation hat, ohne dass ein Interessenkonflikt entsteht.

Weniger ist mehr

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen deutlich, dass bisher eher klassische Formen des Engagements bevorzugt werden: konkrete Projektförderungen, Spenden statt Schenken sowie Sponsoring werden von den Unternehmen am häufigsten angegeben. Alle weiteren finanziellen Unterstützungsmöglichkeiten, wie beispielsweise Restcentspenden oder Matching Funds, spielen nur für wenige eine Rolle. Mit Ausnahme der Überlassung von Sachmitteln und Logistik bringen zudem wenige Unternehmen ihre eigene Expertise oder Infrastruktur in eine Kooperation ein. Für kleine Organisationen mit wenig Personal muss es daher nicht nachteilig sein, sich auf die klassischen Wege zu beschränken.

Haben die Unternehmen letztendlich gespendet, werden jährliche Informationen bevorzugt, vor allem über die Homepage und per Mail. Das Gros der Befragten möchte über den Verlauf unterstützter Projekte informiert werden sowie einen Finanzbericht erhalten. Auch hier kann es sich daher lohnen, Kommunikationsinhalte und -wege genau zu überdenken und anzupassen.

Die Ergebnisse der Studie haben uns einen guten Überblick über die Gebe-Logiken vermittelt und aufgezeigt, an welchen Stellen es sich lohnt, die eigenen Maßnahmen auf Herz und Nieren zu prüfen.

Wie engagieren sich Unternehmen?

Weitere Informationen zur Umfrage unter *adh.ngo/Marktforschung*

Als Referentin für Unternehmenskooperation betreute **Melissa Brosig** die Studierenden der FH Münster bei der Durchführung der Marktforschung und erhielt spannende Einblicke in die Entscheidungsprozesse von Unternehmensspendern.

▶ **www.aktion-deutschland-hilft.de**

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

Narrenfreiheit in der Spenderwerbung?

Die Bedeutung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) für NGOs

Der Status der Gemeinnützigkeit bringt nicht nur Vorteile, sondern auch Verpflichtungen mit sich. Schließlich gilt es, in jeder Situation die Grenze zwischen For-Profit und Non-Profit klar zu definieren. Das bedeutet, dass auch bei der Spenderwerbung einiges zu beachten ist.

Von ANJA KNÄPPER und MARTIN GIETZOLD

Für den Dialoger läuft es nicht gut: Die Passanten hetzen an seinem Informationsstand vorbei, es ist kalt und regnerisch, niemand hat Zeit für ein Gespräch. Er nähert sich dem Eingangsbereich des Kaufhauses. Hier hat er mehr Erfolg. Gezielt spricht der Mitarbeiter einer Fundraising-Agentur ältere Damen an, stellt sich ihnen in den Weg, hält ihnen Fotos von ausgezehrten Kindern mit großen Kulleraugen unter die Nase und wirbt um eine Mitgliedschaft des Kinderhilfe-Vereins, der sich in Effizienz und Vertrauenswürdigkeit deutlich von anderen abhebe, die schlechte Arbeit leisteten.

„Möchten Sie zulassen, dass dieses Mädchen verhungert?“, so die Standardfrage des Dialogers. Ein Passant spricht ihn darauf an, dass er mit seiner Methode gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) verstößt. Der Dialoger widerspricht. Der Verein, für den er wirbt, sei gemeinnützig und stehe deshalb außerhalb des UWG. Hat er recht?

Unlauterer Wettbewerb ist definiert

Im Jahr 1896 als „Gesetz zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbes“ erstmals erlassen, wurde das UWG häufig novelliert, zuletzt im Jahr 2015. Es schützt Mitbewerber, Verbraucher und die Allgemeinheit vor einer unfairen Wettbewerbsverzerrung wie Irreführung, Täuschung, Belästigung oder unzulässige Beeinflussung.

Gemeinnützige Organisationen dienen dem Wohl der Allgemeinheit. Maßgeblich dafür ist die Selbstlosigkeit der Tätigkeit, die nicht mit einer Gewinnerzielung einhergeht – in diesem Sinn nehmen gemeinnützige Organisationen keine geschäftlichen Handlungen vor, stehen jedoch auf dem Spendermarkt in einer Konkurrenzsituation. Generell vom Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ausgenommen sind sie nicht.

Im Juli 2018 entschied der Genfer Gerichtshof, dass die Paragrafen des UWG auf die Spendenaufrufe einer gemeinnützigen Organisation Anwendung finden. Eine Organisation hatte ein Callcenter damit beauftragt, Personen in der Schweiz zu kontaktieren, um Zuwendungen zu bezwecken. Eine Beschwerdewelle der Angerufenen löste den Rechtsstreit aus. Das Staatssekretariat für Wirtschaft und der Westschweizer Konsumentenverband stellten Strafanträge. Begründung: Wegen der großen Anzahl der gewerbsmäßigen Durchführung der Anrufe zur Spendengenerierung im Auftrag der Organisation gelte – trotz des humanitären Zwecks – die Tätigkeit als kommerzielle Handlung und unterliege damit dem UWG.

Einschätzung des Rechtsexperten

Dr. Martin Sievers, Fachanwalt für Arbeits- und Steuerrecht, erläutert: „Auf dem sogenannten Spendenmarkt stehen insbesondere gemeinnützige, mildtätige und kirchliche Einrichtungen untereinander im Wettbewerb. Eine geschäftliche Handlung stellt

die Spendenwerbung nur dann dar, wenn damit zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens der Absatz oder der Bezug von Waren oder die Erbringung oder der Bezug von Dienstleistungen gefördert wird."

Bei der reinen Spendenwerbung ist dies unter folgenden Voraussetzungen anzunehmen:

1. Die Einrichtung muss eine Dienstleistung erbringen. Dafür reicht es aus, dass die Verwendung der Spenden für einen bestimmten Zweck entspricht.
2. Die Dienstleistung muss gegen Entgelt erfolgen. Es reicht aus, dass die Einrichtung die Aufwendungen für ihre Mitarbeiter (Gehalt, Honorar, Provisionen) aus dem Spendenaufkommen finanziert.
3. Die Einrichtung muss, um Unternehmenseigenschaft zu haben, die Spendenwerbung und Spendenverwendung dauerhaft, das heißt planmäßig und nicht nur gelegentlich, betreiben.

Insbesondere sei das UWG anwendbar, so Sievers, wenn die gemeinnützige Organisation zur Spenderwerbung ein gewerbliches Unternehmen beauftrage.

Der Dialoger hat unrecht

Das Verhalten des Dialogers im Beispiel verstößt im Sinn des UWG gegen gleich mehrere Paragrafen: Belästigung, Herabsetzung des Konkurrenten und hochemotionale Fotos, die die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher einschränken können. Dass er für eine kommerzielle Agentur arbeitet, erschwert seine Situation. Verstöße gegen das UWG gelten als Ordnungswidrigkeiten oder auch Straftaten und werden entsprechend geahndet.

Anja Knäpper studierte Publizistik und Kommunikationswissenschaft, arbeitete als Redakteurin und als Referentin für PR und Öffentlichkeitsarbeit bei großen und mittelständischen Unternehmen. Seit 2013 ist sie freie Journalistin. Zu ihren Kunden zählen Vereine, Verbände und Unternehmen aus dem Bereich Fundraising und Fördererwerbung.
▶ www.klartext-knaepper.de

Martin Gietzold begann seine Karriere 2001 als Dialoger im Face-to-Face-Fundraising für Vereine und Verbände. Im Jahr 2004 machte er bei der KomServ GmbH eine Ausbildung zum Bürokaufmann, wurde 2011 Abteilungsleiter und 2016 Prokurist. Heute beschäftigt das Unternehmen rund 20 Mitarbeiter, Auftraggeber sind regional und überregional tätige Organisationen. Für die Mitgliederverwaltung ist Martin Gietzold seit 2006 verantwortlich.
▶ www.komserv-gmbh.de

11. KONGRESS DER SOZIALWIRTSCHAFT

FÜHRUNG GESTALTET.

