

FUNDRAISING magazin



Gewinn mit Sinn

Sozial-Lotterien im Überblick

ISSN 1867-0563



Online-Magazin

Best-Practice, Termine, Ideen ...
Wissen, das alle weiterbringt:
web.fundraising-magazin.de



Fundraising-Shop

Fachbücher, Magazine und
Nützliches finden Sie unter
shop.fundraising-magazin.de



Fundraising-Jobs

Kostenlose Job-Börse für
NGOs rund ums Fundraising:
fundraising-jobs.de

1,5+ MILLIONEN* BUCHUNGEN IN NUR 5 WOCHEN

Leistungsfähigkeit hat einen Namen:

FUNDRAISE
PRO 



* Mehr als 800.000 Zahlscheine analysiert.
Mehr als 600.000 Onlinespenden verbucht.
Mehr als 250.000 Quittungen / Woche ausgegeben.

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 POSTADDRESS CLEAN POSTADDRESS MOVE · Systempartner von klickTel



Liebe Leserin, lieber Leser,

jetzt zum bevorstehenden Jahreswechsel häuft sich wieder die Werbung fürs Lottospielen zugunsten guter Zwecke. „Gewinn mit Sinn“ ist daher auch das Schwerpunktthema dieser Ausgabe. Wir stellen Sozial-Lotterien in Deutschland, Österreich und der Schweiz vor und zeigen, wie Gemeinnützige dort Gelder beantragen können. Die Angebote sind vielfältig und es ist gar nicht so leicht, sich einen Überblick zu verschaffen. Unsere Redaktion hat dazu umfangreich recherchiert. Entstanden ist dabei unter anderem die große Überblickstabelle über Sozial-Lotterien ab Seite 26; hier finden Sie viele relevante Infos auf einen Blick.

Spannend sind auch die Interviews in diesem Heft: Torsten Schreiber elektrifiziert mit seiner Firma Africa GreenTec erfolgreich und nachhaltig Dörfer und Projekte in Mali und Niger. Hier geht es um viel Geld und um viel Engagement und um die Frage, wie Entwicklungszusammenarbeit besser laufen kann (Seite 16). Die Unternehmensgründerin Claudia Gersdorf ist auch Sprecherin der NGO Viva con Agua. Gersdorf plädiert für Social Investments statt Spenden – ein durchaus interessanter Ansatz (Seite 42).

Ist Ihnen auf unserer Titelseite etwas aufgefallen? 15 Jahre nach Gründung des Magazins können wir endlich den Namen „Fundraising-Magazin“ führen. Das hätten wir schon 2006 gern getan, nur lagen damals die Titelrechte noch bei einem anderen Verlag und standen so für uns nicht zur Verfügung. „Fundraiser“ war die Alternative. Wir blieben all die Jahre dran, unsere Geduld wurde belohnt. Diesen Sommer konnten wir nun auch die entsprechenden Internetdomains erwerben. „Fundraising“ ist geschlechtsneutral. Wie wir gerechte Sprache im Fundraising-Magazin praktizieren, lesen Sie auf sprache.fundraising-magazin.de.

Bald ist Weihnachtszeit. Im Namen von Verlag und Redaktion wünsche ich Ihnen einen besinnlichen Advent, fröhliche Festtage sowie einen guten Start in ein gesundes und frohes neues Jahr!

Ihre

Daniela Münster

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct
AGENTUR & LETTERSHOP



erfolgreiche SPENDEN MAILINGS

Sprechen Sie mit den
Spezialisten:



direct • KÖLN

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



direct • MÜNSTER

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



direct • HAMBURG

040 / 237 860-0
service@directpunkt.de

Thema

Gewinn mit Sinn

Ein Stück vom Glück	24
Lotterien für den guten Zweck	
Sozial-Lotterien auf einen Blick	26
Die große Übersichtstabelle	
Auch Gewinn mit Sinn ist Glücksspiel	28
Was Vereine bei eigenen Lotterien und Tombolas beachten sollten	
Lotterien schwimmen im Geld	30
Viele Antragsmöglichkeiten auch für kleine Organisationen	
Gimme five!	32
Neue Soziallotterie für junge Zielgruppen	

Projekte & Stiftungen

App geht's!	36
Wie eine smarte NGO Sponsorenläufe revolutioniert	
Erlebnisse spenden	38
Das Projekt plusX greift benachteiligten Kindern und Jugendlichen unter die Arme	
So ein Saftladen!	40
Ein Hamburger Sozialprojekt weiß: „Das Geld hängt an den Bäumen“	
Die Zukunft ist jetzt	48
Wie sich Stiftungen weiterentwickeln können	
Mein Zuhause tut Gutes	50
Stiftungen und Immobilienrenten	
Next Generation	52
Die Heinrich-Dammann-Stiftung setzt bei ihrer Arbeit auf den Nachwuchs	

Praxis & Erfahrung

Digitale Transformation	72
Einblicke in einen aktiven und strukturierten Kulturwandel der Welthungerhilfe	
Fundraising für Bauprojekte	74
Frühzeitige Einbindung in den Planungsprozess lohnt sich	
Incentives machen Spendenbriefe teurer	76
Kreative Mailings hängen immer stärker vom Versand-Dienstleister ab	
Von Sichtbarmachen bis Schock-Effekt	78
Erfolgversprechende Fundraising-Strategien für schwierige Themen	
Potenzielle Spender bekommen ein Gesicht	80
Wie sinnvoll ist das Arbeiten mit Personas?	

Noch kein Abo?

Schnell bestellt im Internet:
abo.fundraising-magazin.de

Menschen



Torsten Schreiber

...elektrifiziert mit seiner Firma Africa GreenTec erfolgreich Dörfer und Projekte in Mali und Niger. Ein Interview über bessere Entwicklungszusammenarbeit, über Vertrauen und über sehr viel Geld..... 16



Claudia Gersdorf

... die Sprecherin von Viva con Agua ist frischgebackene Unternehmensgründerin und plädiert für Social Investment statt Spenden..... 42



Richard Brogle

... hat unseren beliebten Fundraising-Fragebogen ausgefüllt und verrät allerhand Persönliches..... 94

Meinungen

Persönliche Gedanken

Holger Menze: Die Würde des Kindes ist unantastbar 14

Kommentare aus der Redaktion

von Matthias Daberstiel 6
 von Rico Stehfest 34
 von Ute Nitzsche 46

Rubriken

Schöner scheitern 13
 Köpfe & Karrieren 58
 Branche 62
 Dienstleisterverzeichnis 64
 Abo-Coupon 71
 Bildung + Kalender 84
 Fach- und Sachbücher 90
 Wissen testen & gewinnen 96
 Das Letzte 98
 Vorschau & Impressum 98

Autorinnen und Autoren

... dieser Ausgabe:

Matthias Daberstiel, Jürgen Fluhr, Jörg Günther, Hans-Josef Hönig, Anne Marie Jacob, Kurt Manus, Holger Menze, Felix Jakob Meuer, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Rico Stehfest, Jan Uekermann

Weiterhin

... liegt dieser Ausgabe eine Beilage der Firma **Socialminds** bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

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.

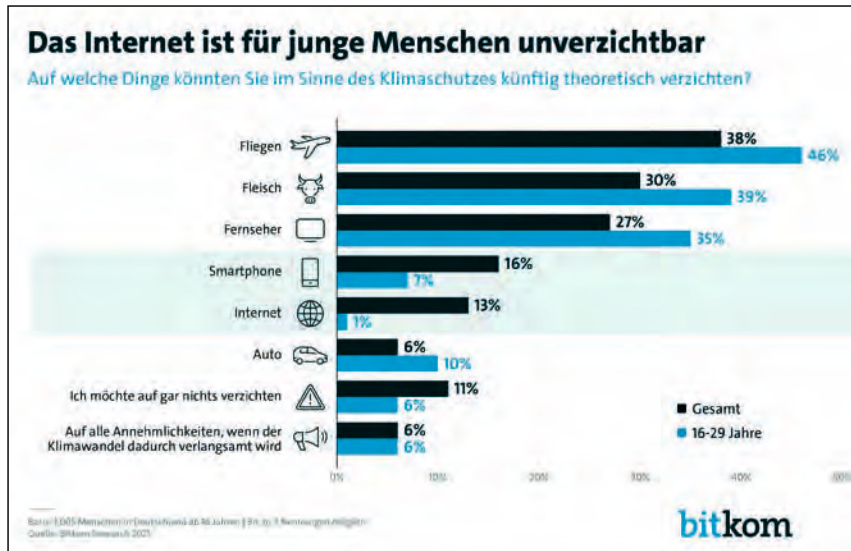
Wir freuen uns auf Sie!



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

Klimaschutz: lieber fleischnfrei als offline



Klimaschutz ohne Internet? Für viele Menschen unvorstellbar. Gefragt danach, worauf sie im Sinne des Klimaschutzes am ehesten verzichten könnten, zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Generationen: Junge Menschen zwischen 16 und 29 Jahren setzen ganz andere Prioritäten als der Rest der Gesellschaft. Während unter ihnen fast die Hälfte (46 Prozent) auf das Fliegen verzichten könnte und 39 Prozent auf Fleisch, ist es für sie nahezu ausgeschlossen, auf das Internet zu verzichten (1 Prozent).

Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung unter 1005 Menschen ab 16 Jahren in Deutschland im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. Dabei wurde ebenfalls gefragt, welche Bedeutung die Digitalisierung aus Sicht der Bevölkerung für das Klima hat. Drei Viertel sagen, die Digitalisierung stelle eine Chance für das Klima dar. 21 Prozent betonen dagegen die Risikoperspektive. 83 Prozent der Befragten fordern, alle zur Verfügung stehenden Technologien einzusetzen, um den CO₂-Ausstoß zu senken. Und 69 Prozent glauben, dass sich das 1,5-Grad-Ziel ohne Digitalisierung nicht erreichen lässt.

► www.bitkom.org

Und sonst noch ...

Vom Ländle ins Land der Mitte

Ein Nürnberger will nach China. Und zwar auf dem Rücken seines Pferdes. Jürgen Dirrigl, 52 Jahre, sein Pferd hört auf den Namen Peu. Gemeinsam haben sie bereits einen 900 km langen „Testritt“ absolviert, 35 ereignisreiche Tage lang. Warum Dirrigl das macht? Seine Freundin ist an Leukämie erkrankt. Ein Stammzellenspender ist nicht in Sicht. Deshalb will er auf seinem Weg 100 000 Stammzellenspender gewinnen. Zwei bis drei Jahre wird er für die 18 000 Kilometer wohl brauchen. Wie das Ganze so abläuft, kann man auf Dirrigls Facebook-Profil verfolgen. Zu Redaktionsschluss war bedauerlicherweise offen, was Peu von der Idee hält.

► www.facebook.com/vomlaendleinslanddermitte

MEINE MEINUNG

„Formale Bildung schützt nicht vor der blauen Welle!“

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL



Blitzblau war mein Heimatland Sachsen nach der Bundestagswahl eingefärbt. 15 ihrer 16 Direktmandate holten die Rechtsaußen von der AfD in Sachsen und Thüringen. Doch was mich viel mehr erschüttert, ist, dass so viele Erstwähler, vorzugsweise vom Land, ebenfalls AfD-Blau wählten. Das ist die wirkliche Katastrophe, und dafür gibt es Gründe.

Jetzt sehen wieder viele ein Alarmzeichen in Sachsen. Das ist gut, aber es ist auch Zeit, die Konsequenz zu ziehen. Parteien wie die AfD verfolgen nach Ansicht von Extremismus-Forschern eine klare Strategie: Wer nicht für uns ist, ist gegen uns. Menschen mit eigener Meinung sind nicht gefragt. Und alle, die nicht dazugehören, werden ausgegrenzt oder diffamiert. Das kenne ich noch aus der DDR.

Deshalb ist die Angst, die AfD durch einen Diskurs medial aufzuwerten, schlicht fehl am Platz. So stärkt man Extremisten viel mehr, weil sie sich dann im Recht sehen. Die AfD zu ignorieren ist falsch. Das hat die Wahl gezeigt. Die Auseinandersetzung mit der AfD und ihrem identitären Gehabe und ihrer Ausgrenzung und Intoleranz muss aktiv geführt werden. Und nicht nur in den Medien. Für mich beginnt der Weg dahin in der Schule.

Sachsen ist deutscher Meister im PISA-Test. Warum? Weil wir danach lernen! Den CDU-Kultusminister freut es, aber die Schüler ersticken im Schulstoff. Es fehlt an Zeit für selbstständiges Denken, die Förderung des Selbstbewusstseins zu einer eigenen Meinung, für Diskussion. Rein formale Bildung und auswendig lernen schützt nicht vor der blauen Welle. Ein eigener Standpunkt schon.

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

**«Im nächsten Jahr möchte ich
im Kleinen Grosses bewirken
und ehrenamtlich etwas für die
Umwelt tun.»**

Sonja, 53 Jahre alt
Hausfrau aus Bern



Das wissen Sie bereits heute – Dank der OM Software

Mit OM erkennen Sie die Bedürfnisse Ihrer Spenderinnen und Spender, bevor diese sie selbst kennen. Überraschen Sie Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer. Die gesammelten Daten im OM machen es möglich.

creati</> SOFTWARE

WIR MACHEN KOMPLEXES EINFACH

Drei Fragen an ... Claudia Fuhrmann

Endlich: Das Fundraising-Magazin startet 2022 wieder die beliebten Fundraisingtage

? Wo wird es 2022 wieder Fundraisingtage geben?

Endlich ist es wieder so weit und 2022 wird es die Fundraisingtage wieder in Präsenz geben: am 10. März in München, am 17. Mai in Gelsenkirchen, am 1. Juni in Stuttgart und am 13. September in Potsdam. Wir freuen uns, alle wieder persönlich zu sehen und in einen regen Austausch zu kommen.

? Was werden die Highlights im Programm sein?

Wir bieten ein breites Programm für Einsteiger und Fortgeschrittene und setzen einen Fokus auf digitales Fundraising, um das Thema möglichst vielseitig zu beleuchten. Nachdem gerade die zweite, überarbeitete Auflage des Fachbuchs

Claudia Fuhrmann ...



... ist beim Fundraising-Magazin für die Organisation von Veranstaltungen, wie die Fundraisingtage und das Fundraising-Symposium, zuständig.

„Großspenden-Fundraising“ bei uns erschienen ist, haben wir Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann eingeladen, persönlich über ihr Thema und vor allem digitale Großspendenwerbung zu sprechen. Zahlreiche Referierende aus der NPO-Praxis berichten über ihre Erfahrungen – so spricht Tamara Reinhard (Schweizer Paraplegiker-Stiftung) über Social Media Fundraising und Ellen Herzog (Arbeiter-

kind.de) über digitale Unternehmenskooperationen. Auch die Umsetzung hybrider Events im Fundraising und die Ansprache der neuen Spendergeneration werden eine Rolle spielen.

? Und was ist eigentlich mit dem Fundraising-Symposium, findet das auch wieder statt?

Das Fundraising-Symposium ist für den 24. und 25. März 2022 geplant, in der Hoffnung, dann problemlos an der Goethe-Uni in Frankfurt zu tagen. Wir beschäftigen uns intensiv mit dem Thema Digitalisierung und Kampagnen im Fundraising. Dazu berichten auch internationale Referierende.

► www.fundraising-tage.de

► www.fundraising-symposium.de

dialog4good

Wir
verstehen
Dialog

Fundraising-Kommunikation,
die Bindung schafft.

UNSER ANGEBOT:
Telefon-
Fundraising
Die sichere Art
zu spenden!



Telefon 030 / 232 553 000 • mail@dialog4good.de • www.dialog4good.de

dialog4good GmbH • Boxhagener Straße 119 • 10245 Berlin



Kurzgefasst ...

Plattform für Finanzdaten von Schweizer NGOs

Mit dem NPO Data Lab veröffentlichen das Center for Philanthropy Studies (CEPS) und PPCmetrics eine interaktive Plattform mit Finanzdaten zu Non-Profit-Organisationen. Damit können Daten zu NGOs analysiert und visualisiert werden, die bisher noch nicht für die Öffentlichkeit zugänglich waren. Ermöglicht wurde das NPO Data Lab dank einer Unterstützung der Gebert-Rüf-Stiftung.

► www.npodatalab.ch

Zivilgesellschaft und Corona

Das Institut für Protest- und Bewegungsforschung in Berlin hat das Working Paper „Deutschlands Zivilgesellschaft in der Corona-Pandemie. Eine Befragung von Vereinen und Initiativen“ veröffentlicht. Zentrale Aussage: Viele Organisationen mussten ihre Aktivitäten einschränken oder ganz einstellen. Befragt wurden dazu 1066 Organisationen.

► www.protestinstitut.eu

75 Jahre Glückskette

Was in Lausanne 1946 als Radiosendung begann, mit der Spenden für Kriegsofopfer gesammelt wurden, ist seit 1983 eine Stiftung und heute eine der größten Schweizer Organisationen im Bereich der humanitären Hilfe. Zum 75-jährigen Jubiläum lautet die Bilanz: Die Glückskette hat fast zwei Milliarden Franken (ca. 1,86 Milliarden Euro) gesammelt.

► www.glueckskette.ch

D-A-CH-Fundraising-Preis 2022: „Alumni Fundraising“

Der Deutsche Hochschulverband schreibt zum siebten Mal den D-A-CH-Fundraising-Preis aus. Mit der Auslobung sollen Best-Practice-Beispiele im Fundraising einer Hochschule oder Wissenschaftsstiftung prämiert werden. Diesjähriges Thema: „Alumni-Fundraising“. Bewerbungen sind noch bis zum 31. Dezember möglich.

► www.hochschulverband.de

BBC: TV-Moderator mit Down-Syndrom

Die BBC hat mit dem 20-jährigen George Webster erstmals einen Moderator mit Down-Syndrom vor die Kamera geholt. Der Schauspieler präsentiert Sendungen auf dem Kinderkanal CBeebies. Webster ist Botschafter des Hilfsvereins Mencap und hatte zuvor in der BBC über Mythen rund um das Down-Syndrom gesprochen.

► www.twitter.com/CBeebiesHQ

Fundraising,

das zusammen- führt.