Generationenwechsel
Digitalisierung
Kulturwandel

DER KONGRESS
Das Forum für Entscheider*innen in der Sozialwirtschaft

ORT
Hotel MARITIM Magdeburg

ZEIT
16./17. Mai 2019

PROGRAMM
Workshops & Vorträge
Talkrunden & Diskussionen
Preisverleihung „Sozialkampagne"
Get-together der Führungskräfte

WORKSHOP-THEMEN
Führung braucht Ideen
Führung ohne Hierarchie
Führung im Wandel
Führung gestaltet Gesundheit
Führung in Vielfalt
Führung braucht Geld
Führung digital

SAVE THE DATE 16. / 17. Mai 2019

INFOS & ANMELDUNG
www.sozkon.de

JANUAR

Kursstart EU-Fundraiser
28.01., Berlin
www.euroconsults.eu

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

FEBRUAR

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

Rechnungslegung in NPOs
04.02., Köln
www.euroforum.de

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

Venture-Philanthropie und Social Investments: Praktische Instrumente f. Deutsche Stiftungen
04.02., Frankfurt am Main
www.stiftungsakademie.de

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

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

Fundraising für gemeinnützige Projekte
06.02., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Swissfundraising-Fachgruppe Major Donor Fundraising für Kleine
07.02., Zürich
www.swissfundraising.org

Fortbildung „Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit – DER Schlüssel zum Erfolg"
11.–13.02., Berlin
www.fundraisingakademie.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

13. Stiftungsrechtstag: Stiftung und Politik
15.02., Bochum
www.ruhr-uni-bochum.de

14. Norddeutscher Fundraisingtag
18. & 19.02., Hamburg
fundraising-nord.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination
18.–20.02., Berlin
www.ehrenamt.de

Jahresforum Stiftungen
19.02., Düsseldorf
www.stiftungsakademie.de

Seminar

19. Februar 2019,
9-18 Uhr, Berlin
ESV-Akademie

Erbschaftsfundraising in und für Stiftungen

Weitere Info und Anmeldung:
www.ESV-Akademie.de/Erbschaft

ESV AKADEMIE

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

DFRV-Regionalgruppentreffen Stuttgart
20.02., Stuttgart
www.dfrv.de

Social Media für die Verbandsarbeit kennen und nutzen lernen
20.02., Berlin
www.verbaende.com

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

22.2.2019 / Frankfurt aM
www.vereinsrechtstag.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

Fachtag Ehrenamtskoordination – Gemeinde gewinnt, Ehrenamt fördern und stärken
23.02., Geestland
www.kirchliche-dienste.de

So findet man Sponsoren
25.02., St. Gallen
www.esb-online.com

UPDATE: Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen
25.02., Bonn
www.verbaende.com

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

Rechtsformen und Rechtsformwechsel gemeinnütziger Organisationen
26.02., München
www.akademiesued.org

Sponsoren und Partner gewinnen
26.02., St. Gallen
www.esb-online.com

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

Was erfolgreiches E-Mail-Marketing ausmacht
28.02., Zürich
www.swissfundraising.org

MÄRZ

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

Fachtag Ehrenamtskoordination – Gemeinde gewinnt, Ehrenamt fördern und stärken
02.03., Herrmannsburg
www.kirchliche-dienste.de

Kursstart EU-Fundraiser
04.03., Berlin
www.euroconsults.eu

Swissfundraising-Fachgruppe Direct Mail
05.03., Bern
www.swissfundraising.org

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

24. Sozialwirtschaftliche Managementtagung
07.03., Mainz
www.swmt.org

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

So findet man Sponsoren
08.03., Düsseldorf
www.esb-online.com

Sponsoren und Partner gewinnen
09.03., Düsseldorf
www.esb-online.com

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

Fördermittel für Vereine und gemeinnützige Organisationen
11.03., Kassel
www.akademiesued.org

Fundraising lernen nach der LUDOKI-Methode
11. & 12.03., Berlin
www.kbw.de

Mitteldeutscher Fundraisingtag
12.03., Jena
www.fundraisingforum.de

Stiftungs-Fundraising: Wie Sie erfolgreich Gelder von Stiftungen einwerben
12.03., Köln
www.npo-academy.com

Professionelle Fördermittelakquise für Organisationen der Sozialwirtschaft
12.03., Berlin
www.bfs-service.de

Von Maps und Games – Die Zukunft des Spendens
12. & 13.03., Loccum
www.loccum.de

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

Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
14.03., Düsseldorf
www.endriss.de

Fördermittel- und Zuwendungsrecht in der Praxis
14.03., Berlin
www.solidaris.de

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

Fachtag Ehrenamtskoordination – Gemeinde gewinnt, Ehrenamt fördern und stärken
16.03., Hildesheim
www.kirchliche-dienste.de

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

Kursstart EU-Fundraiser
18.03., Berlin
www.euroconsults.eu

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

Intensiv-Seminar „Großspender-Fundraising" (5 Module)
18.03.–24.05., Berlin
www.fundraisingakademie.de

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

Kompaktseminar: Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
20.03., Hannover
www.foerder-lotse.de

Fördermittel- und Zuwendungsrecht in der Praxis
20.03., Hamburg
www.solidaris.de

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

Fachtag Ehrenamtskoordination – Gemeinde gewinnt, Ehrenamt fördern und stärken
23.03., Ostrhauderfehn
www.kirchliche-dienste.de

MÜNCHNER STIFTUNGS FRÜHLING
23. bis 29. März 2019
Auftakt: Sa 23. März, BMW Welt
Münchner Stiftungen und Partner stellen sich vor.
www.muenchnerstiftungsfruehling.de

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

5. Online Fundraising Forum
26.03., Köln
www.az-fundraising.com

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

Start Ausbildungsgang Strategisches Freiwilligenmanagement (3 Module)
27.03., Berlin
www.ehrenamt.de

Stiftungen in der Kommune: Stiftungsaufgaben, -formen und -recht
27.03., Berlin
www.kbw.de

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

ABC des Umsatzsteuer- und Gemeinnützigkeitsrechts
28.03., München
www.solidaris.de

5. Online Fundraising Forum
28.03., Berlin
www.az-fundraising.com

Gemeinnützigkeit und Steuerrecht – Verein, gGmbH, gemeinnützig Stiftung und gemeinnützige Körperschaft in öffentlicher Trägerschaft
28. & 29.03., Berlin
www.kbw.de

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

Seminar für leitende Ehrenamtliche zu Populismus und Antisemitismus
29.03., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

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

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

APRIL

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

Start Lehrgang: Fördermittelmanager/-in für gemeinnützige Organisationen
01.04., Montabaur, Fulda, Berlin
www.foerder-lotse.de

Start Ausbildungsgang Engagementberatung (3 Module)
01.04., Berlin
www.ehrenamt.de

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

10. Berliner Stiftungswoche
02.–12.04., Berlin
www.berlinerstiftungswoche.eu

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

15. Deutsches CSR-Forum: Ökonomie des Klimawandels. Nachhaltiges Finanzsystem
03.04., Stuttgart
www.csrforum.eu

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

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

Interne Revision bei gemeinnützigen Trägern
04.04., München
www.solidaris.de

Professional „Sales"-Training für Unternehmenskooperationen und Großspenden
05.04., Wien
www.npo-academy.com

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

Campaigning Summit Switzerland
05.04., Zürich
www.campaigning.swiss

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

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

Aktuelle Rechtsentwicklungen für steuerbegünstigte Organisationen
08.04., München
www.akademiesued.org

Basiskurs Freiwilligenkoordination
08.–10.04., Berlin
www.ehrenamt.de

Zertifikatslehrgang Nonprofit Governance & Leadership
08.04.–06.06., Sigriswil/Basel
www.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. & 12.04., München
www.munichfundraising.school

Kursstart EU-Fundraiser
23.04., Berlin
www.euroconsults.eu

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

Supervision und Coaching für leitende Ehrenamtliche
26.04., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

Fachtag Ehrenamtskoordination – Gemeinde gewinnt, Ehrenamt fördern und stärken
27.04., Rehberg-Loccum
www.kirchliche-dienste.de

MAI

Crowdfunding
03.05., Berlin
www.ebam.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
06.05., Köln
www.endriss.de

Kursstart EU-Fundraiser
06.05., Berlin
www.euroconsults.eu

ABC des Umsatzsteuer- und Gemeinnützigkeitsrechts
06.05., Berlin
www.solidaris.de

re:publica 2019
06.–08.05., Berlin
www.re-publica.com

CAS Change und Innovation in Non-Profit-Organisationen
06.05.–27.01., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Professional „Sales"-Training für Unternehmenskooperationen und Großspenden
07.05., Berlin
www.npo-academy.com

Deutscher Fundraisingkongress 2019
08.–10.05., Kassel
www.fundraising-kongress.de

24. acn Konferenz
08.–10.05., Würzburg
www.alumni-clubs.net

Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
09.05., Hamburg
www.endriss.de

Strategisches Fundraising für die nächsten Jahre
09.05., München
www.munichfundraising.school

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

Fundraising Forum Niedersachsen
09.05., Hannover
www.fundraising-forum-niedersachsen.de

Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
10.05., Berlin
www.endriss.de

Fundraising Lehrgang 2019
10.05.–11.10., München
www.ebw-muenchen.de

Fachtag Ehrenamtskoordination – Gemeinde gewinnt, Ehrenamt fördern und stärken
11.05., Osnabrück
www.kirchliche-dienste.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
13.05., Hannover
www.endriss.de

Kompaktseminar: Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
13.05., Nürnberg
www.foerder-lotse.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination
13.–15.05., Berlin
www.ehrenamt.de

Testamente und Vermächtnisse: Was Vereine, Stiftungen und NPOs für eine rechtssichere Zuwendung beachten müssen
14.05., Köln
www.npo-academy.com

Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern: Mit gelungenen Texten ansprechen und binden
14.05., Berlin
www.npo-academy.com

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

Nachlass-Marketing für Fortgeschrittene
14.05., Zürich
www.swissfundraising.org

Erbschaftsfundraising für Vereine und NPOs
15.05., Köln
www.npo-academy.com

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

Mit Fundraising und Mittelakquise neue Wege gehen
15.05.–23.10., Hannover
www.vnb.de

11. Kongress der Sozialwirtschaft
16. & 17.05., Magdeburg
www.sozkon.de

Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
20.05., Frankfurt am Main
www.endriss.de

Bildungsfundraising: Vorgehen, Besonderheiten und Erfolgsfaktoren
21.05., Berlin
www.npo-academy.com

Forum „Aktuelles Steuerrecht" – aktuelle Änderungen im Steuerrecht für steuerbegünstigte Organisationen
21.05., Kassel
www.akademiesued.org

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

Kurzgefasst …

Unternehmenskooperation

Es sind noch einige wenige freie Plätze für das Expertentreffen von Fundraisern zum Thema Unternehmenskooperation am 21. und 22. Februar an der Goethe-Universität in Frankfurt buchbar. Das Fundraising-Symposium wird erneut 140 Gäste aus Deutschland, Österreich und der Schweiz begrüßen. Die Keynote hält Valerie Morton aus England.

▶ www.fundraising-symposium.de

Maps und Games

Die Evangelische Akademie Loccum lädt erneut in Kooperation mit der Evangelischen-lutherischen Landeskirche Hannovers zur Fundraisingtagung. Am 12. und 13. März widmet sich die Veranstaltung der Zukunft des Spendens. Welches Wissen und welche Techniken sind unabdingbar für gelingendes kirchliches Fundraising? Ist Gaming im Non-Profit-Sektor eine Möglichkeit, Spender zu erreichen?

▶ www.loccum.de

Fachtag Gesundheitswesen

Vertreter von „Ärzte ohne Grenzen“ sind mit dabei und berichten von ihren alltäglichen Herausforderungen. Außerdem gibt es Einblicke in die bundesweit erste Spenderbefragung an Universitätskliniken. Zudem bietet der Fachtag Gesundheitswesen am 25. März einen Bericht, wie es bei der KUNO-Stiftung nach der erfolgreichen Kampagne weiterging, bei der elf Millionen Euro eingeworben worden waren. Die 9. Fachtag „Fundraising im Gesundheitswesen“ findet am in Frankfurt statt.

▶ www.dfrv.de

Jahresforum Stiftungen

Steuerliche und rechtliche Änderungen und Neuerungen im Stiftungsumfeld stehen auf dem Programm des nächsten Jahresforums Stiftungen am 21. Februar in Düsseldorf. Kapitalerhaltungskonzept und Vermögensanlagerichtlinien sind dabei ebenso Eckpunkte wie Compliance-Management-Systeme in Stiftungen. Veranstaltungsort ist die Otto Beisheim School of Management.

▶ www.stiftungsakademie.de

Fachtage Ehrenamtskoordination

Die Evangelisch-lutherische Landeskirche Hannovers bietet über das Jahr verteilt mehrere Fachtage zum Thema Ehrenamtskoordination in der Gemeinde in unterschiedlichen Städten an. Den Auftakt macht Geestland am 23. Februar, gefolgt von Herrmannsburg am 2. März und Hildesheim am 16. März. Die Veranstaltungen sind jeweils kostenfrei.

▶ www.kirchliche-dienste.de

„Fundraising.digital“

Haus des Stiftens und Fundraiser-Magazin bieten mit Webinarwoche gratis Know-how

Für Einsteiger als auch Fortgeschrittene: Eine gemeinsam vom Haus des Stiftens und dem Fundraiser-Magazin organisierte Webinarwoche bietet kostenlos Informationen zu einer Vielzahl an Themen und digitalen Tools für erfolgreiches Fundraising. Von Crowdfunding über E-Mail-Marketing bis hin zum erfolgreichen Einsatz von youtube ist alles dabei. Die Referenten sind alle Vertreter von NGOs, wie beispielsweise Anes Sabitovic von Islamic Relief, der über die Zukunft des (digitalen) Fundraisings sprechen wird. Außerdem mit dabei sind unter anderen Jan Uekermann, der über Großspenden sprechen wird und Jan Heilig, der verrät, wie man ganz einfach gute Videos mit dem Smartphone macht. Jedes Webinar dauert 60 Minuten und wird vormittags beziehungsweise am Mittag laufen.

Kostenlose Webinarwoche „Fundraising.digital“ vom 25.–29.März
▶ www.fundraising-digital.org

Sozialwirtschaft tagt zweimal

Doppelt hält bekanntlich besser: Die Sozialwirtschaftliche Managementtagung wird in diesem Jahr gleich zweimal stattfinden. Zusätzlich zu dem üblichen Termin im März in Mainz gibt es eine zweite Tagung im Juni in Villingen-Schwenningen. Zu beiden Gelegenheiten steht die Frage nach der digitalen Gefahr im Mittelpunkt: Wie können wir angesichts der rasanten Entwicklung der künstlichen Intelligenz IT richtig nutzen, Controlling gestalten und letztendlich Vertrauen in die Technik entwickeln?

24. Sozialwirtschaftliche Managementtagung
am 7. März in Mainz und am 27. Juni
in Villingen-Schwenningen
▶ www.swmt.org

BERUFSBEGLEITENDER LEHRGANG

Fördermittelmanager/-in für gemeinnützige Organisationen (FLA)

Direkt für die Praxis – innovatives Blended Learning – mit qualifiziertem Abschlusszertifikat

FÖRDERLOTSE AKADEMIE

Für Mitarbeitende aus gemeinnützigen Organisationen und Berater/-innen für den Non-Profit-Bereich mit Berufserfahrung, die sich für den Verantwortungsbereich Fördermittelakquise fundiert und praxisorientiert qualifizieren möchten.

- zwölf Monate berufsbegleitend
- 4 mal 3 Präsenztage (08.–10.05.2019 | 26.–28.06.2019 | 25.–27.09.2019 | 29.–31.01.2020)
- 10 E-Learningmodule im Umfang von 900 Minuten
- maximal 18 Teilnehmende
- qualifiziertes Zertifikat der Förderlotse Akademie (FLA)

- Leitung: Torsten Schmotz & Bernd Kreh
- Dozententeam mit den führenden Fachkräften für Fördermittelgewinnung in Deutschland

▶ Start des ersten Lehrgangs: 1. April 2019

In Kooperation mit Diakonie Hessen

Ein Angebot von Förderlotse Torsten Schmotz

Infotelefon: 09874 – 322 516 E-Mail: info@fl-akademie.info www.fl-akademie.info

Fundraisingtage 2019

Die Programme der ersten Fundraisingtage für das neue Jahr stehen bereits, die Anmeldungen für München (Februar) und Gelsenkirchen (März) laufen auf Hochtouren. Gleich im April folgt dann schon der Fundraisingtag Stuttgart. Online-Fundraising, Spenderbefragung, Gewinnen von Testimonials oder Geldauflagenmarketing – die Themenpalette bietet wie immer das Richtige für Einsteiger und Profis.