SAZ – gemeinsam Ziele erreichen

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



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

Spenden mit der PayPal-App

Erweiterte Funktionen ermöglichen direkten Spendenaufruf



Seit Kurzem ist das Sammeln von Spenden via QR-Code über die PayPal-App möglich. Das System läuft über das Generosity Network und erlaubt es, mit wenigen Einstellungen eine Seite für einen Spendenaufruf zu erstellen. So können Nutzer maximal 30 Tage lang bis zu 20 000 Euro sammeln. An den Spenden verdient Paypal laut Gebührenordnung mit 2,49 Prozent vom Betrag wandern zuzüglich einer fixen Gebühr an die Plattform. Für QR-Code-Transaktionen gelten die Transaktionskosten für gewerbliche Anbieter.

Nachlass-Netzwerk

Neue Plattform für Nachlass-Fundraising

Die Nachlass-Fundraiserin Monika Willich und die Fachanwältin für Erbrecht Dr. Cornelia Rupp haben mit dem Nachlass-Netzwerk eine gUG gegründet. Zu den Angeboten der Initiative zählt, gemeinnützige Organisationen sowohl beim Nachlass-Fundraising als auch bei der Nachlass-Abwicklung „zu angemessenen Kosten spürbar zu entlasten“. Außerdem steht die Förderung der Umsetzung unkompliziert realisierbarer Testamentsbegünstigungen auf der Agenda. Hier sollen auch neue Wege in der Öffentlichkeitsarbeit gegangen werden. Zusätzlich im Portfolio finden sich fachliche Weiterbildungen, individuelle Praxisbegleitung, Inhouse-Seminare und Konzeptberatung. Und das alles auf der Basis interdisziplinärer Fachkompetenzen. Die Angebote richten sich an jede Form gemeinnütziger Organisation, ganz gleich, ob das Nachlass-Fundraising noch im Aufbau begriffen ist oder ob mehrere NGOs in Zusammenschlüssen gemeinsam größere Projekte realisieren wollen.

► www.nachlass-netzwerk.de



**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

Neue Studie zeigt: So spenden Babyboomer

Wie bringt man die Generation der Babyboomer zum Spenden? Welches sind die Touchpoints ihrer Donor Journey? Diese und weitere Fragen beantwortet eine neue Touchpoint-Analyse der intervista AG im Auftrag der Schweizerischen Post.

«Auf welchen Kanälen sind Ihnen in den letzten 5 Monaten Spendenorganisationen begegnet?», wollte das Schweizer Marktforschungsinstitut intervista wissen und damit Rückschlüsse auf die Reichweite der Touchpoints gewinnen. Die Antwort ist klar: 70 Prozent der Befragten nannten adressierte Briefe mit Spendenaufruf. Auf 35 Prozent Nennungen kam der unadressierte Brief, gefolgt vom Mitglieder magazin mit 32 Prozent. Am anderen Ende der Reichweite-Skala finden sich die Social Media, mit Ausnahme von Facebook.

Unterschiede in der Donor Journey

Die Studie betrachtet detailliert die Resultate zu jedem Touchpoint entlang der Donor Journey, die sich in die Phasen Awareness, Consideration und Decision gliedert. Solche Touchpoints sind etwa Medienberichte, Werbung im TV, im öffentlichen Raum und im öffentlichen Verkehr sowie Content in den sozialen Medien.

Bestellen Sie das kostenlose Studienbooklet

Finden Sie mit den Erkenntnissen dieser Studie heraus, über welche Touchpoints Sie Spendende der Babyboomer-Generation am besten erreichen und überzeugen. Das Booklet fasst alle wichtigen Resultate kompakt für Sie zusammen.

Jetzt kostenlos anfordern:
www.post.ch/c-babyboomer



Foto: NDA&CREATIVITY@AdobeStock

Über die gesamte Donor Journey gesehen schwingen wiederum der adressierte Brief und das Mitglieder magazin sowie Gespräche in Familie und Freundeskreis obenaus. Doch gewinnen die Internetrecherche und die Website einer NPO in der Consideration-Phase im Vergleich zu den anderen Phasen an Wichtigkeit. Ein Ergebnis, das sich bei jenen Personen akzentuiert, die erstmals an eine bestimmte NPO oder überhaupt zum ersten Mal gespendet haben. Sie sind besonders daran interessiert, sich aktiv ein Bild einer Organisation zu machen.

Kaum Unterschiede zwischen Geschlechtern

Zwischen den Geschlechtern bestehen – bis auf einige wenige – kaum statistisch signifikante Unterschiede. Männer beachten Berichte im Fernsehen stärker, während Frauen eher auf Stände im öffentlichen Raum aufmerksam werden. Auch

die Unterschiede zwischen den Landesteilen verlangen keine separate Strategie nach Sprachraum. In der Deutschschweiz ist in den Phasen Awareness und Consideration der persönlich adressierte Brief besser angesehen als in der Romandie, der französischsprachigen Schweiz. Ausserdem sind die Spendenden der Romandie in der Awareness-Phase zugänglicher für Werbespots und Events der NPOs. Allerdings spenden die Befragten in der Deutschschweiz höhere Beträge und berücksichtigten eine grössere Zahl von Organisationen.

Intervista befragte im Mai 2021 für die Studie 1002 Personen der Jahrgänge 1952 bis 1966 aus der Deutschschweiz und der französischsprachigen Schweiz. Weiteres Auswahlkriterium: Alle Personen hatten zwischen Dezember 2020 und April 2021 mindestens eine Spende von 10 Schweizer Franken an eine NPO getätigt.

Save the Date: Fundraising- Symposium

Das international besetzte Fundraising-Symposium soll am 24. und 25. März 2022 wieder in Frankfurt am Main an der Goethe-Universität stattfinden. „Wir sind gerade dabei, das Programm fertigzustellen und wollen noch nicht zu viel verraten“, so Matthias Daberstiel vom Fundraising-Magazin, der als Gastgeber für die fachliche Ausrichtung verantwortlich ist. Mit dabei sein soll auf jeden Fall wieder eine internationale Keynote und es wird auch die beliebten Thementische für den moderierten Austausch miteinander geben. Das Thema des Symposiums 2022 ist dagegen kein Geheimnis: Digitaler Wandel im Fundraising. Jetzt schon vormerken!

► www.fundraising-symposium.de

Digitales Ehrenamt

Besonders flexibel: Engagement von zuhause aus

Die Plattform Patagonia Action Works vernetzt weltweit NGOs, wie Protect Our Winters oder das Netzwerk Blühende Landschaft, und Freiwillige, die sich digital im Bereich Umweltschutz engagieren möchten. Im Auftrag von Patagonia Action Works befragte das Marktforschungsinstitut Appinio Digitalarbeiter zu ihrer Bereitschaft für ein digitales Ehrenamt. Mehr als 60 Prozent der Befragten gaben dabei an, dass sie es für wahrscheinlich halten, dass sie in Zukunft digitale Aktivist*innen werden. Ergänzend zu dem klassischen Engagement hat sich in den letzten Jahren die digitale Freiwilligenarbeit immer mehr etabliert – nicht zuletzt verstärkt durch die Covid-19-Pandemie und das Arbeiten von zuhause aus.

Diese Form des Engagements hebt das Zeitproblem auf, das klassisches Vor-Ort-Engagement mit sich bringt, und ermöglicht es eher, Job, Familie und Freizeit mit Freiwilligenarbeit zu verbinden. Auch deshalb zieht die deutliche Mehrheit (64 Prozent) das digitale Engagement der Freiwilligenarbeit vor Ort (24 Prozent) vor.

► www.eu.patagonia.com

Voiss
Ehemals LesMecs

Face to Face Fundraising.

Infostand- und Haustürkampagnen in der Schweiz.
Qualitativ, transparent und digital.

Schöner scheitern ... mit Bilddatenbanken



Aus Fehlern kann man lernen,
dafür muss man sie nicht alle
selber machen!

Das Fundraising-Magazin stellt
in der Serie „Schöner scheitern“
kleine und große Fehler von
Fundraising-Aktionen vor.

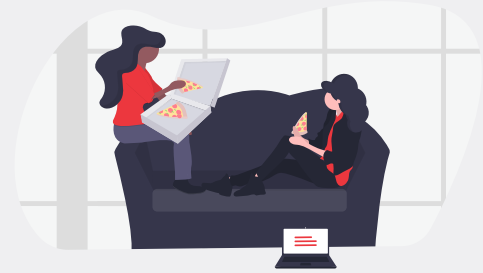
Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – dieser Merksatz wurde uns schon in der Ausbildung eingetrichtert. Spätestens seit Social Media ein fester Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit ist, geht nichts mehr ohne Fotos. Im Idealfall Fotos von lächelnden Personen, die sympathisch die gute Sache ausstrahlen – ungestellt und authentisch. Wer in der Öffentlichkeitsarbeit tätig ist, weiß aber auch: Eben wegen Social Media ist es immer schwieriger, echte Menschen vor die Kamera zu stellen, die auch mit der Veröffentlichung ihrer Bilder im Internet einverstanden sind. Doch es gibt ja Pixabay, Unsplash, Shutterstock und Co. Bilddatenbanken als schnelle und immer verfügbare Helfer in stressigen Zeiten.

Auch für unser Weihnachtsmailing griffen wir notgedrungen auf ein Stockfoto zurück. Unsere Projekte konnten wir „in echt“ abbilden, aber bei den Testimonials fiel kurzfristig jemand aus. „Ich habe mir überlegt, dass ich lieber doch nicht auf tausenden Flyern abgebildet sein möchte, bitte nehmt mein Bild nicht dafür“, mailte die Mitarbeiterin. Das war 24 Stunden vor Drucklegung. Das Layout war bereits fertig. Ok... ein neuer, fiktiver Name (nur das eine Mal, versprochen!) musste her. Vorname genügte: Sabine. Ein passendes Foto fand sich in der Bilddatenbank (wirklich nur ausnahmsweise, ist doch ein Notfall!). Und so druckten wir pünktlich die Flyer mit der so netten Sabine, die in großen Lettern bestätigte, wie gern sie sich doch für unsere gute Sache starkmacht, und man solle am besten gleich ihrem Beispiel folgen.

Ein paar Wochen später – unser Mailing war plangemäß versandt – fiel mir beim Lesen der Morgenzeitung vor Schreck fast die Kaffeetasse aus der Hand. „Unsere“ Sabine warb in einer Zeitungsanzeige für die Neueröffnung eines Erotikshops „Für Frauen, die sich was trauen“. Auf dem Weg ins Büro fuhr dann eine Tram an mir vorbei. Mit riesengroßer Werbung für den neuen Wäsche- und Spielzeug-Laden und als Model wieder „unsere“ brave Sabine. Wie ich schnell feststellte, gab es auch Bildmotive, auf denen Sabine nicht ganz so brav guckte. Auch auf Facebook bekam ich Werbung „Für Frauen, die sich was trauen“ – natürlich animiert durch ein mir bekanntes Gesicht.

Wir wissen nicht, ob unsere eher konservativen Spenderinnen und Spender von Sabine abgeschreckt wurden. Beschwer hat sich niemand. Unser Team hat daraus gelernt und Bilddatenbanken auf unbestimmte Zeit abgeschworen. Zumindest wenn es um Fotos von Personen geht. ▣

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



Digitalisierung

ab € 12,50 / Monat

gettup bietet mit den wichtigsten Funktionen zur Verwaltung von Projekten, Kontakten und Finanzen einen einfachen Einstieg in die Digitalisierung von Non-Profits. Und das zum Preis einer guten Pizza vom Italiener um die Ecke.

- **Projekte und Spendenaktionen** online präsentieren
- **Kontaktdaten** von Mitgliedern, Spendern und Partnern verwalten
- **Einnahmen und Ausgaben** erfassen und Finanzen immer im Blick behalten



Mehr unter

gettup.de



gettup GmbH & Co. KG
Einsteinstraße 1
24118 Kiel

+49 (0) 431 221 39 660
kontakt@gettup.de

Die Würde des Kindes ist unantastbar

Persönliche Gedanken von Holger Menze

Als Agentur-Fundraiser betrachte ich die Dinge gerne nüchtern, der Rubel muss bei aller Liebe rollen. Wenn wir Spender anrufen, reden wir mit Geldbeutel. Insofern fand ich das beim Österreichischen Fundraising-Kongress vorgestellte, in den USA entwickelte Patenschafts-Konzept „Chosen“ so einfach wie genial: Die Kinder wählen ihre Paten selber, nicht umgekehrt. Mehr Bindung geht kaum; wollen wir nicht alle geliebt und auserwählt werden? Meine Timeline bei Facebook ist voller Globetrotter, die von kleinen Tieren als Eltern auserwählt wurden, und die fortan hingebungsvoll mit den kleinen Tieren um die Welt reisen. Mich rührt so was. Ein kommerzielles Meisterstück also, das sich auch ethisch bestens begründen lässt und typisch ist für die USA.

Michael Rihar von World Vision Österreich ist ein mitreißender Referent, dem ich sofort glaube, dass bei der Organisation das Wohlergehen der Kinder immer im Vordergrund steht, auch wenn „Chosen“ durchaus ethische Fragen aufwirft. Die kommen auch aus dem Publikum: „Gibt es Ladenhüter?“, frage ich, Paria-Paten, die nicht gewählt werden? „Nach welchen Kriterien werden die Kinder ausgesucht, die sich einen Paten aussuchen dürfen?“,



fragt jemand anderes. „Gibt es mehr Paten als Kinder, oder hat das letzte Kind dann keine Wahl mehr?“, will eine dritte Teilnehmerin wissen. Später erfahre ich, dass das tatsächlich so ist, weil man sich für „Chosen“ registrieren muss und dann natürlich auch ein Patenkind bekommen möchte und soll.

Doch zurück zur Ethik: Patenschaften sind immer ein Hilfskonstrukt zur Projektfinanzierung. Man kann Patenschaften nicht denken ohne den Bindungsaspekt, denn sie sollen länger laufen als die bei Dauerspenden gebräuchlichen sechs bis

acht Jahre. Erreicht wird das durch die vermeintliche (und manchmal tatsächlich entstehende) persönliche Bindung zwischen Pate und Kind. Eine liebe Freundin hat ein Patenkind und lässt die Patenschaft bewusst im Hintergrund laufen. Für sie wird dadurch ebenfalls die Würde des Kindes gewahrt, gerade weil es austauschbar ist. Wenn nun aber das Kind selber gewählt hat, kann es dann so austauschbar bleiben, wie es wünschenswert ist? Ist das überhaupt wünschenswert? Welche Erwartungshaltungen werden hüben wie drüben geweckt, welche Hoffnungen entstehen, welche Träume zerplatzen? Den entscheidenden Hinweis gibt mir Michael Rihar am Telefon: Nur acht bis zehn Prozent der Paten unterhalten regelmäßigen Briefkontakt zu den Kindern. Studien zeigen nun, dass Kinder mit Briefkontakt besser und freudiger lernen, denn sie können ihre Erfolge mit ihren Paten teilen. Und bei World Vision Österreich, so viel steht fest, ist die Würde des Kindes unantastbar. Persönlich stehe ich dem Produkt Patenschaft skeptisch gegenüber, und die hier beschriebenen und nicht beschriebenen Fragen müssen noch abschließend geklärt werden, aber ich verneige mich durchaus vor der genialen Idee. ■

Holger Menze ist seit fast 20 Jahren dem Telefonfundraising verbunden. Seit 2009 ist er als Geschäftsführer für die FRC Spenden Manufaktur GmbH tätig. Er ist regelmäßiger Referent für Fundraising-Workshops und hat in den vergangenen Jahren mit diversen internationalen NGOs zusammengearbeitet.

► www.spenden-manufaktur.de

Dialogbrief® National

Die preiswerte Versandlösung für nationale Massensendungen mit individualisiertem Inhalt bei Format- und Gewichtsgleichheit – **ideal für den Versand von Zuwendungsbescheinigungen.**



Spring

global delivery solutions

**We listen.
We inspire.
We deliver.**



Shipping CO₂ Neutral
www.spring-gds.com/sustainability/

Bitte senden Sie Ihre Anfrage an unser Key Account Management: kam-germany@spring-gds.com
Tel. +49 2234 4345 - 519

www.spring-gds.com/de

Spring is part of
the PostNL Group

„Die Kinder in Afrika sind unsere Energiequelle“



und unsere eigenen

Würde er einem nicht im T-Shirt, sondern im roten Mantel gegenüber sitzen, würde man ihn wahrscheinlich für den Weihnachtsmann halten. Der Bart ist riesig! Doch Torsten Schreiber bringt keine Geschenke. Er elektrifiziert mit seiner Firma Africa GreenTec mit Erfolg Dörfer und Projekte durch lokale Solaranlagen in Mali und Niger. Wie er Familienleben und Engagement unter einen Hut bringt, wie er es geschafft hat, ein Crowdfunding von über vier Millionen Euro auf die Beine zu stellen und was er von NGOs hält, darüber sprach Matthias Daberstiel mit dem Social Entrepreneur. Und der Bart spielt natürlich auch eine Rolle.

? Was war denn der Auslöser für Ihr Solar-Engagement in Afrika?

Eigentlich meine Familie. Meine Frau hat ihre Wurzeln in Mali, und nach der Geburt meiner Tochter war das Thema Klimaschutz für mich an erste Stelle gerückt. Aber die eigentliche Gründungsidee kam 2014 nach dem Besuch eines Dieselkraftwerks in Bamako in Mali, wo ein 20-Megawatt-Dieselmotor Unmengen von CO₂ für Strom produziert und das in einem Land mit so viel Sonne. Und die waren auch ungemein stolz auf dieses Monster. Das war für mich so verantwortungslos gegenüber der Generation meiner Tochter, da musste ich was tun.

? Für ein solches Start-up braucht man ja nicht nur technisches Know-how, sondern auch lokale Kontakte. Wie haben Sie das in so kurzer Zeit geschafft?

Hier hilft meine Familie. Wir sind natürlich als Paar sehr glaubwürdig bei lokalen Entscheidungsträgern und Regierungen. Ich kenne sechs Präsidenten sogar persönlich, die mich ihren Schwiegersohn nennen. Diese interkulturelle Beziehung hilft, weil unsere Partner immer davon ausgehen, dass unsere Interessen auch dem Land und nicht nur dem eigenen Unternehmen dienen. Wenn ich dagegen einen Technologiekonzern nehme, der nur an Markterweiterung denkt, dann ist das ein Geschäftspartner. Wir werden mehr von unten nach oben wahrgenommen als andersherum.

? Sie setzten von Anfang an auf Crowdfunding für die Finanzierung. Woher kam das?

Ja, ich hatte in Deutschland einige Crowdfunding-Plattformen, wie beispielsweise Bettervest, mit gegründet. Damals, 2010/11, war das alles noch sehr neu. Da hatte ich viel Expertise und konnte so unsere Pilotprojekte mit Crowdlending-Aktionen finanzieren. ►



? Aber aus unternehmerischer Sicht gedacht: Sie gehen nach Afrika mit Geld, das viele Menschen Ihnen anvertraut haben. Warum sucht man sich dann ausgerechnet so unsichere Länder wie Mali und Niger aus?

Wir haben halt zu Hause angefangen. Meine Frau Aida ist ja halb Malierin und halb Senegalesin und in Mali geboren. Das ist unsere Heimat und unser Netzwerk, und dort entstand auch die Idee. Für uns war das ganz normal. Aber wir haben natürlich schnell gemerkt, dass unsere Investoren, und seien sie noch so klein, Sicherheitsbedenken hatten. Aber 2014 gab es in Mali auch eine Aufbruchsstimmung. Die Franzosen waren einmarschiert, und die Meinung nach dem Bürgerkrieg war: Wir bauen jetzt wieder auf. Dass wir jetzt sechs Jahre und zwei Staatsstreichs später immer noch da sind und erfolgreich arbeiten, zeigt, dass unser Geschäftsmodell krisenresistent ist. Alle unsere Dörfer sind aktiv und zahlen ihren Strom.

? Woran liegt das?

Wir stellen Solaranlagen, sogenannte Solartainer, dezentral und mobil auf. Das bietet

eine hohe Sicherheit. Die Dörfer beschützen ihre Solaranlagen sogar, denn sie sorgen dort für Wohlstand. Und wir bekommen das verdiente Geld auch aus dem Land, um unsere Investoren zu bedienen. Aber die politische Situation ist trotzdem belastend und traurig für die gesamte Sahelzone.

? Mittlerweile haben Sie drei Kinder und sind 180 Tage im Jahr auf Achse. Wie schaffen Sie das?

Ja, das kann man so sehen. Gleichzeitig trägt uns das auch. Auch wenn ich die Kinder in den Dörfern sehe, für die wir arbeiten. Es geht ja auch um deren Zukunft. Diese Kinder und unsere eigenen sind natürlich auch unsere Energiequelle. Wegen denen machen wir das. Wir nehmen unsere Kinder tatsächlich sehr oft mit, damit sie auch lernen, dass das Leben kein Ponyhof ist. Unsere Kinder sind deshalb auch schon sehr weit und selbständig. Aber Afrika ist auch gefährlich. Auf jeder unserer Reisen werden wir zum Teil schwer krank, die katastrophale Hygiene und Versorgungssituation auf unseren Reisen ist trotz sorgsamster Vorbereitung eines der größten Risiken. Oft sind wir auch getrennt. Gerade ist Aida seit

Wochen mit den Teams in den Dörfern in Mali unterwegs, während ich mich hier um Investoren kümmere.

Ich hoffe aber, das Unternehmen später mal an meine Kinder zu übergeben, wenn sie das denn wollen. Entweder an die eigenen oder an die unserer Mitarbeiter. Wir bilden die sozusagen gleich mit aus. Klar, unsere Kinder leben mit ziemlich verrückten Eltern, aber wenn Schulklassen unsere Projekte besuchen, dann sind sie auch sehr stolz auf das, was wir machen.

? Sie selbst nennen sich Klimakrieger. Ziemlich martialisch. Geht es da um Aufmerksamkeit?

Ich denke da in Hashtags. Mit meiner Gesichtshaarung war ich ja schon alles vom Dschihadisten bis zum Wikinger. Und da dachte ich mir: Klimakrieger passt zu mir. Es ist meine Überzeugung, dass wir in einem Krieg sind, um das ökologische Desaster zu verhindern. Dazu müssen wir viel mehr Kräfte mobilisieren als in Friedenszeiten. Ich bin sogar mehr für Extinction Rebellion, die ja mit dem Begriff der Selbstauslöschung arbeiten, als für Fridays for Future! In dem Kontext kann man den Begriff dann besser einordnen.

? Das müssen Sie dann aber auch einhalten.

Richtig, und das tue ich ja unter den härtesten Bedingungen. Also, Solaranlagen aufzustellen in Dörfern, wo auch Dschihadisten mit Kalaschnikow rumrennen, das sind schon Umstände, die man als Kriegszustand bezeichnen kann.

? Zum Schluss verkaufen Sie mit Ihrer Firma Strom an Menschen in Regionen, in denen man eine solche Wertschöpfung eigentlich gar nicht erwartet. Wie funktioniert das für die Leute vor Ort und auch für Ihre Firma?

Das ist ja ein spannender Trugschluss! Afrika erzeugt seine Energie ja bereits. Aber meist mit Kleinstgeneratoren, die wir vielleicht vom Campingplatz kennen, oder durch große Dieselmotoren, zum Beispiel im Tschad oder in Mali, von bis zu 100 Megawatt, wo für etwa 50 bis 60 Tanklastwagen Diesel pro Tag verbrannt werden müssen, um Strom zu erzeugen. Die Herstellungskosten einer Kilowattstunde liegen so bei einem bis zwei Euro. Das ist die Ausgangssituation. Wenn man jetzt einfach mal rechnet, dass man den Strom um 80 Prozent günstiger erzeugen kann, dann spart der afrikanische Verbraucher ja richtig viel Geld. Und das Schöne ist, dass die Menschen das nicht in die Reisekasse stecken, wenn sie was sparen, sondern sie reinvestieren es in ihr eigenes Business.

? Haben Sie dafür ein Beispiel?

Nehmen Sie zum Beispiel einen Schneider oder einen Schweißler. Oft sind es ja klassische Handwerksberufe. Die können fünf- bis zehnmal effektiver arbeiten, wenn der Strom günstig und vor Ort permanent erzeugt wird. Sonst müssen sie ja nach zwei Stunden schon wieder Diesel kaufen gehen und die Arbeit ruht. Mit Solarstrom vor Ort wird das viel effizienter und auch noch kostengünstiger. In unseren Dörfern hat man aktuell bis zu zwölf Stunden am Tag produktiven Strom. Also Spannungen, mit denen man auch Geräte betreiben kann. Da kann man viel mehr arbeiten und Geld verdienen. Unsere Kunden sind aber auch nicht die Ärmsten der Armen, sondern Menschen, die Geld verdienen.

? Wie stellen Sie Augenhöhe bei den Verhandlungen mit den lokalen Chefs her? Oder gibt es auch Chefinnen?

Nein, die gibt's natürlich nicht. Der Ansatz der Augenhöhe wird auch in Europa gern propagiert. Aber wenn Sie hier als Weißer herkommen, sind Sie erst einmal ein fremdes Objekt. Tatsächlich hilft mir hier der Bart. Wir haben hier ja sehr alte archaische Strukturen. Die Ältesten eines Dorfes entscheiden. Da ist der jüngste 70 und der Älteste 105. Die ent-

„Die Dörfer beschützen ihre Solaranlagen sogar, denn die sorgen dort für Wohlstand.“

scheiden übrigens nicht nur über den Strom, sondern scheiden auch Ehen und schlichten Streit. Das ist eine sehr mächtige Institution. Und der Bart gilt in dieser Kultur als ein Ausdruck von Weisheit, und ich habe mittlerweile den längsten Bart in diesen Sitzungen.

? Aber der Bart ist nicht alles?

Nein, tatsächlich hilft uns auch die Herkunft als Deutsche. Viele afrikanische Länder wurden nach ihrer Unabhängigkeit von der französischen Kolonialmacht von der jungen BRD oder DDR als erste Länder diplomatisch anerkannt, um im Gegenzug ebenfalls als Länder von der internationalen Gemeinschaft anerkannt zu werden. Es gab quasi einen Wettlauf um Anerkennung. Der DDR-Außenminister war in den 60er Jahren hier ständig unterwegs. Bei den älteren Männern genießt man deshalb ein extrem hohes Ansehen. Und die dritte Antwort ist aus meiner Sicht nicht immer berechtigt, aber Deutschland hat aufgrund seiner weltweit bekannten Produkte und Marken wie Mercedes

ein sehr gutes Image. Sämtliche Fahrzeuge der 70er und 80er Jahre laufen südlich der Sahara ja noch als Busse oder Taxis. Diese Langlebigkeit wird auch mit unseren Produkten verbunden.

? Dann reden wir noch über das Geld. Ein Solartainer kostet 200 000 Euro. Wie finanzieren Sie das?

Wir haben im Moment eine 1-10-100-Philosophie. Die erste Million Euro, das waren fünf Solartainer, haben wir auf fünf Crowdfundingaktionen verteilt finanziert. Der erste übrige in einer Rekordzeit von nur zwei Tagen! Das war 2015 bis 2017. Danach sind wir dann einen neuen Weg gegangen und haben eine Unternehmensanleihe aufgelegt, die auf 10 Millionen für 6,5 Prozent Zinsen ausgelegt war. Beim ersten Mal hatten wir zu hohe Zinsen versprochen. Für die Unternehmensanleihe haben wir auch eine Bundesgarantie hereingeholt. Diese beruhte auf einem uralten Abkommen aus einer Zeit, in der sich die Staaten gegenseitig anerkannt hatten. Keiner wusste, wie das funktioniert, und ich habe das in einem Archiv gefunden und probiert. Dank dieser Garantie konnten wir auch größere institutionelle Anleger finden, die heute über 20 Standorte in Mali finanziert haben.

? Und der dritte Schritt sind nun 100 Millionen?

Im Moment arbeiten wir an einem Asset-Fond, der 100 Millionen Euro einbringen und 300 neue Standorte finanzieren soll. Wir machen sozusagen gerade Karriere vom Asset-Owner zum Asset-Manager.

? Wer kann solche Summen aufbringen?

Wir fokussieren uns da auf Family-Offices, die ein Impact Investment suchen. Da gibt es Billionen von Euro. Das kommt auch aus dem Druck zur Nachhaltigkeit, der sich aus den SDG- und ESG-Regeln ergibt. Der Kapitalmarkt entwickelt sich einfach in diese Richtung. Auch die vermögenden Leute wollen was Gutes bewirken, und wenn das sogar noch eine Rendite gibt wie bei uns, ist das attraktiv. Natürlich nicht ihr ganzes Vermögen. So ein Family-Office investiert pro Jahr 100 Millionen und dann eben nur... ▶

... eine Million in uns. Das Mindestticket liegt bei 200 000 Euro, ist also auch für Stiftungen interessant. Wichtig für uns ist, dass dieser Fonds seine Wirkung in allen 17 Sustainable Development Goals nachweist. Wir werden in Echtzeit über eine eigene App messen können, was in den Dörfern mit der Aufstellung der Solaranlagen passiert. Wir sprechen momentan mit vielen Fonds- und Vermögensverwaltern, und die sind sehr daran interessiert, zu sehen, wie ihr Geld wirkt. Wir müssen da sehr transparent sein.

? Sie haben dieses Jahr auch ein Crowdfunding abgeschlossen. Über 2200 Menschen haben Geld in Africa GreenTec investiert. Ich gehöre auch dazu. Wie zufrieden sind Sie mit dem Ergebnis?

Das war ja eine Eigenemission, und die hatten wir auf 5 Millionen gedeckelt. Wir haben jetzt 4,3 Millionen reinbekommen und das mitten in der Pandemie. Wir wurden ja aus Mali evakuiert, und alle Leute dachten, morgen bricht die Welt zusammen. Angesichts dieser Entwicklung bei Kleinanlegern solche Summen einzuwerben, ist ein riesiger Erfolg. Daraus ist ja noch viel Neues entstanden. Wir bereiten gerade Nachrangdarlehen, Darlehen und Wertpapiere vor, an denen sich auch kleine Kapitalgeber über ein Crowdfunding beteiligen und direkt in Projekte gegen Zinsen investieren können. Ich bin sehr froh, dass wir so viele Menschen begeistern können, in Klimaschutz zu investieren.

? Welche Reaktionen bekommen Sie von Ihren Anlegern?

Wir waren gerade auf dem Impact-Festival in Offenbach, und was uns da entgegenschlug, war vor allem Stolz, dabei zu sein. Das macht uns schon sehr froh! Ich glaube, die Leute spüren auch, dass wir unseren Slogan „We Do“ ernst meinen, und ich kenne wenige Crowdfunding-Projekte, die das wirklich ausstrahlen.

? Liegt das auch daran, dass sich die jüngere Generation vom Spendenthema gerade auch etwas löst?

Ich glaube, das Mitmachen und Mitgestalten ist der wichtigere Effekt, wie wir Investoren gewinnen. Viele Menschen sind geradezu



ohnmächtig, um an dem Thema etwas zu ändern. Wir haben tatsächlich viele junge Investoren, die noch studieren und trotzdem 250 oder 500 Euro aufgebracht haben. Wenn man sich die Geschichte des Crowdfundings anschaut, dann war das immer das Gefühl, etwas gemeinsam zu verändern. Wir versprechen ja nicht nur monetären Erfolg, sondern auch die Möglichkeit, dabei zu sein. Wir machen Videos, man kann mit uns aktiv sein. Wir zahlen unsere Gehälter auch aus dem Crowdfunding. Als Sozialunternehmen haben wir ja vergleichsweise geringe Gehälter, denn wir wollen uns für die Menschen vor Ort einsetzen und sie empowern. Und das funktioniert trotzdem sehr gut, weil das Feedback so positiv ist.

? Würden Sie sich auch mehr Kooperationen mit NGOs wünschen?

Wir verstehen uns tatsächlich als Plattform und sind da offen. Beispielsweise versorgt das UNHCR viele Flüchtlinge schon seit sehr vielen Jahren, und diese haben trotzdem keine vernünftige Perspektive. In das Land, aus dem sie geflohen sind, können sie nicht zurück. Und das Land, in dem sie jetzt leben, will sie nicht haben. Wir können da eine interessante nachhaltige Beschäftigungslösung bieten. Mit der Solarbakery oder dem Solarkühlschrank bieten wir da spannende Möglichkeiten für regionale Wirtschaftsentwicklung. Die Vereinten Nationen verbrennen jedes Jahr für 1,2 Milliarden Dollar Diesel, um Strom zu erzeugen. Das Geld kann man wirklich sinnvoller einsetzen, und da sind wir ein kompetenter Partner.

? Sie sagten mal, Spenden verzerren den Strompreis. Wie ist das zu verstehen?

Wir entwickeln Kleinststromnetze in den Regionen. Dort wird in der Regel Strom subventioniert, indem man die Investitionskosten für die Stromerzeuger über Spenden generiert. Das führt dazu, dass die Technik nicht aus Betreibersicht gebaut wird, sondern nur aus dem reinen Output. Es wird, wie leider auch in der klassischen Entwicklungszusammenarbeit, zu wenig darüber nachgedacht, wer sich dann eigentlich über einen langen Zeitraum um die Anlagen kümmert. Wir kommen von der anderen Seite. Wir bieten Dienstleistungen an wie Strom, Wasser, Kühlkette, Internet. Und diese Dienstleistungen muss man refinanzieren, denn was nichts kostet ist nichts wert. Das wird in der Entwicklungshilfe viel zu wenig gesehen.

Strom ist in ganz Afrika hochsubventioniert. Denn wenn die Kilowattstunde einen Euro kostet und ich die für nur 20 Cent verkaufe, bezahlt den Rest die Weltgemeinschaft oder Stiftungen wie die Rockefeller-Foundation. Das bringt Afrika nicht vorwärts und setzt die falschen Incentives bei den Kunden. Das führt dazu, dass die Menschen vor Ort denken, dass wir ihre Probleme lösen, und das funktioniert grundsätzlich nicht. Africa GreenTec setzt auf Eigeninitiative. Wir machen ein Angebot für eine Investition und erwarten einen fairen Preis für den Strom. Auf dieser Augenhöhe entstehen dann auch skalierbare Geschäftsmodelle.

? Was würden Sie als frischgewählter Bundeskanzler jetzt tun?

Ich würde auch ein Klimaschutzministerium gründen, das die ganzen Ministerien verbindet. Ich erlebe sehr oft, wie sich die Verantwortlichen da behaken und nicht an einem Strang ziehen. Ich würde die militärischen Aktivitäten stark reduzieren und mehr auf Entwicklungszusammenarbeit setzen. Und ich würde versuchen, die zivilgesellschaftlichen und basisdemokratischen Organisationen, Strukturen und Menschen zu stärken. Denn eine starke Zivilgesellschaft ist sehr förderlich für die Demokratie. □

„Wir wollten **versteckte Potenziale** aufdecken, um **neue und alte Spender*innen** gezielter anzusprechen.

Mit Ifunds an unserer Seite hat das
wunderbar funktioniert.“

Sabine Zintel
Handicap International e.V.



Wie können Sie das schlummernde Potenzial in Ihren Spenderdaten aktivieren? Indem Sie datengestützte Entscheidungen auf Grundlage von Business Intelligence und Künstlicher Intelligenz treffen.

Unser gemeinsames Projekt mit Handicap International e.V. zeigt, wie wir mit erweiterten Darstellungs-, Auswahl- und Analysemöglichkeiten einen tieferen Einblick in das Spenderverhalten gewinnen und strategische Maßnahmen fürs Fundraising daraus ableiten können.



Sie möchten auch
Ihre Conversion Rate erhöhen?
Sprechen Sie uns an, wir unterstützen Sie gerne.



Gewinn mit Sinn

Lotterien für den guten Zweck



Ein Stück vom Glück: Das Fundraising-Magazin hat Sozial-Lotterien in Deutschland, Österreich und der Schweiz unter die Lupe genommen und fasst zusammen, wie Gemeinnützige an Fördergelder kommen können.

[Seite 24](#)

Auch die Vereins-Tombola ist Glücksspiel



Eine eigene Lotterie oder Tombola will gut durchdacht und organisiert sein, will man nicht juristische oder steuerliche Konsequenzen riskieren. Was Vereine bei eigenen Lotterien und Tombolas beachten sollten.

[Seite 28](#)

Sozial-Lotterien auf einen Blick

Die große Überblickstabelle über die wichtigsten Anbieter und Fördermöglichkeiten in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

[Seite 26](#)

Lotterien schwimmen im Geld



Es gibt ein breites Angebot an Geldmitteln, die Lotterien ausschütten. Allerdings ist die Beantragung mit Aufwand verbunden. Viele Antragsmöglichkeiten eignen sich aber auch für kleine Organisationen.