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

Vielfalt des Engagements

Der 4. Münchner Stiftungsfrühling präsentiert ein vielfältiges Programm

Ende März präsentieren sich rund 130 Stiftungen und Partner gemeinsam dem Fachpublikum und der Öffentlichkeit. Nach einem kompakten ganztägigen Auftakt in der BMW Welt können Besucher in den Folgetagen direkt in die Häuser und Projekte der einzelnen Stiftungen hineinschnuppern. Ein buntes Programm aus Workshops, Führungen, Projektvorstellungen und Fachvorträgen verdeutlicht, welch wertvollen Anteil die Stiftungsarbeit am gesellschaftlichen Zusammenleben trägt. Der Blick hinter die Kulissen macht die gesamte Bandbreite der Stiftungslandschaft sichtbar.
So präsentiert beispielsweise die Deutsche Welthungerhilfe ein originales Nothilfezelt mit allen Details. Die Stiftung Wertbündnis Bayern bindet alle Interessenten aktiv ein und bietet einen Zivilcourage-Workshop an. „Von der Kultur des Scheiterns" erzählen einige Social Entrepreneurs. Außerdem ist eine Präsentation von Fair Fashion zu erleben, und die Besucher können erfahren, wie die inklusive Gemüseverarbeitung der Stiftung Regenbogen funktioniert.

4. Münchner Stiftungsfrühling vom 23.–29. März
▶ www.muenchnerstiftungsfruehling.de

Guter Austausch

Mit ihrem diesjährigen Symposium wollen der Deutsche Hochschulverband und die Hochschulrektorenkonferenz nicht nur Rektoren, Präsidenten, Kanzler und Stifter zusammenbringen und Möglichkeiten des Ideen- und Gedankenaustauschs bieten. Ebenso eingeladen sind Vertreter von Leitungsebenen in Stiftungen, kaufmännische Leiter und ärztliche Direktoren von Klinika sowie die mit Fundraising betraute Führungsebene.

DHV-HRK-Fundraisingsymposium 2019
am 8. April in Berlin
▶ www.hochschulverband.de

Vereinsrecht

Im vergangenen Jahr folgten fast 160 Teilnehmer der Einladung zum Vereinsrechtstag nach Frankfurt. Einen solch regen Zuspruch erhoffen sich die Veranstalter auch für die diesjährige Ausgabe Ende Februar. Auf dem Programm stehen Punkte wie Haftung und Compliance, Vereinsregister, Mitgliedervergünstigungen oder überzogene Vergütungen. Den Abschluss bildet eine Podiumsdiskussion zum Thema „Eintragungsfähigkeit und Gemeinnützigkeit von Vereinen des Profisports nach den Kita-Entscheidungen".

4. Vereinsrechtstag am 22. Februar in Frankfurt
▶ www.vereinsrechtstag.de

Online-Fundraising

Echte Online-Kampagnen und wie sie verliefen: Darüber und noch eine ganze Menge mehr erfahren die Teilnehmer der nächsten beiden Online-Fundraising-Symposien in Köln und Berlin. Wie Influencer-Marketing bei der Kindernothilfe funktioniert und der Einsatz von crossmedialen Online-Kampagnen und Social Media sind nur zwei der Programmpunkte. Als Referenten mit dabei sind unter anderen Sabine Wagner-Schäfer (Leitung Online, AZ fundraising) und Christian Tembrink (netspirits GmbH).

5. Online-Fundraising-Symposium
am 26. März in Köln und am 28. März in Berlin
▶ www.online-fundraising-forum.de

Drei Fragen an … Raimund Gründler

Das CSR-Forum will langfristig Werte vermitteln

? Wieso hat das Kolping-Bildungswerk Württemberg die Trägerschaft des Deutschen CSR-Forums übernommen?

Das Kolping-Bildungswerk Württemberg ist ein breit aufgestelltes Bildungsunternehmen. In unseren Schulen und Akademien bereiten wir junge Menschen auf ihren Berufseinstieg vor. Dabei legen wir Wert darauf, ihnen nicht nur Wissen, sondern auch Werte zu vermitteln. Mit dem Deutschen CSR-Forum begleiten wir sie dann in ihrer Berufstätigkeit. Denn gelebtes CSR ist nichts anderes als die Übernahme von Verantwortung und die praktische Umsetzung von Werten im Betriebsalltag.

? Welche vermittelten Werte werden denn im Rahmen von CSR umgesetzt?

Ganz vorne steht der Respekt. Daraus leiten sich ganz viele Werte und Handlungsmaximen ab, die im Hinblick auf nachhaltige Unternehmensführung unverzichtbar sind. Wer Respekt vor seinen Mitmenschen hat, wird gegenüber seinen Mitarbeitern als verantwortungsvoller Arbeitgeber auftreten. Ebenso wird er gegenüber den Lieferanten und Kunden ein zuverlässiger und korrekter Geschäftspartner sein. Und wer Respekt vor der Natur und Umwelt hat, wird auf einen schonenden Ressourceneinsatz genauso achten wie auf eine Reduzierung der Umweltbelastungen, die sich aus der Geschäftstätigkeit ergeben.

Raimund Gründler …

… veranstaltet das CSR-Forum am 3. April 2019 in Stuttgart. Er ist Mitglied der Geschäftsleitung des Kolping-Bildungswerks Württemberg e.V.

? Welche Entwicklung streben Sie mit dem Deutschen CSR-Forum an?

Es soll zu einer zentralen Veranstaltung für mittelständische und familiengeführte Unternehmen werden. Nicht die Theorie soll im Mittelpunkt stehen, sondern die praktische Anwendung. Die Teilnehmer sollen Anregungen mitnehmen, die sie anschließend in ihrem Betrieb umsetzen können. Entscheidend ist nämlich, dass CSR in den Betrieben täglich gelebt wird. Dies ist viel wichtiger als ausführliche schriftliche Handreichungen und Dokumentationen.

▶ www.csrforum.eu

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
Brücke zwischen Profit und Non-Profit

Die richtige Entscheidung

Das „Diploma in Fundraising“ der Institute of Fundraising Academy – ein Erfahrungsbericht

Schon lange hatte ich den Gedanken mit mir getragen, eine Weiterbildung im Bereich Fundraising zu machen und intensiv recherchiert, welcher Kurs am besten zu mir passen würde. Zeitlich musste es möglich sein, meinen Vollzeitjob ohne Einschränkungen weiterzumachen, der Preis sollte angemessen sein, die Inhalte umfassend. Nicht zuletzt weil mein Partner Brite ist und ich deswegen oft in Großbritannien bin und dort den „third sector“ verfolge, fiel meine Wahl auf das Institute of Fundraising in London, dessen Academy einen Online-Kurs zur Erlangung des Diploma in Fundraising anbot.

Von ULRIKE HERKNER

Ich ging meinen bisherigen Bildungsweg immer in Deutschland und freute mich auf eine internationale Umgebung. Kurz bevor der Brexit wahrscheinlich bittere Wahrheit wird, gab es zudem außer professionellen Zugangsempfehlungen keine formellen Beschränkungen. Wer weiß, ob das so bleibt … Also entschied ich mich für den Lehrgang der Institute of Fundraising Academy, den ich von Oktober 2016 bis Dezember 2017 belegte. Die Zeugnisübergabe erfolgte im November 2018 in London.

Hoher Arbeitsaufwand

Ich hatte Respekt vor dem hohen Maß an Selbstdisziplin, das ein Bildungsangebot ohne Präsenzpflicht von mir abverlangte. Tatsächlich hat es viel Zeit und Kraft gekostet, nach anstrengenden Arbeitstagen nicht in den Feierabendmodus umzuschalten, sondern noch eine Vorlesung zu hören, mich durch die langen Leselisten zu arbeiten oder die vielen Hausaufgaben zu machen, die immer schriftlich erledigt werden mussten, da ja alles online passierte. Zu jedem Wochenpensum gehörten bis zu drei Vorlesungen, die mit Audioschleife online und zum Download verfügbar waren, sowie Fallbeispiele und umfangreiches Kursmaterial. Jede Woche gab es mehrere Aufgaben, die schriftlich im Studienforum geteilt, fachlich diskutiert und von unserer Tutorin begleitet wurden. Durchschummeln galt nicht, wurde die Mitarbeit doch nicht nur in ihrer inhaltlichen Relevanz, sondern auch in ihrer Frequenz bewertet. Außerdem musste ich drei „Assignments“ und ein Examen bestehen, um den Kurs erfolgreich zu beenden. Für die schriftliche Abschlussprüfung reiste ich nach London und traf zum ersten Mal auf meine Kommilitonen, mit denen ich mich schon ein Jahr lang mehrfach die Woche virtuell im „Student’s Blackboard“ getroffen hatte.