[Seite 30](#)

Neue Sozial-Lotterie für junge Zielgruppen



Bei der Soziallotterie aidFive unterstützen die Spielenden mit ihrem Einsatz soziale Projekte und haben die Chance, den Warenwert eines Einkaufs zurückzugewinnen. Gemeinnützige können sich um eine Förderung bewerben.

[Seite 32](#)



Ein Stück vom Glück

Lotterien für den guten Zweck

Die Aussicht auf den Hauptgewinn lässt viele Menschen regelmäßig zum Tipp-schein oder Glückslos greifen. Dabei profitieren nicht nur die Gewinner, sondern bei vielen Lotterien auch soziale Projekte. Das Fundraising-Magazin hat Sozial-Lotterien in Deutschland, Österreich und der Schweiz unter die Lupe genommen und fasst zusammen, wie Gemeinnüt-zige an Fördergelder kommen können.

Von UTE NITZSCHE

Soziallotterien schütten einen Teil der durch den Losverkauf eingespielten Gelder an gemeinnützige Organisationen und Projekte aus. Je nach Anbieter decken sie damit so ziemlich jeden Themenbereich von Kunst und Kultur, Sport, Wissenschaft und Forschung, Bildung, Klimaschutz, Katastrophenhilfe, Natur- und Umweltschutz, Denkmalschutz, Wohlfahrt, Inklusion, Jugend, Soziales bis hin zur Entwicklungszusammenarbeit ab. Die größten und bekanntes-

ten in Deutschland sind die Aktion Mensch, die Deutsche Fernsehlotterie, die Deutsche Postcode-Lotterie und die Glücksspirale sowie die Lotterie Bildungschancen, die allesamt bundesweit aktiv sind. Eine Ausnahme bildet die PS-Lotterie der Sparkassen, welche sich jeweils in ihrer Region engagieren, ebenso wie zahlreiche weitere Lotterien. Einzig die Ostdeutsche Sparkassenstiftung unterstützt die überregionale Kulturförderung.

Bis zu 500 000 Euro

Die Fördersummen gehen bis in den sechsstelligen Bereich. Spitzenreiter ist die Deutsche Postcode-Lotterie, bei der bis zu 500 000 Euro drin sind. Anträge stellen können gemeinnützige Organisationen, die ihren Sitz in Deutschland haben. Die Lotterie Bildungschancen unterstützt darüber hinaus auch internationale Projekte.

Doch wie kommt man an das Geld? Eine Förderung ist in der Regel an verschiedene

Bedingungen geknüpft, die je Lotterie variieren. So muss die antragstellende Organisation beispielsweise bei der Glücksspirale Mitglied in einem der Wohlfahrtsverbände sein, und die Aktion Mensch fördert nur, wenn der Projekt-Partner alle Ansprüche an öffentliche Mittel ausgeschöpft hat. Die Organisationen müssen außerdem einen Eigenanteil mitbringen, meist mindestens 20 Prozent der Gesamtkosten; bei der Aktion Mensch hängt die Höhe vom jeweiligen Förderprogramm ab.

Die Förderung ist zudem oft an einen zeitlichen Rahmen gebunden. So beträgt die maximale Förderdauer bei der Aktion Mensch fünf Jahre; das Geld der Deutschen Postcode-Lotterie muss innerhalb von zwei Jahren nach Auszahlung verwendet werden. Auch die Termine für die Antragstellung unterscheiden sich. Einige Lotterien nehmen fortlaufend Gesuche entgegen, andere nur zweimal im Jahr. Die Lotterie Bildungschancen nimmt sogar nur einmal jährlich Anträge an, und zwar immer im November.

Wer die Frist verpasst, muss also unter Umständen ein ganzes Jahr auf die nächste Chance warten.

Österreich und Schweiz

Die größte Soziallotterie Österreichs ist „Das gute Los“ des Fundraising-Verbandes Austria, die gemeinnützige Umwelt- und Sozialprojekte fördert. Besonderheit hier: Wer ein Los kauft, wählt direkt eine NPO aus, der das Geld zugutekommt. Weiterhin gibt es die Österreichischen Lotterien, die sich auf die Förderung von Sportprojekten, vor allem für Bewegung und Gesundheit, innerhalb des Landes spezialisiert haben. Interessierte Organisationen können sich direkt an das Sponsoring-Team wenden (sponsoring@lotterien.at).

In der Schweiz gibt es ein Lotterie-Monopol, das beim Staat liegt. Jeder Kanton erhält jährlich einen Gewinnanteil nach

einem festgelegten Schlüssel, abhängig von Bevölkerungszahl und Spielumsatz. Über die Modalitäten wie Antragsfristen und den Einsatz des Geldes entscheiden ebenfalls die Kantone. Vor Jahren wollte eine Initiative aus fünf Hilfswerken und fünf Umweltorganisationen dieses Monopol stürzen, scheiterte aber vorm Bundesgericht.

Vielfalt der Programme

In den Deutschschweizer Kantonen und im Kanton Tessin ist deshalb nur Swisslos aktiv und fördert Projekte und Institutionen aus den Bereichen Kultur, Sport, Umwelt und Soziales, außerdem die Schweizer Sporthilfe, den Schweizer Fußball und das Schweizer Eishockey. Die Loterie Romande unterstützt in den französischsprachigen Kantonen Vorhaben, die keine öffentlich-rechtlichen Gelder bekommen, darunter Projekte aus den Bereichen Sport, Soziales, Bildung, Ge-

sundheit, Kultur, Forschung, Denkmalpflege, Umwelt und Tourismus.

Fazit: Die Programme der Lotterien sind äußerst vielfältig, sodass jede Organisation im ersten Schritt das am besten zu ihr passende ausfindig machen sollte. Für die gründliche Recherche muss ausreichend Zeit eingeplant werden. Oft passen auch mehrere Förderprogramme, was die Chancen auf Erfolg erhöht. Um sich unnötige Arbeit zu ersparen, empfiehlt es sich, die Anträge passgenau vorzubereiten. Sie können dann in der Regel mit wenigen Klicks online gestellt werden. Und sollte es bei den großen Lotterien nicht klappen, so lohnt es auf jeden Fall, auch die regionalen in den Blick zu nehmen. Ein bisschen Glück müssen Gemeinnützige freilich haben, noch besser ist aber von vornherein ein guter Plan. ■

Die große Übersichtstabelle auf den folgenden Seiten hilft Ihnen bei der Recherche.

Portoerhöhung bei Dialogpost?

Papperlapapp!



Nicht mit uns – wir bleiben günstiger!

Die Deutsche Post AG erhöht das Porto für Dialogpost zum 01.01.2022. Beim Versand über die mail alliance nutzen Sie nach wie vor ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis für Ihre Dialogpost, Magazine und Warensendungen ... preiswert in den Briefkasten!



Fordern Sie **JETZT** Ihr individuelles Angebot an: Sparen Sie dadurch bis zu **25%** Portokosten!

Sozial-Lotterien auf einen Blick

Lotterie-Name	Aktion Mensch	Deutsche Fernsehlotterie	Deutsche Postcode Lotterie	Glücksspirale
Anbieter	Aktion Mensch e.V.	Stiftung Deutsches Hilfswerk (DHW)	Postcode Lotterie DT gemeinnützige GmbH	LOTTO Bayern
Fördergebiet	Deutschland	Deutschland	Deutschland	Deutschland
Wer darf beantragen?	gemeinnützige Organisationen	gemeinnützige Träger und auch verbandlich organisierte gemeinnützige Träger	gemeinnützige Träger	freie gemeinnützige Träger und im Bereich Wohlfahrt und Sport, Mitgliedschaft im Dachverband
Welche Themen werden gefördert?	Soziales, Inklusion, Kinder und Jugend, Barrierefreiheit und Mobilität, Freizeit, Bildung, Arbeit, Wohnen	Bürgerschaftliches Engagement, Soziales, Kinder, Jugend und Familie, Quartierförderung, Inklusion, Katastrophenhilfe (Inland)	Sozial- und Umweltprojekte, Natur- und Umweltschutz, Gesellschaftlicher Zusammenhalt	Denkmalschutz, Sport, Wohlfahrt
Was wird gefördert?*	Projektförderung Anschubförderung Investitionsförderung Mikroförderung Pauschalförderung	Projektförderung Anschubförderung Investitionsförderung	Projektförderung Investitionsförderung	Projektförderung Anschubförderung Investitionsförderung Pauschalförderung
Förderhöhe	bis zu 350 000 Euro	bis zu 300 000 Euro	30 000, 100 000 und 500 000 Euro	bis zu 200 000 Euro
Antragszeitpunkte	fortlaufend	zweimal jährlich	zweimal jährlich (10.09.2021 und 28.01.2022)	laufend über die Verbände
Wo wird der Antrag gestellt?	Lotterie	Lotterie	Lotterie	über die Verbände
notwendige Eigenmittel	im Normalfall 10–20 Prozent	20 Prozent	mindestens 20 Prozent der Projekt-Gesamtkosten	mindestens 20 Prozent
Zeit für die Projektumsetzung	bis zu 5 Jahre	bis zu 3 Jahre plus 2 Jahre bei Quartiersprojekten	1–2 Jahre	bis zu 5 Jahre
Besonderheiten	Die Förderung ist nachrangig gegenüber öffentlichen Mitteln. Die Eigenmittel können durch Zuschüsse oder Darlehen Dritter erbracht werden, jedoch nicht durch Zuschüsse der öffentlichen Hand.	Für die Antragstellung empfiehlt sich eine positive Stellungnahme der Kommune, in der das Projekt liegt.	Die regionale Förderhöhe richtet sich nach den Spieleinnahmen in den Bundesländern.	Ein Förderantrag ist nur über die Mitgliedschaft in einem Spitzenverband der Wohlfahrt oder des DOSB möglich. Anträge auch über die Deutsche Stiftung Denkmalschutz.
Kontaktdaten	+49 (0)228 2092-5272 E-Mail: foerderung@aktion-mensch.de	+49 (0)40 414104-0 E-Mail: info@deutsches-hilfswerk.de	+49 (0)800 8006680 E-Mail: info@postcode-lotterie.de	+49 (0)89 28655-0 E-Mail: über die Verbände
Link				

*** Was wird gefördert?**

Projektförderung = im Normalfall Personal-, Honorar und Sachkosten

Anschubförderung = Aufbau neuer, auf Dauer angelegter Angebote, Erstausrüstung

Lotterie Bildungschancen	Das gute Los	Österreichische Lotterien	Swisslos	Loterie Romande
BildungsChancen gGmbH	Fundraising Verband Austria	Österreichische Lotterien Gesellschaft m.b.H	Swisslos Interkantonale Landeslotterie	Westschweizer Lotteriegesellschaft
Deutschland	Österreich	Österreich	Schweiz	Schweiz
gemeinnützige Organisationen, deren förderfähige Zwecke nach § 52 Abs. 2 Satz 1 AO die Punkte 1/4/7 oder 15 enthalten	gemeinnützige Organisationen, die sich bewerben und Lose verkaufen	gemeinnützige Organisationen	gemeinnützige Organisationen	gemeinnützige Organisationen, die keinen Gewinn erzielen wollen und die keinen Ideologie- oder Glaubenszwang ausüben
Bildungsvorhaben in den Bereichen: Mensch, Umwelt, Wissenschaft, Forschung und Technik (MINT), Sprache und Kultur, Diversity und Inklusion, Demokratie	Umwelt- und Sozialprojekte	Breitensport (ausgenommen Fun-Sportarten), Soziales, Umwelt und Kultur	Kultur und Denkmalpflege, Sport, Umwelt und Entwicklungshilfe, Gesundheit und Soziales, Bildung und Forschung sowie die Schweizer Sporthilfe, der Schweizer Fußball und das Schweizer Eishockey	Sport, Soziales, Bildung, Gesundheit, Kultur, Forschung, Denkmalpflege, Umwelt und Tourismus
Projektförderung	freie Nutzung der zugeteilten Mittel	Projektförderung	Projektförderung Anschubförderung Investitionsförderung Pauschalförderung	Projektförderung Anschubförderung Investitionsförderung Pauschalförderung
bis 10 000 Euro	richtet sich nach Losverkauf	keine Angabe	Sport: bis CHF 250 000 Kultur: bis CHF 30 000	Sport: bis CHF 250 000 Kultur: bis CHF 30 000
einmal jährlich (ab November)	zwei Auslosungen im Jahr	laufend	siehe kantonale Fonds	keine Angabe
Lotterie	kein Antrag, Spieler wählen die NPO mit ihrem Los	Lotterie (Sponsoringkonzept)	Kantone	Kantone
angemessen	keine	keine Angabe	60–90 Prozent	60–90 Prozent
maximal 3 Jahre	kein Limit	Verhandlungssache	maximal 5 Jahre	maximal 5 Jahre
Das gesamte Projektvolumen kann durchaus höher als 10 000 Euro sein.	Jede Organisation kann sich bewerben, dabei zu sein. Wer ein Los kauft, wählt direkt eine NPO aus.	Die Lotterie tritt als Sponsor auf. Ausgenommen sind Projekte, die in direkter Verbindung mit Jugendlichen und Kindern stehen. (z. B. Schulen)	Jeder Kanton erhält jährlich einen Anteil nach einem festgelegten Schlüssel, abhängig von Bevölkerungszahl und Spielumsatz.	Jeder Kanton erhält jährlich einen Anteil nach einem festgelegten Schlüssel, abhängig von Bevölkerungszahl und Spielumsatz.
+49 (0)201 8401-345 E-Mail: foerderung@bildungslotterie.de	+43 (0)676 4214706 E-Mail: das-gute-los@fundraising.at	+43 (0)1 79070-0 E-Mail: help@lotterien.at	+41 (0)60848 877855 E-Mail: über Kantone	+41 (0)21 3481313 E-Mail: über Kantone
				

Investitionsförderung = Kauf, Bau, Umbau und Ausstattung von Grundstücken und Immobilien sowie der Kauf und Umbau von Fahrzeugen

Mikroförderung = lokale, zeitlich begrenzte kleine Vorhaben – auch ohne zu erbringende Eigenmittel

Pauschalförderung = Pauschalbeträge zum Beispiel für Ferienreisen und Bildungsmaßnahmen



Auch Gewinn mit Sinn ist Glücksspiel

Was Vereine bei eigenen Lotterien und Tombolas beachten sollten

Gewinn mit Sinn – hört sich toll an. Aber eine eigene Lotterie oder Tombola will auch organisiert sein. Vereine oder auch Stiftungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz müssen auf einige Dinge achten, soll das dicke Ende nicht am Schluss kommen, zum Beispiel in einer steuerlichen Nachforderung oder als Post vom Anwalt.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Tombola ist nicht gleich Lotterie. In einer Tombola werden nur Sachwerte verlost, wogegen in einer Lotterie nur Geld gewonnen werden kann. In einer sogenannten Auspielung sind Sach- und Geldwerte möglich. Eine Tombola darf zusätzlich nur zu einem festen Termin und in geschlossenem Rahmen veranstaltet werden und ist meistens auf wenig Umsatz limitiert. Allen Formen

des Glücksspiels ist eigen, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer keinen Einfluss auf den Spielausgang haben dürfen. Allein der Zufall bestimmt den Gewinner. Deshalb sind Mitarbeitende eines Vereins meist von der Teilnahme ausgeschlossen.

Lotterie mit hohen Erlösen für Vereine

Der Vorteil der Lotterie ist, dass die Preise aus dem Erlös gekauft werden können, sie sich also selbst trägt und trotzdem bis zu 75 Prozent des Erlöses an den Verein fließen können. In Deutschland gibt es aber natürlich auch rechtliche Rahmenbedingungen, beispielsweise die Anmeldepflicht. Die Landesgesetze dazu sind unterschiedlich. Dies muss man prüfen, denn illegales Glücksspiel ist ein Straftatbestand, auch für Gemeinnützige! Die Regeln sind hier durch-

aus spezifisch: In Berlin darf der Gesamtbeitrag aller Lose für eine erlaubnispflichtige „Kleine Lotterie“ maximal 30 000 Euro betragen, in Sachsen und Bayern 40 000 Euro. Auch die Dauer des Losverkaufs wird festgesetzt, meistens auf zwei Monate. Das heißt, hier ist gute Planung wichtig.

Lotterie und Steuer

Ein Thema ist natürlich auch die Steuer. Bis 650 Euro und ohne Bargeldgewinne fällt definitiv keine Steuer an. Ist der Anmelder der Lotterie gemeinnützig, sind Lotterien bis 40 000 Euro von der Lotteriesteuer befreit. Schwierig ist hier der Passus, dass keine unzulässige Werbung stattfindet – ein dehnbarer Begriff. Der auf Losen angebrachte Hinweis auf Sponsoren ist beispielsweise zulässig. Buchhalterisch sind Lotterien im-

mer ein Zweckbetrieb. Spendenbescheinigungen für Loskäufer sind also verboten. Eine Lotterie unterliegt auch der Umsatzsteuer. Bei gemeinnütziger Verwendung sind das allerdings nur sieben Prozent. Sachpreise, die gespendet werden, können mit einer Sachspendenquittung bedacht werden, wenn keine Werbung für die spendende Firma gemacht wird. Wird Werbung gemacht, ist es ein Sponsoring und damit wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb.

Genehmigungspflichtige Kleinlotterie für die Schweiz

In der Schweiz ist der Staat strenger. Sogenannte Kleinlotterien, bei denen bis 50 Prozent der Gewinne ausgezahlt und der Ertrag für den gemeinnützigen Zweck eingesetzt wird, sind erlaubt. Sie müssen aber von den Kantonen genehmigt werden. Das ist auch kostenpflichtig. Wer im nächsten Jahr noch

eine Kleinlotterie durchführen will, hat vielleicht schon Pech, denn die Antragsfrist endet immer am 30. September. Aber auch danach kann es noch Bewilligungen geben. Auch Tombolas bis zu einer Plansumme von 20 000 Euro sind genehmigungspflichtig und an einen Anlass gebunden.