Hohe Qualität des Kurses

Für mich war dieser Kurs die absolut richtige Entscheidung. Die Inhalte waren wissenschaftlich fundiert und anspruchsvoll, dazu praxisnah, aktuell und aus vielen internationalen Perspektiven betrachtet. Professor Adrian Sargeant führte uns als einer der Hauptdozenten sehr engagiert durch unser gemeinsames akademisches Jahr und wir durften mit Fundraising-Urgestein Ken Burnett lernen. Zwar empfand ich die durchgehend schriftliche Kommunikation manchmal als etwas anstrengend, da immer etwas Zeit vergeht, bis ein Mitstudent seine Antwort formuliert hat. Auch war es für mich ein kleine Herausforderung, meinen fachlichen Ausführungen stets die bekannte britische Höflichkeit hinzuzufügen. Aber die Flexibilität, die diese Form des Studierens erlaubt, machte den Mangel an persönlichem Austausch von Angesicht zu Angesicht wett.

Ulrike Herkner ist seit 2013 die Geschäftsführerin des Vereins „Kinderhospiz Bärenherz Leipzig“ e.V. Nach ihrem Sport- und Journalistik-Studium war die PR-Fachfrau zunächst für verschiedene Medienhäuser und Kommunikationsagenturen tätig, bis sie durch die Arbeit für Bärenherz zum Fundraising kam.
▶ www.baerenherz-leipzig.de

Kampagnen zwischen Mensch und KI

Campaigning Summit Switzerland 2019 diskutiert Innovationen

Zum siebenten Mal bereits lädt das Team der business campaigning GmbH um Peter Metzinger zum Campaigning Summit Switzerland am 5. April 2019 nach Zürich. Eine Veranstaltung, die sowohl Unternehmen als auch Non-Profit-Organisationen ansprechen soll. Dafür hat sich der Kommunikationsprofi, der zu Kampagnenführung berät, wieder viele internationale Expertinnen und Experten eingeladen. Thema 2019 ist „Campaigning Innovation".

Mit dabei ist sogar ein Friedensnobelpreisträger, die Initiative „International Campaign to Abolish Nuclear Weapons" (ICAN). Deren Koordinatorin für digitale Kampagnen, Lucero Oyarzun, wird vorstellen, wie sie Millennials für das Thema nuklearer Abrüstung begeistert. In ihrem Referat „How to mobilize and involve Millennials and the next young generation" gibt sie auch einen Ausblick darauf, wie Marketing, Kommunikation und politisches Campaigning 2025 aussehen werden. Ebenfalls mit dabei ist der Pionier für Künstliche Intelligenz (KI) Steffen Konrath, der vorstellen wird, wie viel KI schon in Kampagnen steckt.

Networking, Inspiration und voneinander zu lernen sind die Ziele des Campaigning Summit Switzerland. Eine Gelegenheit, sich mit Meinungsmachern und Querdenkern unterschiedlichster Branchen auszutauschen, denen gemeinsam ist, dass sie Menschen dazu bewegen, ihr Verhalten, ihr Denken oder ihre Einstellungen zu verändern. Der Blick über den Tellerrand ist dabei oft sehr hilfreich. Für die Leser unseres Fundraiser-Magazins gibt es bei der Anmeldung einen Rabatt, der über unsere Website abrufbar ist.

▶ www.campaigning.swiss
▶ www.fundraiser-magazin.de/bildung.html

Bank für Sozialwirtschaft

Fundraising professionalisieren.

Zum Beispiel mit unserem BFS-Net.Tool XXL. Generieren Sie Spenden im Internet und automatisieren Sie den Eingang Ihrer 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

Radikal demokratisch?

Soziale Spaltung ist in den westlichen, demokratischen Gesellschaften ein wunder Punkt und ein Problem, dem eigentlich mehr Zentralität zugesprochen werden müsste. Dem ist aber eben nicht so. Genau das alarmiert den Autor dieses Buches. Ihm zufolge stehen unser generelles Wirtschaftssystem und dessen Förderung im grundsätzlichen Kontrast zu Demokratie und ihren Werten. Folglich beruht die gegenwärtige Situation auf der Tatsache, dass wir alle „ökonomische Analphabeten" sind. An dieser Stelle setzt der Autor mit seinem Plädoyer an: Aufklärung tut not.

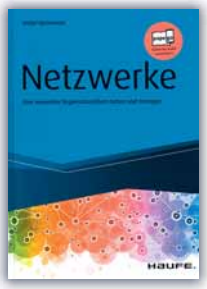
Herbert Storn: Mit Demokratie ernst machen. Für eine radikale ökonomische Aufklärung. Büchner Verlag. 2018. 204 Seiten. ISBN: 978-3-96317-139-0. [D] 22,00 €, [A] 22,00 €, CHF 30,75.

Dritter Sektor

Aus dem 13. Internationalen NPO-Colloquium 2018 ist dieser Tagungsband mit Beiträgen über Entwicklungslinien des Dritten Sektors in der Schweiz hervorgegangen. Die Gesamtheit der Artikel beleuchtet nicht nur das Innenleben der Zivilgesellschaft und des Non-Profit-Bereiches, sondern bewegt sich auch an den fließenden Übergängen zur Wirtschaft. So widmet sich beispielsweise ein Abschnitt ausführlich sozialem Unternehmertum mit unter anderem hybriden Unternehmensmodellen. Weitere Themenfelder sind beispielsweise Digitalisierung und Genossenschaften.

Markus Gmür, René Andeßner, Dorothea Greiling, Ludwig Theuvsen (Hrsg.): Wohin entwickelt sich der Dritte Sektor? Konzeptionelle und empirische Beiträge aus der Forschung. Verlag VMI. 2018. 304 Seiten. ISBN: 978-3-90943-797-9. Zu beziehen über www.vmi.ch zum Preis von CHF 29,00 bzw. 25,00 €.

Networking



Jeder Fundraiser (und nicht nur die) weiß es nur zu gut: Ein gutes berufliches Netzwerk ist Gold wert. Dieser Ratgeber zum Thema Netzwerken spricht gar von der „Organisations- und Kooperationsform der Zukunft". Ein Netzwerk ist also inzwischen weit mehr als nur „Vitamin B". Ein professionell entwickeltes Netzwerk hat eigene Strukturen und birgt, neben allem Nutzen, auch Stolperfallen: Stichwort Konkurrenz.

Wie aber die Sache angehen? Dieter Bensmann ist Netzwerk-Berater und bietet mit seinem Buch neben wertvollen Tipps jede Menge Tests, um die Beschaffenheit des eigenen Netzwerkes zu erkunden. Natürlich erläutert er auch die wesentlichen Grundzüge von Netzwerken (Tausch, Ziele, Unterschiedlichkeit, Vertrauen) und beleuchtet ihre Innovationsfähigkeit. Die, wiederum, kommt aber eben nur im Fall eines guten Managements zum Tragen. Deshalb stellt der Autor in einem Abschnitt Netzwerkmanager in den Mittelpunkt. Diese sind insbesondere dann gefragt, wenn der Grad der Offenheit eines Netzwerkes besonders hoch ist, sodass es zu einer beständigen Fluktuation kommt.

Konkret wird es im dritten Abschnitt, in dem fünf erfolgreiche Netzwerke wie das „Netzwerk Nachhaltigkeit lernen in Frankfurt" im Detail vorgestellt werden. Ganz bewusst sollen diese Darstellungen zur Nachahmung anregen. Damit diese erfolgreich gestaltet werden kann, erfährt der Leser auch, was ein Netzwerk als Organisationsform von einem eigenen, individuellen Netzwerk unterscheidet und auf welche Weise soziale Netzwerke wie Facebook mit hineinspielen.

Dieter Bensmann. Netzwerke. Eine innovative Organisationsform nutzen und managen. Haufe Verlag. 2018. 244 Seiten. ISBN: 978-3-64810-959-5. [D] 49,95 €, [A] 51,40 €, CHF 69,85.