Strenge Regeln in Österreich

Auch in Österreich hat der Staat das Glücksspielmonopol. Die Wurzeln der Spendenlotterien reichen weit zurück. Der Wiener Magistrat gründete bereits 1718 eine Lotterie, von deren Erlösen zehn Prozent der Armenpflege zugutekamen. Eine Sonderregelung für gemeinnützige Organisationen gibt es heute aber fast nicht. Lotterien sind ein begünstigungsschädlicher Betrieb und steuerpflichtig. Es können aber Ausnahmeregelungen erteilt werden. Die Umsatzsteuer entfällt dafür aber nicht. Im Gegensatz

zu Deutschland und der Schweiz zieht der Staat auch von gemeinnützigen Lotterien eine Glücksspielabgabe in Höhe von fünf Prozent des Einsatzes ab. Ausgenommen von Genehmigungen sind dafür sogenannte „kleine Ausspielungen“, wie Tombolas mit Sachpreisen, die unter einem Spielkapital von 4000 Euro im Kalenderjahr bleiben.

Das Gute Los in Österreich

Eine Erfolgsgeschichte ist zweifelsohne die vom Fundraising-Verband Austria seit über 15 Jahren mitorganisierte Lotterie „Das gute Los“, an der sechs gemeinnützige Organisationen beteiligt sind. Fast 20 Millionen Euro wurden in dem Zeitraum an Einnahmen erzielt. Insgesamt gibt es in Österreich rund zehn Spendenlotterien. Sie nehmen fünf bis sechs Millionen Euro pro Jahr für wohltätige Zwecke ein und reichen historisch bis in die Nachkriegszeit zurück. ■

GRÜN

GRÜN VEWA7 optimiert Ihre Fundraising-Aktivitäten und Spendenprojekte

Marktführende Branchensoftware
für Spendenorganisationen

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





Lotterien schwimmen im Geld

Viele Antragsmöglichkeiten auch für kleine Organisationen

Lotteriemittel stellen schon seit dem 16. Jahrhundert eine Möglichkeit dar, gemeinnützige und mildtätige Zwecke zu fördern. Heute gibt es in allen deutschsprachigen Ländern ein breites Angebot an Geldmitteln, die Lotterien ausschütten. Allerdings ist die Beantragung mit Aufwand verbunden.

Von **KURT MANUS**

Die wahrscheinlich älteste Lotterie, die mit einem guten Zweck als Ziel der Ausschüttung verbunden werden kann, stammt aus den Niederlanden. Dort hatten die Bürger Amsterdams im Jahr 1549 zum Bau eines Kirchturms in Amsterdam die Gelegenheit, Lose zu kaufen und so den Turm zu finanzieren. 1561 wiederholte sich das zur Erweiterung des dortigen Waisenhauses. Diese Historie ist insofern interessant, da

laut Buchautorin Gabriele Lingelbach sogar noch in den 1970er Jahren in Protokollen des Finanzausschusses des Deutschen Roten Kreuzes nachzulesen ist, wie umstritten diese Finanzierungsform war. Die Wohlfahrtsverbände kritisierten dort, dass bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Lotterien die Gewinnerzielungsabsicht gegenüber dem mildtätigen Zweck deutlich obenan stehen würde. „Eine Soziallotterie gibt es deshalb nicht“, wird dort zitiert.

Wohlfahrt profitiert am meisten

Gleichwohl sind es heute gerade die Wohlfahrtsverbände, die das meiste Lotteriegeld in Deutschland einstreichen, weil sie teilweise direkte Begünstigte von Lotterien sind und Anträge auch nur über die Verbände gestellt werden können. Wer nicht Mitglied ist, erhält auch keine Chance.

Das war auch lange bei der Deutschen Fernsehlotterie der Fall. Doch seit Kurzem kann hier jede gemeinnützige deutsche Organisation Gelder beantragen. In diesem Jahr noch bis zum 31. Dezember. Voraussetzung ist ein umfangreicher Antrag mit Finanzierungskonzept und eine Empfehlung der Kommune für das Vorhaben. Förderfähig sind bestimmte Themen, wie Quartiersentwicklung, Familien, Senioren, Jugend und soziale Themen, Katastrophen- und Nothilfe sowie Bau- und Personalkosten. Wichtig: Das zu fördernde Vorhaben darf erst beginnen, nachdem die schriftliche Förderzusage erfolgt ist.

Aktion Mensch als größter Player

Der Lotterietopf wird laut Jahresreport Glücksspiel der Länder seit zehn Jahren immer voller. Im Jahr 2019 wurden 521 Millionen

Euro nur über Soziallotterien eingespielt, wovon der Staat über Lotteriesteuer und sonstige Abgaben satte 415 Millionen Euro einnahm. Der Rest blieb zur Ausschüttung und für den guten Zweck. 67 Prozent der Erlöse entfielen davon auf die Aktion Mensch und 21 Prozent auf die Deutsche Fernsehlotterie. Der Zuwachs gegenüber dem Vorjahr lag bei zehn Prozent.

Die Aktion Mensch hat seit ihrer Gründung 1964 über vier Milliarden Euro für Projekte zugunsten Menschen mit Behinderung, Kinder und Jugendlichen erbracht. 4,5 Millionen Menschen kaufen heute Lose der Lotterie. Weil so viel Geld eingeht und die Rücklagen immer größer wurden, erhöhte die Aktion Mensch letztes Jahr die Höhe der Projektförderung auf 90 Prozent der beantragten Summe. Es waren also nur noch zehn Prozent Eigenmittel nötig. Die Kultur und der Sport profitieren dagegen vor allem von den Lotterien der Länder. Allein

in Nordrhein-Westfalen wurden letztes Jahr 100 Millionen Euro an gemeinnützige Organisationen ausgeschüttet.


In der Schweiz sind es die 26 Kantone, die Gelder aus Lotterien vergeben, denn dort hat der Staat das uneingeschränkte Monopol. Somit werden Lotteriemittel nur am Sitz der Organisation vergeben. Im Kanton Zürich werden pro Jahr beispielsweise rund 80 Millionen Franken verteilt. Davon 30 Prozent in den Gemeinnützigen Fonds, 30 Prozent in den Sportfonds, 30 Prozent in den Kulturfonds und 10 Prozent in den Denkmalpflegefonds.

Kritik an Geldvergabe in der Schweiz

Auch Projekte im Schweizer Berggebiet und in der Entwicklungszusammenarbeit sind förderfähig. Einige Kantone unterstützen auch Projekte des Tourismus. Das wird oft kritisiert, weil es sich streng genommen

um Ausgaben handelt, die aus dem Kantonstopf und nicht aus dem Lotterietopf kommen müssten.

Sonderregelungen aufgrund von Corona

Die Wunschambulanz aus Zürich, die todkranken Menschen letzte Wünsche erfüllt, erhielt 2020 eine Sonderfinanzierung aus Lotteriemitteln des Kantons Zürich in Höhe von 35 000 Schweizer Franken. Anlässlich der Corona-Lockdowns hat der Zürcher Regierungsrat die Möglichkeit geschaffen, dass Vereinigungen im Kanton Zürich Unterstützungsbeiträge aus Lotteriemitteln erhalten. „Das Verfahren war nicht gerade einfach, da nicht allen bekannt und da es kein früheres Verfahren in der Art gegeben hat. Der Betrag hat unserer Vereinigung geholfen, das Jahr 2020 überhaupt zu überleben“, berichtet Vereinsgründer Petar S. Sabovic. Anträge lohnen also den Aufwand. 

**Dank bestem Service
immer entspannt**

BENEFIT
Informationssysteme AG

Unsere Kunden sprechen für uns.

Vereinbaren Sie eine persönliche WEB-Session. Wir nennen Ihnen gerne passgenaue Referenzen.

+49 208 301930
c.lang@benefit.de

openhearts

CRM, Fundraising & mehr
Bester Service
Einfacher Produktivstart





Gimme five!

Neue Soziallotterie für junge Zielgruppen startet 2022

Das Prinzip „Einkaufen und dabei Gutes tun“ ist nicht neu. Bei der Soziallotterie aidFive unterstützen die Mitspielerinnen und Mitspieler mit ihrem Einsatz soziale Projekte und haben die Chance, den Warenwert eines Einkaufs zurückzugewinnen. Gemeinnützige können sich seit Oktober um eine Förderung bewerben.

Von UTE NITZSCHE

Wer mitspielen will, muss mindestens 18 Jahre alt sein, in Deutschland wohnen und ein deutsches Bankkonto haben. Hat man sich auf der Website registriert, lädt man ein Foto eines Kaufbelegs oder einer Rechnung mit einem Einkaufswert zwischen einem Cent und 5000 Euro hoch.

Einfache Spielregeln

Der Kauf darf dabei nicht länger als zwei Wochen zurückliegen. Es ist völlig egal, ob es sich um den Wocheneinkauf im Supermarkt, einen neuen Fernseher oder um die letzte Stromrechnung handelt. Bedingung ist lediglich, dass die Belege mit dem Grundgesetz vereinbar sind und zu den Vorstellungen von einem respektvollen und friedlichen Miteinander von aidFive passen. Der Spieleinsatz beträgt dabei immer 5 Euro, maximal 200 Euro beziehungsweise 40 Spiele pro Monat sind möglich. Das persönliche Limit kann aber auch niedriger gesetzt oder der Account für eine Weile ganz ruhen gelassen werden. Eine Warnung, dass auch das Spiel um einen Einkauf süchtig machen kann, findet sich denn auch obligatorisch in den FAQs. Von den 5 Euro pro Los kommen schließlich 1,50 Euro in den Gewinntopf,

30 Prozent gehen an soziale Projekte. Ob das eigene Los gewonnen hat, kann einfach auf der Website überprüft werden.

Jung und internetaffin

Spätestens jetzt wird klar, welche Zielgruppe hier angesprochen werden soll: jung, gesellschaftlich engagiert und im Internet zu Hause. Das Angebot ist niedrigschwellig, passend dazu werden die Mitspielerinnen und Mitspieler konsequent mit du angesprochen. Hinter aidFive steckt die Deutsche Fernsehlotterie, und genau wie diese ist aidFive eine Tochter der Stiftung Deutsches Hilfswerk. Hervorgegangen ist die Idee aus einem intensiven Kreativprozess, bei dem man sich mit der Zielgruppe ausgetauscht, Workshops veranstaltet und Interviews geführt hat. Offenbar hat man also auch bei den Öffentlich-Rechtlichen erkannt, dass mit Mega-Losen und der Chance auf Sofortrenten kein Digital Native mehr hinter dem Laptop hervorzulocken ist. Auf hamburg-startups.net ist denn auch von der „digitalen Soziallotterie für eine neue Generation“ zu lesen.

Likes bestimmen Förderung

Und die will selbstverständlich dabei mitreden, was mit ihrem Geld passiert. Aus den Projekten, die sich um Unterstützung bewerben, werden passende ausgewählt und auf der Website vorgestellt. Mitmachen können ausschließlich gemeinnützige Organisationen, zum Beispiel eingetragene Vereine und gGmbHs. Die Spielerinnen und Spieler vergeben dann Likes für ihre Favoriten. Auf dieser Grundlage entscheidet

einmal im Quartal der Beirat von aidFive, welche Bewerber den Zuschlag für eine Förderung erhalten. Dabei geht es um Anschubfinanzierung für soziale Projekte mit Kindern und Jugendlichen sowie für hilfebedürftige Menschen. Und natürlich spielt auch der Gedanke der Nachhaltigkeit für die Gesellschaft eine Rolle. AidFive übernimmt für bis zu zwei Jahre Personal-, Sach- und Honorarkosten von durchschnittlich 40 000 bis 60 000 Euro. Ist das Projekt erfolgreich, kann um ein weiteres Jahr verlängert werden.

Fragen bleiben offen

Wenn alles nach Plan läuft, soll es im März 2022 losgehen. Organisationen können sich seit Oktober 2021 um eine Förderung bewerben. Dazu soll es auf der Website von aidFive, so ist zu lesen, einen eigenen Link geben, der jedoch zu Redaktionsschluss dieser Ausgabe offenbar noch nicht eingerichtet war. Auch Auskunft darüber, was eigentlich im Anschluss mit den eingereichten Kaufbelegen und Rechnungen passiert – immerhin handelt es sich hierbei um sensible Daten – wollte das Team von aidFive auf Nachfrage des Fundraising-Magazins nicht geben. Stattdessen wird auf die noch „frühe Startphase des Produkts“ verwiesen, was doch einigermaßen irritiert. Nichtsdestotrotz ist aidFive sicher eine gute Idee, um jüngere Generationen mit ins Boot der Soziallotterien zu holen. Nun bleibt abzuwarten, wie das Spiel bei der Zielgruppe ankommt. Mit der renommierten Fernsehlotterie im Rücken sollte aidFive relativ weich fallen, falls der Plan nicht aufgeht. Einen Versuch wert – wie jedes Spiel ums Glück – ist es allemal. ■

► www.aidfive.org

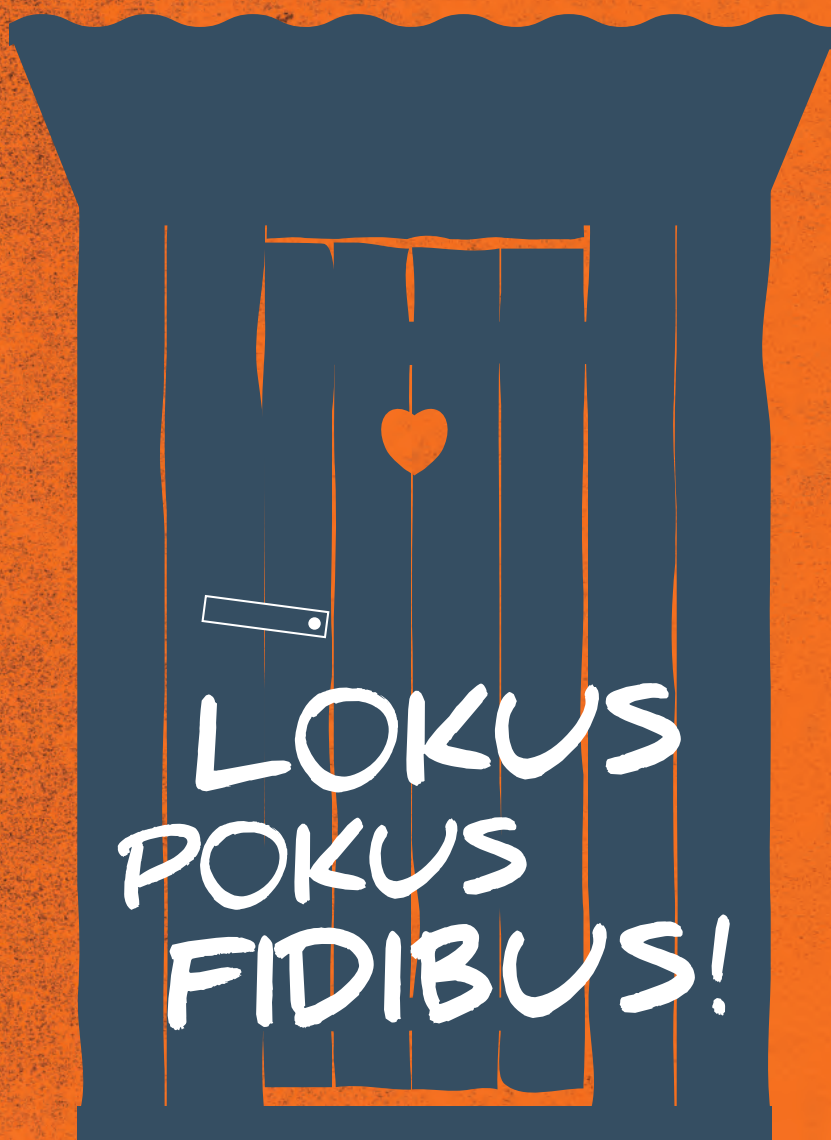
Sie wollen **Trinkwasser und Toiletten** für alle?

**Wir generieren Einnahmen,
die sich gewaschen haben.**

Von der Datenanalyse bis zur Strategie.

Von der Idee bis zur Kampagne.

Vom Konzept bis zum fertigen Werbemittel.



www.fundango.de · kontakt@fundango.de
Telefon 0221 / 677 845 - 90

fundango
Fundraising ist mehr

#dreampeace



Greenpeace ist 50 Jahre alt! Am 15. September 1971 begab sich ein Haufen kanadischer Hippies auf eine abenteuerliche Reise im Nordpazifik, um gegen Atomtests der USA zu protestieren. Sie taufte ihren alten Fischkutter „Greenpeace“ und folgten damit ihrem Traum, den Planeten vor der Umweltzerstörung zu retten. Die Werbeagentur „Freundliche Grüsse“ hat den Pioniergeist von damals wieder aufleben lassen. Auf Schwarz-Weiß-Bildern werden die Aktivistinnen und Aktivisten der Gründergeneration gezeigt.

► www.greenpeace.de

Sport im Gefängnis

Das Projekt „Phönix“ hat den Social Impact Award 2021 erhalten



Der Social Impact Award zählt mit über 8 000 Teilnehmenden in 26 Ländern zu den weltweit größten Gemeinschaften für zivilgesellschaftliches Engagement junger Menschen. Dieses Jahr gehört „Phönix – Training For Life“ zu den Gewinnern der Auszeichnung. Der Verein hat es sich zur Aufgabe gemacht, Menschen in Haft durch Sportprogramme in ihrer Resozialisierung zu unterstützen, einerseits durch regelmäßige Trainings in den Sportstätten der Justizanstalten und andererseits durch die Vermittlung an Sportvereine

nach der Entlassung. Den Gründern Ricardo Parger und Dominik Bachmeier geht es darum, „Menschen im permanenten Lockdown“ neue Perspektiven nach der Haft zu ermöglichen. Auf der Crowdfunding-Plattform respekt.net strebt der Verein aktuell eine Summe von 11 000 Euro an. Finanziert werden soll damit ein Pilotprojekt in der Justizanstalt Korneuburg. Das Crowdfunding läuft noch bis Ende März.