Gutes wirksam tun

Allein Gutes zu wollen, garantiert bekanntlich noch keinen Erfolg. Und die Wirksamkeit der eigenen Arbeit belegen zu können, ist besonders im Dritten Sektor wichtig wie schwierig. Deshalb bedarf es der richtigen Systematik. Und die kann man entwickeln. Um auf diesem Gebiet Orientierung zu ermöglichen, hat das Beratungshaus Phineo sein Kursbuch Wirkung neu aufgelegt. Die Inhalte sind gleich geblieben; neu sind weiterführende Materialien wie Videos und Tests, die digital vorliegen und ebenso wie das Buch selbst kostenlos genutzt werden können.

Der Ratgeber kann kostenlos unter www.kursbuch-wirkung.de heruntergeladen bzw. bei kursbuch-wirkung@phineo.org als Printausgabe bestellt werden.

Unternehmensstiftung

Die Landschaft der Stiftungsmodelle ist vielgestaltig. Die Herausgeber dieses Bandes sind der Ansicht, dass vor allem das Modell der unternehmensverbundenen Stiftung relativ unbekannt ist. Die wenigen bisherigen Veröffentlichungen zu diesem Thema sind in dieses Buch mit eingeflossen, nicht zuletzt, um die Bedeutung dieser Stiftungsform zu verdeutlichen. Die andauernde Niedrigzinsphase betrifft solche Stiftungen nämlich nicht. Durch ihre Anbindung an die Wirtschaft konnten sie in Deutschland in den letzten Jahren sogar wachsen.

Hans Fleisch, Marc Eulerich, Holger Krimmer, Andreas Schlüter, Stefan Stolte: Modell unternehmensverbundene Stiftung. Status quo – Gestaltungsmöglichkeiten – Nachfolgelösungen. Erich Schmidt Verlag. 2018. 2016 Seiten. ISBN: 978-3-50318-120-9. [D] 29,95 €, [A] 30,80 €, CHF 41,85.

Geldquellen

Seit dem Jahr 2011 liegt mittlerweile die fünfte Ausgabe des Fördermittelführers vor. Wie immer sind alle Hinweise für den Weg durch den Förderdschungel auf den aktuellsten Stand gebracht worden. Besonders hinsichtlich der Zielgruppen und Förderschwerpunkte ist das entscheidend. Das Ergebnis beinhaltet mehr als 30 neue Förderinstitutionen. Jeder Käufer des Ratgebers erhält zusätzlich einen 90-tägigen Zugang zur Onlineversion, wodurch zusammengenommen mehr als 700 Quellen für Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten für gemeinnützige Arbeit genutzt werden können. Das Buch erleichtert die schnelle Orientierung vor allem durch die Sortierung der Institutionen nach Bereichen wie Kultur, Bildung oder Soziales. Neben den nötigen Kontaktdaten gibt jeder einzelne Steckbrief einen kurzen Überblick über Punkte wie förderfähige Kosten, Fördersummen und Voraussetzungen, die ein Antragsteller mitbringen muss.

Torsten Schmotz (Hrsg.): Fördermittelführer 2019/2020. Verlag Förderlotse. 2018. 304 Seiten.ISBN: 978-3-98143-948-9. [D] 68,00 €, CHF 95,10.

Instagram

Branding, Traffic, Abverkauf, Leads, Viralität: Wer nicht täglich mit derartigen Begriffen umgeht, kann schon mal ins Grübeln geraten. Aber bekanntlich ist auch Marketing keine Hexerei. Und Instagram ist am Ende auch nur ein Kommunikationskanal. Aber eben einer, der gerade in ist. Da lohnt es sich, einen genaueren Blick auf die Plattform zu werfen. Deshalb liegt dieser Ratgeber auch bereits in der dritten Auflage vor. Die Autorin erläutert darin den Unterschied von Instagram gegenüber anderen Social-Media-Kanälen und beginnt natürlich bei den Grundlagen und wichtigsten Funktionen. Auf Posting-Frequenz und den Umgang mit Hashtags geht sie ebenso ein wie auf den erfolgreichen Aufbau einer eigenen Community. Besonders nützlich sind die Anmerkungen zu rechtlichen Bedingungen für Unternehmen und die Details zu Werbung auf Instagram.

Kristina Kobilke: Marketing auf Instagram. Verlag mitp. 2017. 264 Seiten. ISBN: 978-3-95845-531-3. [D] 22,00 €, [A] 22,00 €, CHF 30,75.

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

Spenden sammeln

Grundsätzlich darf das jeder: Spenden sammeln ist jedem erlaubt. Was es allerdings rechtlich zu beachten gilt, erläutert dieser schmale Ratgeber. Übersichtlich und einfach verständlich geschrieben, ist das keine Einführung in das Fundraising als solches, sondern eben eine praktische Darstellung der rechtlichen Aspekte. Das bedeutet, dass dieses Buch zwar auch für Fundraiser geeignet ist, aber besonders Akteure des Managements und von Leitungsgremien davon profitieren können. Die neue Auflage hält auch alle aktuellen Punkte hinsichtlich Gemeinnützigkeits- und Steuerrecht bereit.

Thomas Sauter, Markus Oblau: Spenden sammeln. Ein Leitfaden für engagierte Bürger. Verlag dtv. 2018. 156 Seiten. ISBN: 978-3-42351-219-0. [D] 14,90 €, [A] 15,40 €, CHF 20,80.

Protest für die Umwelt

„Stuttgart 21" ist wohl das prominenteste Beispiel. Protestkultur hat auch im Bereich von Infrastrukturprojekten mit Sicht auf Umwelt- und Naturschutz eine neue Dimension erreicht. Dieser Band wirft die Frage auf, wie man in diesem Bereich erfolgreich kommunizieren kann und sollte. Konkret wird dies entlang der Geschichte des Deutschen Naturschutzringes seit den 50er-Jahren aufgezeigt. Nicht überraschend kommen die Autoren zur Empfehlung eines grundlegenden Perspektivwechsels, der die Partikularinteressen der Protestparteien in Betracht zieht.

Hans-Werner Frohn, Jürgen Rosebrock (Hrsg.): Herausforderungen für die Umweltkommunikation. Der Deutsche Naturschutzring, die Naturschutzverwaltungen und der Wandel der Protestkultur. oekom Verlag. 2018. 228 Seiten. ISBN: 978-3-96238-100-4. [D] 35,00 €, [A] 36,00 €, CHF 48,95.

Weniger fremd

In den letzten Jahren waren es in erster Linie Ausländer, Migranten, Geflüchtete, die unseren zentraleuropäischen Gesellschaften neue Gesichter hinzugefügt und die Frage nach Identitäten haben stellen lassen. Fremd ist aber nicht allein der oder das Exotische, sondern auch das Unbekannte ganz allgemein. Der Autor dieses Buches wuchs zwischen der türkischen und der deutschen Kultur auf, kennt also zwei Kulturen, die zweifelsfrei viele und stellenweise markante Unterschiede aufweisen. Auf der Basis seiner eigenen Biografie zeigt er auf, wie die Auseinandersetzung mit dem Fremden und den Fremden aussehen und gelingen kann. Dabei kann der Begriff Migration unmöglich außen vor bleiben. Dieses Buch ist aber trotzdem keine Auseinandersetzung mit Flüchtlingsströmen und deren aktuellen Folgen und Herausforderungen. Dieses Buch ist vielmehr grundlegend, denn fremd ist zunächst auch der neue Nachbar. Da spielt es keine Rolle, welcher Nationalität oder Ethnie oder Kultur er angehört. Und besonders aufgrund der persönlichen Färbung, der unverhohlen subjektiven Haltung des Autors, die selbst wiederum als frei von Begrenztheit bezeichnet werden kann, gerät dieses Buch zu einer sehr ehrlichen, menschlichen Reflexion, die das Andere und somit den Anderen als anders annimmt. Wer das schafft, bleibt praktisch frei von einer eingeschränkten Position. Und genau das erscheint als der erste, wenn nicht sogar der wichtigste Schritt hin zur Menschwerdung.

Zafer Şenocak: Das Fremde, das in jedem wohnt. Edition Körber. 2018. 224 Seiten. ISBN: 978-3-89684-267-1. [D] 18,00 €, [A] 18,50 €, CHF 25,15.

Wissen testen und gewinnen

Bestimmt haben Sie das Magazin aufmerksam gelesen – dann sind die folgenden Fragen kein Problem für Sie. Oder Sie sind sowieso fit rund um das Thema Fundraising.

Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir diesmal den „wachsenden Kalender" für das noch junge Jahr 2019. Allerdings wächst hier nicht der Kalender selbst, vielmehr können Sie die einzelnen Monatsblätter einpflanzen. Diese

enthalten Saatgut für diverse Blumen, Kräuter, Gemüse und Co. – ein Social Business, in dessen Mittelpunkt die Nachhaltigkeit steht. So sind nur samenfeste Bio-Samen auf Recyclingpapier enthalten. Die nötigen botanischen Infos gibt es dazu. Außerdem verlosen wir aus dem mitp-Verlag das Buch „Marketing mit Instagram" von Kristina Kobilke, das wir auf Seite 85 näher vorstellen. Und falls das alles nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

1 Die Generation der heute 50- bis 65-Jährigen wird von Sozialwissenschaftlern als „Babyboomer" bezeichnet. Warum?

A) weil sie viele Babies geboren haben
B) weil ihre Eltern viele Babies geboren haben
C) weil ihre Konjunktur eher klein ist

2 Helden in Strumpfhosen – wie Robin Hood im Film … wofür setzen sich diese „Stinknormalen Superhelden" ein?

I) Umwelt- und Naturschutz
K) Abschaffung von Hartz IV
N) Cybersicherheit

3 Eine Wiener Privatstiftung sammelt per Crowdfunding mehr als 85 000 Euro für dieses Museum. Wer arbeitete dort?

M) Johann Hans Hölzel aka Falco
O) Wolfgang Amadeus Mozart
L) Sigmund Freud

4 In Israel findet man zuweilen solche oder ähnliche Boxen dichtgedrängt an Gebäuden. Was ist das?

C) Kaugummi-Automaten
D) Spenden-Dosen
E) Briefkasten-Firmen

5 Irreführung, Täuschung, Belästigung … dagegen schützt Verbraucher das UWG. Was bedeutet diese Abkürzung?

E) Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb
F) Gesetz für die unverfälschte Wahrheit
G) Gesetz zur Wahrung der Unsachlichkeit

6 Die NGO „Vier Pfoten" prägt den Tierschutz in Österreich. Zuletzt machte das Nothilfe-Team Schlagzeilen mit …

W) Sponsoring der Playmobil-Arche Noah
S) Guerilla-Marketing am Nordpol
R) Rettung von Zoo-Raubtieren aus Aleppo

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 28. Februar 2019. Viel Glück!

Fragebogen: Heli Dunglers Herz schlägt

Heli Dungler engagierte sich bereits früh für den Tierschutz. In jungen Jahren war er bei Greenpeace für den Umwelt- und Artenschutz tätig, später arbeitete er im Rahmen einer Studie für das österreichische Umweltministerium. Am 4. März 1988 gründete er schließlich mit einer Gruppe Studenten „Vier Pfoten" in Wien und prägte seither wesentlich den Tierschutz in Österreich. Die Kampagne gegen die Haltung von Legehennen in Käfigen war sehr erfolgreich und bewegte die Konsumenten zum Umdenken. Die Lebensmittelketten reagierten auf diese Entwicklung und nahmen Eier aus Käfighaltung aus dem Sortiment. So wurde Österreich im Jahr 2009 mit dem Verbot der Käfighaltung von Hühnern zum Vorreiter in der EU. „Vier Pfoten" ist mittlerweile weltweit aktiv und betreibt Auffangstationen, die Bären und Großkatzen aus schlechter Haltung ein neues Zuhause bieten. Zuletzt machte das „Vier Pfoten"-Nothilfe-Team Schlagzeilen mit der Rettung der letzten Löwen, Tiger und Bären aus Mossul und Aleppo.

▶ www.vier-pfoten.at

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

… mit einer guten Nachricht, die mir meine Mitarbeiter im Büro übermitteln, wie den Eingang einer Großspende.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Tierarzt

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

„America first"

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Ein faires Landwirtschaftssystem in Europa, in dem Tiere artgerecht gehalten werden, Bauern fair entlohnt werden und Konsumenten qualitativ hochwertige tierische Produkte mit gutem Gewissen erwerben können.

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

Ich habe „Vier Pfoten" 1988 gegründet. Zwei Jahre nach der Gründung haben wir „Vier Pfoten" am Spendenmarkt in Europa etabliert. Ich würde das Gleiche genauso wieder tun.

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

Jedem Einzelnen, der dazu beiträgt, dass wir den Tieren in unserem Einflussbereich in Zukunft ein artgerechteres Leben ermöglichen können.

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

„Vier Pfoten" erkennt Missstände, rettet Tiere in Not und baut für diese Schutzzentren. Schließen Sie sich uns an und wir machen gemeinsam Unmögliches möglich!

für den Tierschutz

8. Wer ist für Sie ein Held?

Jeder Mensch, der seinen Weg gerade und mit großem Respekt gegenüber dem Leben geht.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Nahe einer unserer Rettungsstationen in Südafrika oder Asien.

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

Es gibt immer etwas zu tun.

11. Worüber können Sie lachen?

Ich lache gerne und über vieles, nicht lachen kann ich über Tiere, die in Zirkussen Kunststücke vorführen müssen und als Clowns missbraucht werden.

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Ich kann fast alle Fehler verzeihen, wenn man daraus lernt.

13. Was war früher besser?

Es war nie besser, es war nur anders.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Heli Dungler, Tierschützer und Idealist, Gründer von „Vier Pfoten", einer der vier größten internationalen Tierschutzorganisationen weltweit. Mit Bärenschutzzentren und dem Großkatzenrefugium „Lionsrock" setzt „Vier Pfoten" neue Maßstäbe im Tierschutz.

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

… etwas ganz Wertvolles, das man einer vertrauensvollen Organisation überlässt, um ein Stückchen dieser Welt in Ordnung zu bringen.

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

Motivations-Coach Fabian F. Fröhlich handelt, wenn die Lage es erfordert

Bei uns im Büro grassiert gerade das Gute-Vorsätze-Fieber. Die hübsche Brünette aus der Anzeigen-Abteilung will Hüftgold abspecken, „unbedingt so fünf bis sieben Kilo". Also, wenn Sie mich fragen, hat sie das gar nicht nötig. Der Kollege vom Controlling will künftig das eine oder andere süße Teilchen einfach links liegenlassen: „der viele Zucker …!". Hier bin ich mir allerdings gar nicht so sicher, ob dies sein ureigenster Wunsch ist, oder ob nicht seine Holde dahintersteckt. Die ist nämlich ziemlich gesundheitsbewusst und sehr durchsetzungsstark. Unser Ober-Nerd aus der IT will sich mehr bewegen. Es müsse ja nicht gleich die Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio sein, aber etwas mehr körperliche Aktivität täte durchaus gut. Im Serverraum ist ja auch wenig Platz.

Woher ich das alles weiß? Na, ich habe halt gleich zu Beginn des neuen Jahres investigativ nachgefragt. Nein, ich bin nicht neugierig! Ich bin wissbegierig und empathisch. Außerdem raten Psychologen, dass man große persönliche Herausforderungen möglichst vielen Mitmenschen mitteilen solle. Zum einen bekäme man so Anerkennung und Zuspruch, zum anderen gerate man gleichzeitig etwas unter Zugzwang. Schließlich könnten die Mitmenschen ja nachfragen, wie weit man mit der Umsetzung der Punkte auf der To-do-Liste sei.

Genau mein Ding: Ein solcher Mitmensch möchte ich sein. Ich möchte meinen Kollegen helfen, ihre Neujahrsvorsätze wirklich durchzuhalten! Denn Marktforschungen belegen, dass rund zwei Drittel nicht einmal bis Ende Januar bei der Stange bleiben.

Als erstes habe ich zusammen mit dem Hausmeister den großen Fahrradständer direkt auf den Parkplatz der IT-Leute gestellt. Kleiner Hinweis, große Wirkung. Ich zitiere wissenschaftliche Studien des Bundesamtes für gesundheitliche Aufklärung, wenn eine Pralinenschachtel herumgereicht wird – beim zahlenaffinen Controller funktioniert das. Und ich greife beherzt zu, wenn die Brünette das letzte Stück Kuchen von der Geburtstagsrunde auch nur anvisiert. Einen anerkennenden Blick oder gar ein Wort des Dankes habe ich allerdings bisher noch nicht geerntet. Leider.