► www.phoenix-trainingforlife.org

► www.respekt.net

MEINE MEINUNG

„Die Diskursfähigkeit geht flöten“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST



Kürzlich meinte Franz Neunteufl, Geschäftsführer der IGO – Interessenvertretung Gemeinnütziger Organisationen in Öster-

reich, „dass offenbar mehr als 70 Prozent der Österreicher keine Nachrichten mehr lesen, hören oder sehen und sich somit nur noch am Rande für Politik interessieren“. Selbst wenn wir diese Zahl für unrealistisch hoch halten wollen, weil uns die Bedeutung dessen so gar nicht schmecken will, denke ich dabei an eine Sache: Als vor gar nicht so langer Zeit Facebook und Instagram für ein paar Stunden ausgefallen waren, habe ich einen Tag später davon aus der Presse erfahren. Die sozialen Medien interessieren mich nämlich privat tatsächlich noch weniger als peripher. Für viele Leute sieht das aber deutlich anders aus. Entscheidend ist dabei, was konsumiert wird. Ich kann nicht leugnen, dass ich den Konsum eines komplett unmoderierten Wusts aus (Falsch-) Informationen als die Ursache für sinkende Medienkompetenzen verstehe. Bereits seit einigen Jahren befürchte ich, dass dadurch der Wunsch nach gesellschaftlicher Teilhabe und die grundlegende Diskursfähigkeit flöten gehen. Die Differenzierung unserer Individualgesellschaft trägt auf der Rückseite das Label „gesellschaftliche Spaltung“. Wollen wir wirklich einfach dabei zusehen, wie sich immer weniger Leute für Demokratiestärkung oder überhaupt gesellschaftlichen Zusammenhalt interessieren? „Sapere aude!“, hatte Kant gesagt. Unschlagbar.

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

Kurzgefasst ...

Caritas Schweiz mit Klima-Aktie

Armut bekämpfen heißt auch, Menschen vor den Folgen des Klimawandels zu schützen. Mit der Klima-Aktie geht Caritas Schweiz neue Wege, was Angebote in der Unterstützung ihrer Projekte angeht. Mit der Aktie wird kein Anteil an Caritas Schweiz erworben. Aktionäre tätigen mit dem Erwerb eine Spende an die Caritas und investieren so in wirkungsvolle Klimaprojekte.

► www.klima-aktie.ch

Sanitation for Millions

Die soziale Konsummarke share ist eine Kooperation mit der Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit eingegangen. Jedes verkaufte Pflegeprodukt von share generiert eine Spende an das Projekt, wodurch unter anderem bis zu 500 000 Seifen an Schulen in Uganda zur Vorbeugung von Infektionskrankheiten verteilt werden.

► www.share.eu

45 Mal Gutes tun

Anlässlich ihres 45-jährigen Jubiläums hat die Drogeriekette dm in Österreich mit der Unterstützung von Mitarbeitern, Kunden und Partnern insgesamt 500 000 Euro gesammelt, mit denen 45 gemeinnützige Projekte unterstützt wurden. Das Geld kam Kindern und Jugendlichen in Lerncafés zugute, Frauenhäusern, Integrationsstellen, Obdachlosenverbänden und Seniorenheimen.

► www.dm-miteinander.at

Sammelaktion alter Telefone

Die Deutsche Umwelthilfe und Edeka Südwest sammeln noch bis 31. Dezember ausgediente Mobiltelefone. Jeder kann sein Altgerät einsenden und hat dabei die Chance auf Gewinne, wie zum Beispiel ein wiederaufbereitetes aktuelles Smartphone-Modell. Die Erlöse der Sammlung unterstützen die Arbeit der DUH zum Schutz der Meere.

► www.zukunftleben.de/natur-schuetzen/ressourcen-schonen/handy-sammelaktion

Österreich hilft Österreich

Die ERGO-Versicherung hat von April bis Juli von jeder neu abgeschlossenen Versicherung 10 Euro gespendet. Die Summe von 90 000 Euro ging im September an „Österreich hilft Österreich“ – einer Initiative des ORF und der Hilfsorganisationen Caritas, Diakonie, Hilfswerk, Rotes Kreuz, Volkshilfe und Samariterbund. Diese hat sich zum Ziel gesetzt, Menschen in coronabedingter Notlage zu helfen.

► www.spenden.helfen.at

„Digitaler Vereinsmeier“

Deutschland sicher im Netz e.V.
unterstützt Ehrenamtsprojekte

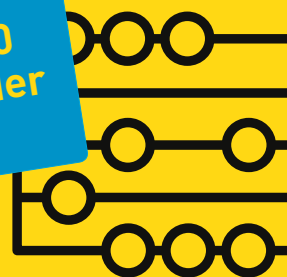
Die Online-Plattform gutes-geht.digital von der Freiwilligen-Agentur Halle-Saalkreis in Kooperation mit der Freiwilligenagentur Magdeburg und der LAGFA Sachsen-Anhalt ist das Gewinnerprojekt des Ehrenamtspreises „Digitaler Vereinsmeier“ in der Kategorie Digitaler Wandel. Die Plattform bietet Vereinen und (potenziellen) Freiwilligen Impulse, Anregungen und Kontakte für digitales Engagement in Sachsen-Anhalt. Mit der Plattform trifft das Projekt den Nerv der Zeit, denn viele Menschen wünschen sich örtliche und zeitliche Flexibilität für ihr Engagement. Im Bereich Digitale Inklusion wurde das Projekt „Fair lernen statt Verlernen!“ von Lern-Fair gekürt. Lern-Fair ist eine Plattform, die Schülern digitale, kostenfreie und qualifizierte Bildungs- und Förderangebote ermöglicht. Das größte Projekt mit über 30 000 registrierten Nutzern ist die individuelle 1:1-Lernunterstützung von bildungsbenachteiligten Schülern durch ehrenamtlich tätige Studierende.

► www.gutes-geht.digital ► www.lern-fair.de

Mit uns rechnen, auf uns zählen.

Wir arbeiten vor allem für Gemeinden, christliche und gemeinnützige Werke. Dabei stehen wir in regem Kontakt mit den Nutzern unserer Software. Da wir selbst über langjährige Erfahrung in gemeinnützigen Einrichtungen verfügen, haben wir eine konkrete Vorstellung davon, wie das Kerngeschäft läuft. Im Austausch mit den Führungskräften werden die Instrumente erarbeitet, die den Anforderungen der Organisationen am optimalsten entsprechen.

Über 3.000
Anwender
in D, A, CH



OPTIGEM
SOFTWARELÖSUNGEN FÜR GEMEINDEN
UND GEMEINNÜTZIGE WERKE



D INFO@OPTIGEM.COM/0231.182.93-0 WWW.OPTIGEM.COM
A OPTIGEM@SCHABERGER.AT/0699.11.11.16.93
CH OPTIGEM@MITELAN.CH/033.221.05.13



App geht's!

Wie eine smarte NGO Sponsorenläufe revolutioniert

Eine bewährte Idee neu erfinden? Das klappt selten. Doch wenn es klappt, dann hat es das Zeug, zu einer wirklich großen Sache zu werden. Dem Verein IndienHilfe Deutschland aus Wallenhorst bei Osnabrück ist mit der ersten Sponsorenlauf-App für Schulen genau dies gelungen. Und weil man über die App alle Schulläufe miteinander vergleichen kann, luden die Initiatoren gleich zur bundesweiten Meisterschaft im Sponsorenlauf ein. Nach der ersten Siegerehrung steht fest: Die Reise ist noch lange nicht zu Ende.

Von JÜRGEN FLUHR

Als aufgrund der Corona-Situation viele Schulen ihre Sponsorenläufe absagen mussten, war das für viele NGOs ein harter Schlag. Für uns von der IndienHilfe Deutschland e. V. war es jedoch auch der Startschuss zu einer wirklich guten Idee. „Als wir hörten, wie viel Aufwand es ist, mitten in der Pandemie unter Wahrung aller Hygienebestimmungen einen Sponsorenlauf durchzuführen, dachten wir sofort: Das muss auch einfacher gehen“, erzählt Sibylle Jendrowiak, die als eine der tragenden Säulen des Vereins gilt. „Wir betreuen viele deutsch-indische Schulparterschaften, und so wollten wir eine App entwickeln, mit der Sponsoren-

läufe digital erfasst und ausgewertet werden.“ Doch von der Idee zur fertigen App war es ein langer Weg. „Wenn wir damals geahnt hätten, mit wie viel Aufwand so eine Entwicklung verbunden ist, hätten wir es vermutlich gelassen“, lacht sie. „Zum Glück haben wir mit einer regionalen Technologieagentur einen fähigen und fairen Partner gefunden, der unglaublich viel Zeit in die Programmierung gesteckt hat.“

Die Anforderungen an die App, die auf den Namen „Held für die Welt“ getauft wurde, standen von Anfang an fest. Minimaler Aufwand für die Schulen, kein Infektionsrisiko, kompletter Datenschutz und hohe

Motivation für die Schülerinnen und Schüler. „Die App misst Entfernungen, errechnet Sponsorengelder, verfügt über ein bargeldloses Bezahlsystem und vergibt Punkte für Gesamtkilometerzahl, relative Teilnehmerzahl, Spenden je Kilometer und einige weitere Parameter“, erläutert Jendrowiak. „So konnten wir Sponsorenläufe miteinander vergleichen und zur ersten Deutschen Meisterschaft im Sponsorenlauf einladen.“

Erste Deutsche Meisterschaft im Sponsorenlauf

Als Initiatoren denken wir groß – und handeln groß. Schon zur Premiere dieser bundesweiten Schulveranstaltung meldeten sich 168 Schulen aus ganz Deutschland an. Für ein Erstlingswerk einer aufstrebenden NGO ein beachtlicher Erfolg. „Durch das positive Feedback haben wir schnell bemerkt, dass das Interesse da ist und wir bei Schulleitern, Sportlehrern, Religions- und Ethiklehrern sowie auch den Schülervertretungen offene Türen eingerannt sind.“

Kinder helfen Kindern als „Held für die Welt“

Mitte September erfolgte dann die erste offizielle Siegerehrung in Hannover. Überreicht wurden die Gold-, Silber- und Bronzemedaille durch den niedersächsischen Kultusminister Grant Hendrik Tonne, der sich für die Grundidee des erwachten Großprojekts sofort begeisterte: Kinder

helfen Kindern und werden so zum „Held für die Welt“. Denn längst steht fest, dass globales Lernen eines der großen Zukunftsthemen in den Kerncurricula der Schulen sein wird. „Die großen Herausforderungen der Zukunft meistert die junge Generation nur gemeinsam“, ist auch Sibylle Jendrowiak überzeugt. „Wir brauchen jetzt Anreize an den Schulen, um junge Menschen für Nachhaltigkeit, globale Verantwortung und soziale Gerechtigkeit zu begeistern. Und genau das leistet unsere Sponsorenlauf-App ‚Held für die Welt‘.“

Weiterentwicklung der App

Die Erfahrungen aus der ersten Meisterschaft flossen nun in die Weiterentwicklung der App ein. „Ab November bieten wir die App allen Schulen und Organisationen zur freien Nutzung an“, erläutert Jendrowiak weiter, die auch dem eigens dafür gegründeten Verein Kinderhilfe global e.V. vorsteht. „Jede Schule kann dann jederzeit eigene Läufe durchführen. Mit dem neuen Verein haben wir auch unser Team aufgestockt, damit wir alle Läufe professionell begleiten können. Denn ob spontaner Herbstlauf, ein Neujahrsrennen oder auch die 2. Deutsche Meisterschaft im Sponsorenlauf 2022 – es kommt jede Menge Arbeit auf uns zu.“

Viel Gutes für wenig Aufwand – nach diesem Rezept verspricht sich die Kinderhilfe global e.V. nicht weniger als eine Revolution des schulischen Sponsorenlaufs. ▣

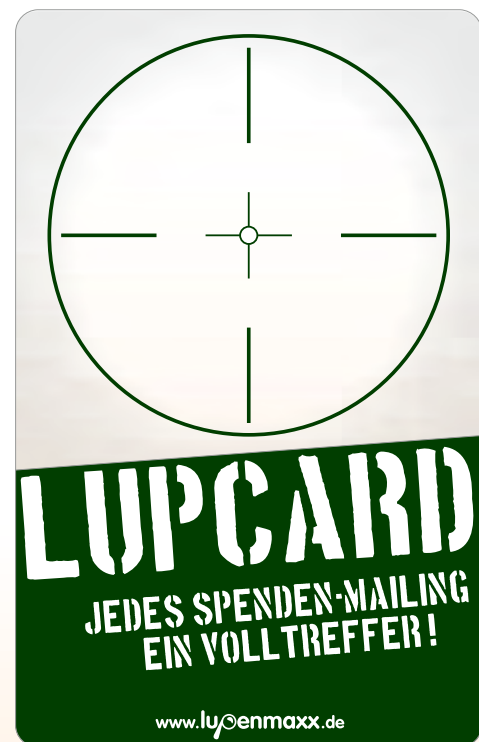


Jürgen Fluhr hat Jahrzehnte in der ersten Reihe von DAX- und SDAX-Unternehmen gearbeitet, bevor er 2008 die IndienHilfe Deutschland e.V., 2020 die Stiftung Indienhilfe und 2021 die Kinderhilfe global e.V. gründete. Als Vorstandsvorsitzender kümmert er sich gemeinsam mit dem Team um Bildungs- und Ernährungsprojekte schwerpunktmäßig in Indien und weltweit, die vor allem Kindern die Chance auf ein besseres Leben eröffnen.

► www.indienhilfe-deutschland.de

**lupcard-
die Lupe - das Original***
Scheckkartenlupe mit 3-facher Vergrößerung im Format 86x54 mm -
* nur 0,3 mm dünn und 1,9 Gramm leicht!

lupenmaxx
...wir machen's größer!
www.lupenmaxx.de



**Wir bringen Ihre Werbung
GROSS raus!**



Lupenmaxx GmbH
Freiburger Str. 8
79199 Kirchzarten
Tel.: +49 (0) 7661 909988 0

Erlebnisse spenden

Das Projekt plusX greift benachteiligten Kindern und Jugendlichen unter die Arme

In Deutschland lebt etwa jedes fünfte Kind dauerhaft oder zeitweise in Armut. Das bedeutet unter anderem, dass Freizeitaktivitäten, wie ein Zoo- oder Kinobesuch, für diese Kinder und ihre Familien finanziell nicht zu bewältigen sind. Über die Online-Plattform plusX erhalten Bedürftige kostenlose Gutscheine für Freizeitaktivitäten und können ihre Freizeit so aktiv und selbstbestimmt gestalten.

Von FELIX JAKOB MEUER

Vor etwa drei Jahren haben meine ehemalige Arbeitskollegin Lena Drubel und ich die Idee plusX geboren. Zu dieser Zeit haben wir die großzügige Chance unseres Arbeitgebers genutzt, drei Monate an einer eigenen Idee arbeiten zu dürfen und während dieser Zeit von der Regeltätigkeit befreit zu sein. Leider ging die Zeit viel zu schnell um, und wir mussten verständlicherweise wieder zurück an die normale Arbeit.

Die Idee von plusX und das großartige Feedback aus verschiedenen Richtungen sind aber nie ganz aus meinem Kopf verschwunden. Mit der Entscheidung, neue berufliche Wege zu gehen über eine Aufgabe, die Spaß macht, eine Herausforderung bietet und sinnstiftend ist, war deshalb im April 2020 der Zeitpunkt gekommen, die plusX gUG zu gründen.

Spender werden benachrichtigt

Armut wirkt sich auf das Wohlbefinden und auch die Zukunftschancen von Kindern aus. Denn wenn wir uns in unserer Freizeit Sport, Kunst und Kultur oder auch dem Restaurantbesuch mit Freunden widmen, schalten wir ab, lernen wir Neues, schütteln wir den Alltagsstress ab, pflegen alte oder knüpfen neue soziale Kontakte. Dabei sollen die Gutscheine von plusX helfen. Diese Gutscheine in Form



von eTickets werden bisher vor allem von privaten Spendern finanziert. Diese haben die Möglichkeit, entweder vor Ort an der Kasse der teilnehmenden Freizeitanbieter oder online über das Spendenformular auf der Seite von plusX zu spenden.

Bisher Arbeit in Eigenleistung

Der Clou: Sobald ein Gutschein eingelöst wird, erhalten die jeweiligen Spender eine Benachrichtigung. So kann sich der Spender

im gleichen Moment mitfreuen und wird sich seiner Selbstwirksamkeit bewusst.

Rabatte, die wir bei den Freizeit Anbietern bekommen, wenn wir Gutscheine einkaufen, sind eine kleine Finanzhilfe. Kostet beispielsweise ein Kinoticket regulär zehn Euro, müssen wir nur acht Euro für den Gutschein zahlen. So bleiben zwei Euro für weitere Kosten übrig, die als Spende des Freizeitproviders gesehen werden können. Da wir bisher keine weitere finanzielle Unterstützung haben, versuchen wir alles

über Eigenleistung und den persönlichen Geldbeutel abzudecken. Alle Team-Mitglieder von plusX sind ehrenamtlich und unentgeltlich engagiert.

Eine der größten Herausforderungen für uns war sicher die Corona-Pandemie. PlusX besteht nun etwa eineinhalb Jahre und in dieser Zeit hatten wir acht Monate mit dem Lockdown zu kämpfen. Es konnten keine Gutscheine eingelöst werden und somit auch keine Benachrichtigungen an unsere Spender verschickt werden.

Online-Angebote kein Ersatz

In dieser Zeit haben wir versucht, Online-Angebote anzubieten, aber ganz ehrlich – wer hatte neben Videotelefonie, Home-Schooling und dergleichen noch Lust auf weitere Zeit vor dem Bildschirm? Dennoch bin ich stolz, dass das, was allein begonnen wurde, nun von elf großartigen Team-Mitgliedern

getragen wird. Weitere große Erfolge für uns waren die Teilnahme am Programm der Impact Factory Duisburg, die Anerkennung des Paritätischen Wohlfahrtsverbands NRW und der Fernsehbeitrag über plusX, der im ZDF und auf 3sat ausgestrahlt wurde.

Weitere Kooperationspartner

In der nächsten Zeit wollen wir uns noch stärker in Köln etablieren und große Kölner Freizeitklassiker, wie den 1. FC Köln, den Zoo oder die Schwimmbäder, für uns gewinnen, um für mehr Chancengleichheit in der Freizeitgestaltung zu sorgen. Dazu gehört auch noch mehr Partnerschaften mit anderen Organisationen der Kinder- und Jugendhilfe einzugehen, die unsere Gutscheine gut gebrauchen können.

Ein großer Wunsch von uns ist es, irgendwann eine sichere Finanzierungsquelle für das ein oder andere hauptamtliche Team-

Mitglied zu haben, denn es ist nicht leicht, das Projekt „nebenher“ zu betreiben. Eine Vision, die dabei helfen könnte, ist es, mit einer Stadt einen Pilotversuch zu starten und das zwar gut gemeinte, aber schlecht umgesetzte Bildungs- und Teilhabepaket über unsere Plattform abzuwickeln. So könnten bürokratische Hürden gesenkt, die Inanspruchnahme erhöht und der Verwaltungsaufwand verringert werden. ▣



Felix Jakob Meuer studierte Wirtschaftsingenieurwesen an der RWTH Aachen mit den Schwerpunkten erneuerbare Energien und Unternehmertum. Parallel zu seinem Masterstudium gründete er im Jahr 2015 sein erstes Start-up mit vier Kommilitonen. Im Jahr 2019 entschied er sich, neue berufliche Wege zu gehen und gründete in Folge mit plusX sein erstes Social Impact Start-up.

► www.plusx.social



Wir schaffen Ordnung.

Daten und Kennzahlen sind das eigentliche Kapital Ihrer Organisation. Man muss allerdings ihre Sprache sprechen. Unser Dashboard übersetzt die Daten für Sie und gibt die passenden Antworten auf Ihre Fragen. Damit haben Sie eine fundierte, datengestützte Basis für Ihre Entscheidungen und können zielgenau agieren.

www.gfs.de



fundraising data-driven



So ein Saftladen!

Ein Hamburger Sozialprojekt weiß: „Das Geld hängt an den Bäumen“

Alte, mitunter vergessene Apfelsorten auf der einen Seite, an den gesellschaftlichen Rand gedrängte, eben genauso „vergessene“ Menschen auf der anderen. Seit mehr als zehn Jahren bringt das gemeinnützige Projekt „Das Geld hängt an den Bäumen“ beides zusammen. Zum gegenseitigen Nutzen. Das Ergebnis sind leckere Säfte und Schorlen und Beschäftigung auf dem ersten Arbeitsmarkt.

Von RICO STEHFEST

Jan Schierhorn war es, der irgendwann feststellen musste, dass er privat so viele Äpfel ernten kann, wie er selbst nicht zu verarbeiten in der Lage ist. Das brachte ihn zum Grübeln. Seine Äpfel sind mit Sicherheit nicht die einzigen, deren Potenzial sich heben ließe. 2010 gründete er schließlich eine gGmbH, über die er Menschen beschäftigt, die es auf dem ersten Arbeitsmarkt schwer haben. Seien die Hintergründe körperliche oder geistige Einschränkungen, Langzeiterkrankungen oder -arbeitslosigkeit. Integration statt Inklusion. Heute beschäftigt das Unternehmen mehr als 20 Mitarbeiter. Sozialversicherungspflichtig, versteht sich. Bereits 2015 gab es dafür den Hidden Movers

Award der Deloitte-Stiftung. Daran hingen immerhin satte 25 000 Euro Preisgeld.

Mehrere Streuobstwiesen und private Gärten liefern vor allem Äpfel und Birnen, darunter viele alte Sorten, die in einer Slow-Food-Mosterei zu ungewöhnlich geschmacksintensiven Säften und Schorlen verarbeitet werden. Zusätze: null. Alles sozial, regional und nachhaltig. Nachhaltig nämlich auch nicht zuletzt deswegen, weil die Mitarbeiter auch beständig neue Bäume pflanzen und so zum Erhalt der Sorten beitragen. Auf den von ihnen bewirtschafteten Streuobstwiesen sorgen sie auch für jede Menge Wildblumen zwischen den Bäumen. So wird ein komplexer Lebensraum erhalten. Einer der Mitarbeiter hat sich mittlerweile auch zum Imker ausbilden lassen. Deshalb gibt es neben vielen Flaschen im Online-Shop auch Honig zu kaufen.

Gartenbau-Sparte als weiterer Geschäftsbereich

So führt im Prinzip organisch eins zum anderen. Schnell hat sich beispielsweise gezeigt, dass es auch vor allem von Privatpersonen die Nachfrage nach einem Angebot für Rasenmähen oder für das Verschneiden von

Hecken gibt. Klar, dass daraufhin die Ärmel hochgekrepelt wurden. Die daraus entstandene Gartenbau-Sparte bietet so außerhalb der Erntezeit vielen Mitarbeitern nicht nur sinnvolle Beschäftigung, sondern auch ein regelmäßiges Einkommen. Nancy Menk, Geschäftsführerin des Unternehmens, nennt es „wert- und würdevolle Arbeit für viele Menschen“.

Breite Vermarktung

Auch die Vermarktung der Produkte erfolgt ziemlich rege. Bestellungen über den Online-Shop werden in Hamburg direkt bis an die Haustür geliefert. Die Säfte und Schorlen gibt es aber natürlich auch in ausgesuchten Läden, Cafés oder Hotels. Ein ausgedientes Feuerwehr-Auto ist zum Saftmobil umgebaut worden, das man für Events anmieten kann. Es steht aber auch regelmäßig auf Märkten. Wann und wo, lässt sich über Facebook erfahren. Und einige der Mitarbeiter sind sogar namentlich und mit Foto auf den Labels der Flaschen zu finden. Personalisierung im Marketing ist hier ganz klares Branding, das man besser kaum machen kann. ■

► www.dasgeldhaengtandenbaeumen.de

Noma ist keine Gottesstrafe – Gegen Noma Parmed e.V. baut auf Unterstützung konfessioneller Leser

Fester Bestandteil im Fundraising: Die Publikationen der KONPRESS-Medien eG

Yenhambri T. war fünf Jahre alt, als der in der Region Sahel aufgewachsene Junge an Noma erkrankte. Die zumeist arme Bevölkerung lebt dort überwiegend von der kargen Landwirtschaft und daher gibt es häufig zu wenig zu essen. Viele Kinder sind unterernährt und leiden an einem geschwächten Immunsystem. Ohne eine rasche Behandlung sterben neun von zehn Kleinkindern an Noma.

Der Verein „Gegen Noma-Parmed“ kämpft gegen die Verbreitung dieser bakteriellen nekrotisierenden Erkrankung des Mundes und des Gesichts, bei der die Haut und Muskeln faulen können. Jedes Jahr sterben dadurch über 140 000 Kinder weltweit. In der öffentlichen Wahrnehmung findet Noma jedoch kaum Beachtung. Dabei hat der UN-Menschenrechts-Rat diese Krankheit bereits 2012 als eine Verletzung des Menschenrechts auf Nahrung deklariert.

Die Vereinigung ist eine unabhängige Hilfsorganisation und engagiert sich bereits seit zehn Jahren in der Sahel-Region von Burkina Faso. Die Mitglieder leisten dort wichtige Präventionsarbeiten und setzen sich für eine umfassende medizinische Versorgung ein. Dank umfangreicher Sensibilisierungskampagnen konnte die Krank-



Der Junge Yenhambri erkrankte mit fünf Jahren an Noma und erlitt schwere Verstümmelungen. *Foto: Marius Brüggem*

heit bei Yenhambri rechtzeitig erkannt und er im Krankenhaus versorgt werden. Ein paar Tage später durften der fünfjährige und seine Eltern bereits in ihr Dorf zurückkehren: Sein Allgemeinzustand hat sich zufriedenstellend entwickelt. Was aber blieb, waren

die Noma-Folgeschäden: Bei Yenhambri hat die Bakterienerkrankung unansehnliche Narben hinterlassen.

Die Überlebenden leiden häufig unter schweren Gesichtsverstümmelungen, Schwierigkeiten beim Sprechen und Essen und einem sozialen Stigma. Sie werden aus der Gesellschaft ausgeschlossen, von ihren Familien verstoßen und brechen die Schule ab. In Afrika fehlt das Wissen über Noma, sowohl bei den Einwohnern als auch beim medizinischen Personal.

Viele glauben, dass Noma eine Gottesstrafe ist und verstecken ihre erkrankten Kinder. Wenn die Symptome frühzeitig erkannt werden, kann Noma durch einfache Hygiene gestoppt werden: Dazu zählt die Verabreichung von Antibiotika, aber auch Hände waschen und eine gesunde Zahn-Mund-Hygiene.

Im Kampf gegen die tödliche Krankheit ist die Hilfsorganisation auf Spenden angewiesen. Und hier spielt die KONPRESS-Medien eG eine gewichtige Rolle: Flankiert von redaktionellen Beiträgen setzen wir für die Neuspendergewinnung gezielt auf Anzeigenschaltungen in den Titeln der KONPRESS als einen festen Bestandteil unserer Marketing- und Fundraisingaktivitäten.

So erreichen Sie wertorientierte Spender!

Als Service-Agentur für 40 Titel der evangelischen und katholischen Publizistik bietet die KONPRESS-Medien eG maßgeschneiderte Beratung und Vermittlung von Anzeigen und Beilagen an. Wöchentlich erzielen diese Publikationen eine Reichweite von rund 1,32 Millionen Leserkontakte in Deutschland. 85 Prozent der KONPRESS-Titel werden im Abonnement bezogen. Der USP der wertorientierten Leser liegt in einer überdurchschnittlich hohen Spendenbereitschaft. Weitere Details zu der interessanten Zielgruppe finden Sie in der Leserstudie unter: <https://konpress.de/studien/konpress-va>



Sprechen Sie Andreas Bauer an. Er ist Marketingleiter der KONPRESS-Medien eG und verfügt über 25 Jahre Vertriebs-

und Marketing-Know-how in der Verlagsbranche.

Telefon: 0 69/2 56 29 66-13

E-Mail: andreas.bauer@konpress.de

konpress
Konfessionelle Medien



**Adieu Spende!
Hello, Social
Investment!**

Claudia Gersdorf hat schon für viele Non-Profit-Organisationen gearbeitet. Bei NGOs sieht die Pressesprecherin von Viva con Agua und frischgebackene Gründerin der Unternehmensberatung „Polar BEAR Positive Relations GmbH“ noch viel Reformbedarf – besonders in der Kommunikation.

? Als Kommunikations-Profi kann man überall arbeiten. Warum haben Sie sich für NGOs entschieden?

Das fing schon mit elf Jahren an. Ich wollte eine Körperbehindertenschule retten, auf die ich viele Jahre gegangen bin und die mich gut für das Leben geschult hat. Die Pädagoginnen und Pädagogen dort machten mir nämlich klar: Egal, welche Behinderung ich habe, ich kann mir viel antrainieren und die Spastik, die ich habe, bekämpfen. Dieses Kämpferische habe ich dann auch gleich bei meinem ersten Job bei Ärzte ohne Grenzen angewandt.

? Wie kam das?

Nach meinem Studium fuhr ich direkt nach Berlin und ging ins Büro von Ärzte ohne Grenzen und fragte dort: „Warum ladet ihr mich nicht mal ein, ich habe mich doch schon dreimal bei euch beworben? Ich weiß, dass ich das kann.“ Dieses Auftreten hat mir im Leben immer wieder Türen geöffnet. Auf dem Papier wären mir manche Dinge durch meine Körperbehinderung sicher verschlossen gewesen. Ärzte ohne Grenzen wurde mein erster Arbeitgeber. Mit zwölf Jahren habe ich sogar gesagt: Ich werde UNO-Generalsekretärin. Das habe ich in meinem Studium der Politikwissenschaft aber verworfen, denn da habe ich gelernt, was die UNO eigentlich macht.

? Und wie kamen Sie zum Thema Kommunikation?

Das kam während meiner Tätigkeit für Oxfam. Da habe ich berufsbegleitend Kommunikationsmanagement studiert. In den

ersten beiden Berufsstationen ist mir auch klar geworden, dass ich als Pressesprecherin und Kommunikationsexpertin einen positiven Wandel bei NGOs erreichen will. Ich möchte neben dem Fundraising, das jede größere Organisation in der Kommunikation mit drin hat, auch eine Mindset-Änderung herbeiführen. Wir müssen bei den Menschen ein Umdenken bewirken. Hin zu mehr Hilfe zur Selbsthilfe und Respekt und Vertrauen in die Power der Menschen in den Ländern des globalen Südens.

? Das ist sehr ambitioniert.

Das hat sicher etwas mit meiner Körperbehinderung zu tun, die ich seit meiner Geburt habe. Ich bin immer erzogen worden, dass ich aus meinem Makel viele Vorteile ziehen kann. Denn die Energie, die in mich investiert wird, ist auch eine positive Energie für die Menschenrechte, für die ich mich engagiere. Unmögliches gibt es da nicht.

? Sozusagen ein Stück Extra-Mut. Keine Zweifel am Kurs?

Natürlich auch. Ich hinterfrage mich ständig: Schaffst du das? Du zitterst aufgrund der Spastik und des Tremors. Das ist als Pressesprecherin natürlich nicht optimal. Aber Benny Adrion von Viva con Agua war der Erste, der zu mir sagte: „Mensch, natürlich wirst du Pressesprecherin. Deine Behinderung interessiert mich nicht.“ Aber ich glaube, er hat auch gesehen, dass ich durch diesen Makel stärker bin als andere.

? Sollte man den Makel bei Menschen mit Behinderung dann einfach ignorieren?

Nein, das ist gar nicht notwendig. Raul Krauthausen von den Sozialhelden hat mal gesagt: „Nothing about us without us!“ Also „Nicht über uns ohne uns!“ Diese Maxime der Selbstbestimmung nutze ich auch bei meiner Arbeit. Ich bin die Expertin für Inklusion, weil ich sie täglich erlebe. Ich möchte also einfach nur gefragt werden. Man kann das ansprechen, und das wird auch von Menschen mit Behinderung positiv wahrgenommen. Interessanterweise ist diese Wahrnehmung auch wichtig in der Entwicklungszusammenarbeit.

? Inwiefern?

Wenn ich in Uganda, Kenia oder Äthiopien an Wasserprojekten arbeite, habe ich es mit Expertinnen und Experten vor Ort zu tun. Menschen, die dort leben und sich auskennen. Wir fundraisen dann Mittel für Wasserversorgung, sanitäre Anlagen oder Bildung. Aber den Menschen dort möchte ich sagen: „Es ist eine Investition in eure Struktur, in Perspektiven, sogar in Start-ups. Macht was draus!“ Es geht nicht um eine Spende. Das ist sehr altbacken und hat für mich immer diesen alten Touch von Almosen.

? Achtung, Vorurteil: Sind die Menschen dort schon so weit?

Auf jeden Fall. Es gibt eine wahnsinnig starke Start-up-Kultur in Entwicklungsländern. Es geht hier auch um Vertrauen. Wenn meine Familie nicht das Vertrauen in mich gehabt und die Meinung der Ärzte ignoriert hätte, ich könne niemals selbstständig lebensfähig sein, wäre ich heute nicht dort, wo ich bin. Die Menschen dort machen Dinge anders als wir in Europa oder Amerika. Diese Geber-Nehmer-Kultur, die wir Weißnasen da etabliert haben, ist weit überholt. Ich empfinde es sogar als Anmaßung. Einige Expertinnen und Experten sprechen auch von einer postkolonialen Denkweise. Es geht hier nur um Kontrolle. Das ist falsch.

? Wie sehen Sie die Zukunft des Spendens?

Mit meiner gerade gegründeten Corporate-Responsibility-Unternehmensberatung „Polar BEAR“ möchte ich bei den Spenderinnen und Spendern ein Umdenken bewirken. Gebt uns keine Spende, sondern Social Investments! Und das „social“ würde ich nur am Anfang drinlassen. Lasst uns diesen Spendenbegriff transformieren in ein neuheitliches System, denn ein Investment ist ein Vertrauensvorschuss! Da gehe ich als Geberin oder Geber ins Risiko für eine Idee, die ich fördern will. Damit verliere ich nicht mal die Berichtspflicht, also die Kontrolle, aber ich komme auf eine Augenhöhe mit den Nehmerinnen und Nehmern, indem ich sie und ihre Kompetenzen akzeptiere. Interessant ist hier auch eine Win-Win-Situation. ▶

Denn sobald ich als Investor einer Idee Geld gebe, lerne ich als Investor auch viel Neues, bringe das Projekt und damit die Gesellschaft voran.

? Der Begriff der Spende hat aber eine lange Tradition. Investments verbindet man eher mit Aktien. Erwischen wir mit dieser Idee des Investments wirklich die Hauptspendenzielgruppe oder eher die jüngere Generation?

Das Spendenalter liegt im Schnitt bei über 60 Jahren. Bei Viva con Agua sind die Unterstützerinnen und Unterstützer 25,5 Jahre jung. Deshalb haben wir auch weniger Spenden als SOS Kinderdorf, der größte Spendenempfänger Deutschlands. Da ist auch eine viel größere Spenden-Tradition am Start. Aber wir müssen das angehen, und ich weiß, dass mir viele Spendenorganisationen jetzt am liebsten den Strom abdrehen würden. Denn sie wissen, dass so eine Transformation auch einen Spendeneinbruch nach sich zieht.

Es gibt Analysen und Studien, von der Welthungerhilfe in Auftrag gegeben, die zeigen, dass ein positiv gestaltetes Plakat, also mit einem gut gekleideten Kind vor einer vollen Schüssel Reis und das dazu lächelt, dass dies die Spenderinnen und Spender nicht animiert zu spenden. Während ein afrikanisches Kind, das hungrig im Dreck sitzt, mit einer leeren Schüssel, und darunter steht „Es reicht“, zu einem Spendenboom und der erfolgreichsten Kampagne der Welthungerhilfe führt. Dieses Mindset ist antrainiert. Es suggeriert, dass arme Menschen auf uns angewiesen sind. Beim Thema Investment hat man andere Bilder im Kopf. Aber ich glaube, dass auch Spenderinnen und Spender im Alter von über 60 Jahren erkennen können, dass ein Social Investment das nächste Level der positiven Veränderung weltweit bedeutet.

? Wir erleben ja bereits eine Spendenmüdigkeit in den Zielgruppen unterhalb von 50 Jahren. Ist die Transformation von der Spende zum Social Investment sogar Neuspendergewinnung?

Absolut richtig. Die Spende ist nicht nachhaltig. Sie generiert Abhängigkeit, und das wissen die Jüngeren auch, denn sie sind da-

mit aufgewachsen. Das Bild der Reissäcke abwerfenden Hubschauber geht quer durch viele Generationen. Wenn wir den NGOs verklickern: Ihr habt die Wahl, so weiterzumachen und eure Spender zu verlieren oder ihr definiert das neu und modern als Social Business, dann kann sich etwas verändern. Unternehmen stellen sich um auf Nachhaltigkeit. Spenden sind nicht nachhaltig. Die NGOs müssen jetzt nachlegen und sich moderner aufstellen. Es gibt schon viele Beispiele: hydrophil, die Tomorrow Bank, auch das Viva-con-Agua-Mineralwasser.