Ach so, was ich mir vorgenommen habe? Nichts! Ich bin mit mir im Reinen und auch viel zu lebenslustig. Laut Statistik nehmen nämlich im Januar Trennungen, Depressionen und Suizide zu – kein Wunder ohne gutes Essen, Alkohol und Kippen … Und welche Vorsätze haben Sie?

Mehr von Fabian F. Fröhlich?

„Das Letzte – Kolumnen aus dem Fundraiser-Magazin"

Taschenbuch, 100 Seiten, 10 €

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

Ausgabe 2/2019 erscheint am 25. März 2019 u. a. mit diesen Themen

- Content-Strategie im Onlinefundraising
- Unternehmenspartnerschaft & Stiftung
- Spenden- und Ehrenamtsökonomie: die Rolle des Wohlfahrtsstaates in der Kritik

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 2/2019 ist der 28.01.2019.

ISSN 1867-0563 – 14. 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 2/2019, die am 25.03.2019 erscheint, ist der 28.01.2019.

Fotonachweise:
Titelbild, S. 4 (Thema), S. 18/19 & S. 87 (20): Thomas Mucha@AdobeStock; S. 1 (Venezuela), S. 4 (Menschen) & S. 12: Santa Teresa; S. 3: René Grodde/atri.eu; S. 4 (Stiftungen) & S. 46: pixabay.com; S. 5 & S. 85: Daniela Münster; S. 6: René Grodde/atri.eu (Daberstiel); S. 6: berdsigns@AdobeStock (unten); S. 8: Antonio Aragón Renuncio; S. 10: Arno F. Kehrer; S. 11: PrettyVectors@AdobeStock; S. 13: Santa Teresa; S. 16: Oliver Rossi; S. 20–22: denis_pc@AdobeStock; S. 24: Thomas Schlorke (Dagmar); S. 25: Transmedial (Andreas); S. 26: Frieda von Wild (Manuela); S. 27: Steffi Rose Fotografie (Dagmar); S. 34: pixabay.com; S. 38: René Grodde/atri.eu (Stehfest); S. 44: Christof Jakob (links); S. 44: René Grodde/atri.eu (Nitzsche); S. 47: John Wenzel Photography; S. 48: IRStone@AdobeStock; S. 50 & S. 87: Oliver Ottenschlaeger | Sigmund Freud Museum; S. 52: Carolin Vonhoff (Kook); Inga Sommer (Wesemann); Hamming, T. A. (Strecker); ronaldbonss.com (Stolberg-Stolberg); Andreas Weiss (Thieme); S. 53: Tabea Vogel (Karagiannis); ÖRK/Isabelle Grubert (Opriesnig); S. 55: Ihor Pukhnatyy@AdobeStock; S. 64: Heather Hill; S. 68 & S. 87: Daniel Kraft; S. 71: Oliver Hochstrasser; S. 73: Aktion Deutschland Hilft; S. 74 & S. 87: jro-grafik@AdobeStock; S. 79: Maik Blume@AdobeStock; S. 87: Oksana Kuzmina@AdobeStock (88); S. 88: FOUR PAWS | Peter Svec; S. 90: oza@fotolia.com, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der
Fundraising Akademie

MIT UNS FINDEN SIE DEN WEG ZU IHREN SPENDERN.

SEXTANT ist die Software für NPO.

SEXTANT
SUPPORTS YOU.

sextant-npo.net

Referenzen:

AMNESTY INTERNATIONAL
amnesty.ch

BLUTSPENDE SRK SCHWEIZ
TRANSFUSION CRS SUISSE
TRASFUSIONE CRS SVIZZERA
blutspende.ch

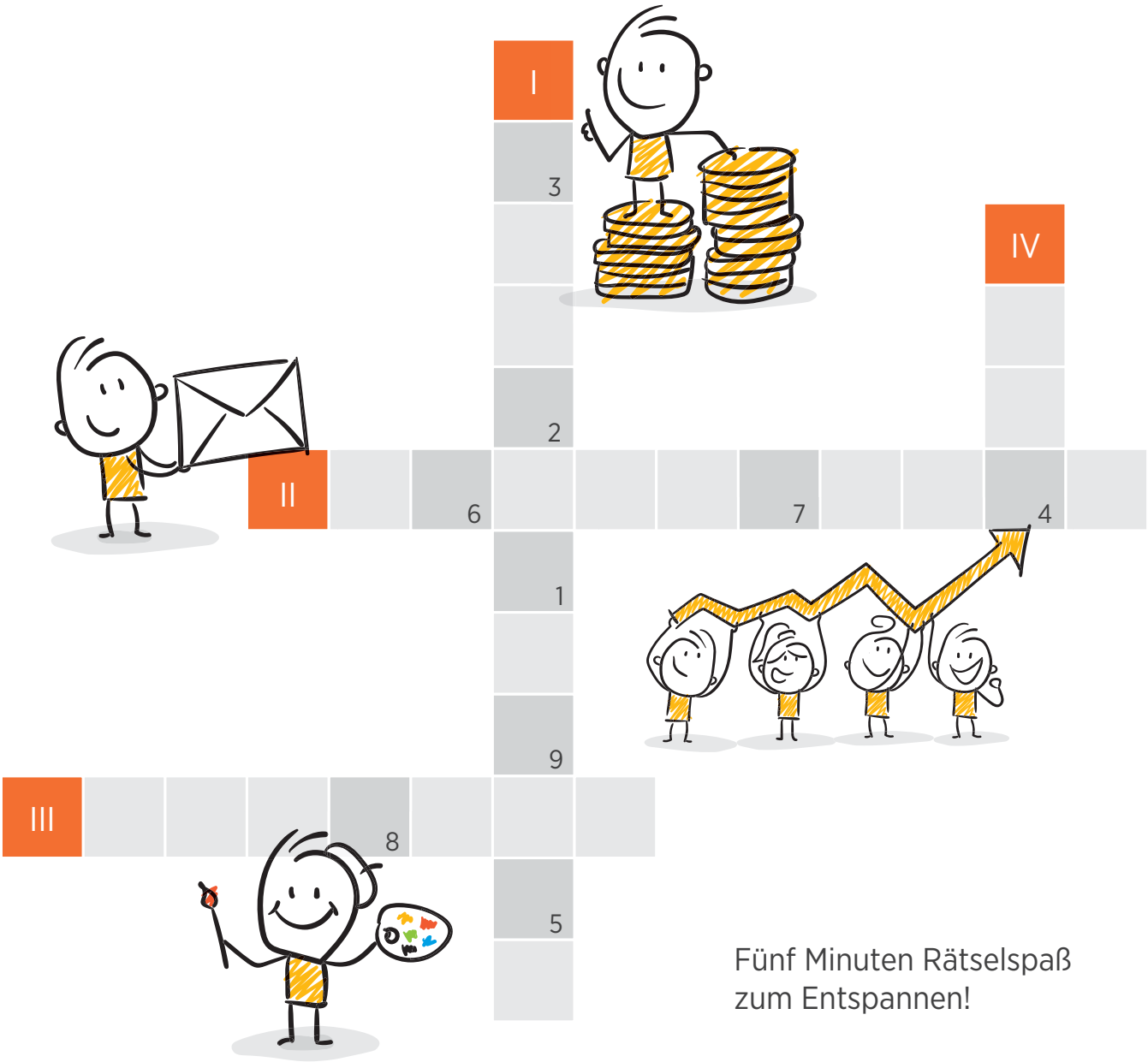
DEUTSCHE STIFTUNG DENKMALSCHUTZ
denkmalschutz.de

GREENPEACE
greenpeace.ch

kinder not hilfe
kindernothilfe.de

GÖNNEN SIE SICH

EINE KLEINE AUSZEIT



Fünf Minuten Rätselspaß
zum Entspannen!

I) Machen wir für Sie, während Sie beim Rätseln entspannen: engl. Mittelbeschaffung

II) Unsere Leidenschaft: Postsendung zur unmittelbaren Ansprache (engl.)

III) So sind wir: schöpferisch, originell

IV) Wir helfen Ihnen, sie zu steigern: Zahl zur Messung der Rendite (Abk.)

Die Lösung heißt:

1	2	3	4	5	6	7	8	9