? Haben die NGOs also nur gedacht, sie sind nachhaltig, aber eigentlich waren sie es gar nicht?

Wir kreieren täglich Abhängigkeiten von spendenempfangenden Menschen. Fundraising hat mir echt Spaß gemacht, aber es läuft in die völlig falsche Richtung. Besonders, wenn noch Ministerien mit Geldern ins Spiel kommen, die den Menschen in den Entwicklungsländern mit ihrem Geld vorschreiben, wie sie das einzusetzen haben. Das heißt, wie eine Toilette in Kenia aussieht, steuert ein Amt in Deutschland. Das ist doch nicht normal! Auch ich habe bei Oxfam solche Anträge ausgefüllt. Da geht es um viel Geld, aber das müssen wir neu denken. Die Spende ist eine aussterbende Spezies, die uns ausbremst, weil sie sterben muss, aber für viele NGOs überlebensnotwendig ist.

? Ist es also ein Scheitern, dass wir immer wieder versuchen, in anderen Ländern Standards des Nordens zu setzen?

Das ist eine westliche Überheblichkeit, die das alte System des Kolonialismus aufrechtzuerhalten scheint, im neuen Gewand. Wir versuchen da Länder zu steuern. Das funktioniert nicht. Wenn man sich Länder wie Haiti als Auto vorstellt, dann sitzen die Haitianer dort auf der Rückbank und die Geldgeber steuern das Auto. Dabei sind die Menschen dort die Expertinnen und Experten vor Ort. Sie arbeiten anders, leben anders. Das ist nicht schlecht. Und allen, die jetzt fragen „Kommt denn meine Spende auch an?“, sei gesagt: Wir sind Mittäter, wenn die Spende nicht gut ankommt. Wir sind kulturell viel zu

weit weg, um zu entscheiden, wie die Toilette auszusehen hat. Das ist unser Fehler. Wir brauchen die Kompetenz vor Ort. Es geht um Zusammenarbeit auf Augenhöhe!

? Sie stört auch die Betroffenheitskommunikation der meisten Spendenaufrufe. Braucht es keine Tränendüse für die emotionale Ansprache?

Die Sache ist doch, dass immer der Mangel der Call to Action ist und nicht die Aufforderung, dass durch die Gabe etwas entsteht. Das funktioniert psychologisch nicht. Keiner gibt einem was, wenn es dem scheinbar besser geht. Hier geht es schlicht um Neid. Drama wirkt da viel besser, weil ja das Happy End kommen muss. Der Schlüssel liegt in der jüngeren Generation, die das jetzt neu lernt und die die Brücken zur älteren Spendengeneration schlagen kann. Wir NGOs müssen um Hilfe bitten. Das ist ein Paradigmenwechsel. Als NGO müssen wir demütig sein und Expertinnen und Experten aus allen Bevölkerungsgruppen einbeziehen, um dann sagen zu können, dass dies gemeinsam entwickelt wurde. Dazu gehören die Spenderinnen und Spender genauso wie die Menschen, denen die Investments dann zugutekommen. Es geht nicht um Konkurrenz. Es geht um Bündnisse und Kooperation. Wir müssen anschlussfähiger werden. Der Planet steht schon vor dem Kollaps. Wer jetzt noch glaubt, er darf sein Wissen nicht teilen, und in Abgrenzung denkt, der hat schon verloren.

? Wir sind also nicht die Alles-Wisser?

Genau. Bei Viva con Agua haben wir gesehen, dass man Risiken eingehen muss. Natürlich kann man auch beim alten Mindset bleiben. Aber wie lange geht das noch? Der Mensch ist ein Gewohnheitstier, aber er trainiert auch und entwickelt sich weiter. Besonders, wenn er Teil einer neuen Investorenkultur wird. Die Menschen lieben nämlich auch neue Geschichten und Teil einer neuen, modernen Bewegung zu sein. Ich glaube, wir haben jetzt die Chance, wirklich etwas zu ändern. Gemeinsam! ■

Das Interview führte Matthias Daberstiel.

Kommt gut an: TeleDIALOG macht kleine Ideen groß.



Fotos: AdobeStock@aueregraphius, AdobeStock@reimax16, AdobeStock@odominitsky

Kleine NGOs werden groß – unsere Ideen wachsen mit.

Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit fast 25 Jahren für wertvolle Kontakte zu Förderern*innen und Spendern*innen. Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die gut ankommt! Gerne gehen wir auch mit Ihnen die ersten Schritte.

Ganz schön retro



Wenn Sie auf der Suche nach einer neuen Idee für Ihr Arbeitszimmer sind, schauen Sie doch mal bei der Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg vorbei. Dort können sich die Gäste jetzt auf Zeitreise begeben und in die 1970er Jahre eintauchen – in ein vollständig eingerichtetes Quelle-Fertighaus. Das war aus Platten zusammengesteckt und Familien konnten es damals direkt im Katalog bestellen. Das Museum zeigt mit seinem Projekt „Königsberger Straße“ noch weitere Relikte aus der Nachkriegszeit.

► www.kiekeberg-museum.de

Vorbildwirkung

Österreichs Stifter des Jahres

Der Verband für gemeinnütziges Stiften hat zum Europäischen Stiftungstag am 1. Oktober Österreichs Stifter des Jahres gekürt. Die Auszeichnung geht an das Trio Monika Kircher, Ina Lerchbaumer und Adolf Rausch von der Kärntner Kulturstiftung (KKS), die für ihre außerordentlichen Dienste im Philanthropie-Sektor geehrt wurden. Die drei Stiftungsvorstände haben die KKS im Jahr 2019 zusammen gegründet und arbeiten alle ehrenamtlich. Die Stiftung fördert künstlerische Ideen, unterstützt aber auch Kulturschaffende direkt. Damit soll Kunst als wichtiger Teil der Gesellschaft hervorgehoben und Kärnten als Kulturregion gezeigt werden. Der Verband für gemeinnütziges Stiften begründete seine Wahl u.a. damit, dass die Kärntner Kulturstiftung mit ihrer Arbeit ganz entscheidend dazu beitrage, das Wirken von gemeinnützigen Stiftungen in den Mittelpunkt zu rücken und dass sie damit eine Vorbildwirkung für den gesamten Sektor habe.

► www.kulturstiftung.at

MEINE MEINUNG

„Geht es um Klimaschutz, kommen wir mit Lobbyarbeit nicht weiter“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE



Tierschutz? Na klar! Aber dafür aufs XXL-Schnitzel und das tägliche Wurstbrot verzichten? Das geht vielen Deutschen

dann doch zu weit. Und natürlich betreibt die Fleischindustrie kräftig PR. So äußerte Steffen Reiter, Sprecher der Initiative Fokus Fleisch, folgenden Satz: „Die Forderungen der Böll-Stiftung sind nicht zielführend, sondern sogar kontraproduktiv.“ Was war passiert? Seine Reaktion erfolgte auf den aktuellen „Fleischatlas“ der Heinrich-Böll-Stiftung, in dem diese fordert, die Fleischproduktion in Deutschland deutlich zu reduzieren, da das zum Klimaschutz beitrage. Dieser Fakt ist bekanntlich nichts Neues – und doch widerspricht ihm die Fleischwirtschaft ausdrücklich. Stattdessen werde die Produktion dann in Länder außerhalb der EU verlegt, wodurch noch mehr Treibhausgase freigesetzt würden. Ich frage mich ernsthaft, wer diesen Unfug für bare Münze nimmt. Fakt ist: Es geht nicht um andere Produktionsstätten, sondern um die konsequente Umstellung unserer Ernährung. Würde weniger Fleisch konsumiert, gäbe es nur Gewinner: die Tiere, das Klima und nicht zuletzt unsere Gesundheit. Einzig die Fleischindustrie stünde dann natürlich auf der Verliererseite. Geht es aber um Tier- und Klimaschutz, kommen wir mit Lobbyarbeit einzelner Industriezweige nicht weiter. Sorry, Herr Reiter, aber ich hoffe sehr, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher Ihre Milchmädchen-Rechnung längst durchschaut haben.

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

Kurzgefasst ...

Neue Stiftung gegen Einsamkeit

Einsamkeit gilt in unserer Gesellschaft als eines der größten Gesundheitsrisiken, noch vor Alkoholkonsum, Rauchen und Übergewicht. Um Menschen im Rentenalter zu helfen, die nicht mehr so mobil sind, hat sich jetzt die Home Instead Stiftung gegründet. Sie will Projekte initiieren und unterstützen, die Senioren aus ihrer Einsamkeit herausholen wollen.

► www.homeinstead-stiftung.de

Unterstützung für geflüchtete Forscher

Bis zu 2,9 Millionen Euro Sonderförderung stellt die Volkswagen-Stiftung für Forschende aus Afghanistan bereit, die aus ihrem Land fliehen mussten. Mit dem Geld sollen sie ihre Arbeit in Deutschland fortsetzen können. Außerdem kann die Academy in Exile mit Mitteln der Volkswagen-Stiftung zehn Stipendien mit einer Laufzeit von zwei Jahren ausschreiben.

► www.volkswagenstiftung.de ► www.academy-in-exile.eu

Neue Liga im Handicap-Fußball

Die DFB-Stiftung Sepp Herberger und der gemeinnützige Verein „Anpfliff ins Leben“ haben eine Amputierten-Fußball-Bundesliga gegründet. Der Spielbetrieb ist im Herbst 2021 gestartet, es kämpfen drei Mannschaften um die Meisterschaft. Gespielt wird dabei mit Krücken statt mit Beinprothesen. Die Spiele sind Teil des Projekts „Fußball-Inklusionstage“ der DFB-Stiftung.

► www.amputierten-fussball.de ► www.sepp-herberger.de

Neuer Name, gleiches Ziel

Die Clevn-Stiftung wechselt ihren Namen. Das kündigte Gründer Hans-Dieter Clevn im September an. Ab 2022 wird die Stiftung deshalb fit4future foundation Germany heißen, um sie stärker als unabhängige Plattform zu etablieren. Die Stiftung unterstützt in Deutschland und der Schweiz Projekte zur ganzheitlichen Gesundheit von Kindern.

► www.fit-4-future.de ► www.clevn-stiftung.com

Caritas-Sozialpreis für Schulprojekt

Der Sieger des Sozialpreises der Caritas-Stiftung im Bistum Dresden-Meißen ist erstmals eine nichtkirchliche Einrichtung. Schüler der 64. Oberschule „Hans Grundig“ in Dresden hatten für das Projekt „Briefe gegen die Einsamkeit“ alten Menschen während der Corona-Krise einen Brief geschrieben und Basteleien angefertigt, die sie zu Ostern 2021 übergeben haben.

► www.caritas-dicvdresden.de

Läuft bei denen

„Report Bürgerstiftungen 2021“ zeigt Zahlen zur finanziellen Entwicklung

Trotz Corona-Pandemie und Niedrigzinsen wachsen die 420 Bürgerstiftungen in Deutschland weiter. Ihr Stiftungskapital liegt erstmals bei mehr als einer halben Milliarde Euro. Und auch die Spendeneinnahmen und Projektfördermittel sind weiter gestiegen. Das zeigt der „Report Bürgerstiftungen. Fakten und Trends 2021“ der Stiftung Aktive Bürgerschaft für die Jahre 2019 und 2020. In Zahlen ausgedrückt heißt das, dass die Bürgerstiftungen seit ihren Anfängen in Deutschland vor 25 Jahren insgesamt 173 Millionen Euro Spenden eingeworben haben. Gemeinnützige Projekte wurden mit rund 210 Millionen Euro unterstützt. Die drei Spitzenplätze bei Kapitalwachstum, Spendeneinnahmen und Projektfördersummen nehmen die Bürgerstiftung Hannover, die Bürgerstiftung Düsseldorf und die Bürgerstiftung Hamburg ein. Seit 2006 erhebt die Stiftung Aktive Bürgerschaft mit dem Report die wichtigsten Indikatoren der finanziellen Entwicklung der Bürgerstiftungen.

► www.aktive-buergerschaft.de



STARK ENGAGIERT

DIGITALDRUCK · LETTERSHOP · SEMINARE

Alexandra Sievert-Heidemann
0521-557359-19

SIEVERTDRUCK&SERVICE
Potsdamer Straße 220
D-33719 Bielefeld
www.druck-u-service.de



Die Zukunft ist jetzt

Wie sich Stiftungen weiterentwickeln können

Die Initiative *#VertrauenMachtWirkung* hat zusammen mit verschiedenen Stiftungen neun Thesen entwickelt. Sie sollen ein Kompass aus der Praxis für die Praxis sein, wie Stiftungen fit für die Zukunft werden. Worauf kommt es dabei an?

Von ANNE MARIE JACOB

Wie können Stiftungen mit partizipativen Ansätzen strukturelle Ausgrenzung reduzieren? Wie dem ungleichen Machtverhältnis zwischen fördernder und geförderter Organisation entgegentreten? Wie Diversität und Geschlechtergerechtigkeit fördern? Wie ein vertrauensvolles Verhältnis zu Förderpartnerinnen und -partnern aufbauen? Das sind nur einige der vielen Fragen, mit denen sich Stiftungen heute auseinandersetzen müssen, um zukunftsfähig zu bleiben. Als



Die neun Thesen der Initiative *#VertrauenMachtWirkung*

1. Stiftungen der Zukunft haben diversere und partizipativere Stiftungsstrukturen.
2. Stiftungen der Zukunft hören zu.
3. Stiftungen der Zukunft teilen ihre Macht.
4. Stiftungen der Zukunft sind transparent.
5. Stiftungen der Zukunft wirken gemeinsam in Partnerschaften und Netzwerken.
6. Stiftungen der Zukunft fördern innovativ.
7. Stiftungen der Zukunft leben eine moderne Fehlerkultur.
8. Stiftungen der Zukunft fördern mit Weitblick.
9. Stiftungen der Zukunft geben mehr als nur Geld.

eine Initiative von Stiftungen für Stiftungen begleitet *#VertrauenMachtWirkung* Stiftungen dabei, sich im Kontext der aktuellen gesellschaftlichen Debatten und Herausforderungen mit- und weiterzuentwickeln. 2019 ins Leben gerufen, zählt die Initiative heute über 30 mitstreitende Stiftungen.

Erste Reflexionsprozesse sind angestoßen

Als Grundlage für die selbstkritische Auseinandersetzung und Weiterentwicklung der eigenen Stiftungsarbeit dienen neun Thesen, die im gemeinsamen Austausch mit Stiftungen zusammengetragen wurden. Jede der Thesen erklärt die Initiative in ihrem Diskussionspapier anhand von Beispielen aus der Praxis.

Als Community of Practice schafft *#VertrauenMachtWirkung* Räume für den gemeinsamen Austausch und das Teilen von

Erfahrungen aus der Stiftungspraxis, um sich gemeinsam – und jede Stiftung für sich – den Themen der Thesen zu nähern und Handlungsimpulse zu schaffen. Bei einem Blick in die zwei Handreichungen *#PartizipationMachtWirkung* und *#DiversitätMachtWirkung* der Initiative wird deutlich, dass viele Stiftungen ihre Arbeit bereits kritisch reflektieren, Prozesse angestoßen oder Ansätze gefunden haben, den Themen der neun Thesen praxisorientiert zu begegnen. Einige Organisationen haben partizipative Strukturen geschaffen, wie Jugend- oder Mädchenbeiräte, die über die Vergabe von Projektförderungen der Stiftungen entscheiden. Für andere Stiftungen war es wichtig, auf die Pandemie mit Flexibilität und Sonderförderungen zu reagieren. Außerdem gibt es immer mehr Stiftungen, die das Thema Diversität innerhalb der Organisation vorantreiben, indem sie zum Beispiel ihr Stiftungsleitbild anpassen,

Rekrutierungsprozesse überdenken oder Arbeitsgruppen zur Förderung einer vielfaltssensiblen Sprache einrichten. Und dann gibt es Stiftungen, die ihre Förderpartnerinnen und Förderpartner mit mehr als nur Geld unterstützen, indem sie zum Beispiel Weiterbildungen anbieten, Expertinnen und Experten vermitteln oder Zugänge zu ihren Netzwerken eröffnen.

Austausch mit Förderpartnern auf Augenhöhe

Im Wesentlichen kommt es für die Stiftung der Zukunft also darauf an, die eigene Rolle und gesellschaftliche Verantwortung stets zu reflektieren und zu prüfen, mit welchen Ansätzen sie ihr am besten gerecht werden kann. Dies geht vor allem durch den ehrlichen und regelmäßigen Austausch auf Augenhöhe mit ihren Förderpartnerinnen und -partnern und Zielgruppen sowie im

Rahmen von stiftungs- und sektorübergreifenden Netzwerken. Darüber hinaus zeichnet die Stiftung der Zukunft eine Lernbereitschaft aus, die es zulässt, neue Ansätze und Innovationen zu testen, aus Fehlern zu lernen und das auszuprobieren, was sich bei anderen Stiftungen bereits als erfolgreich erwiesen hat.

Die Handreichungen *#PartizipationMachtWirkung* und *#DiversitätMachtWirkung* sowie das Diskussionspapier gibt es auf vertrauen.macht.wirkung.de.

Wie geht es bei *#VMW* weiter? In den letzten Monaten hat sich die Initiative intensiv mit dem Thema Zuhören auseinandergesetzt und hierzu eine digitale Frühstücksreihe ins Leben gerufen. Ende des Jahres wird sie ihre dritte Handreichung *#ZuhörenMachtWirkung* veröffentlichen mit Einblicken in verschiedene Stiftungen, praktischen Hinweisen und Lesetipps. Wer die Stiftung der Zukunft mitgestalten und

sich aktiv in den Diskurs und die Weiterentwicklung des Sektors einbringen will, kann den Veranstaltungskalender auf der Website von *#VertrauenMachtWirkung* besuchen oder sich direkt bei der Initiative melden. ▣



Anne Marie Jacob ist Associate Consultant bei der CSR-Beratung Wider Sense und begleitet als Teil des Back-offices von *#VertrauenMachtWirkung* Debatten und Diskussionen

rund um die Stiftung der Zukunft. Bei Gender Equality Media e.V. engagiert sie sich als Leiterin für Medienscreeningprojekte für eine vielfältige und respektvolle Darstellung aller Menschen in den deutschen Medien und gegen sexistische und rassistische Berichterstattung. Sie hat einen Hintergrund in Kultur-, Verwaltungs- und Rechtswissenschaften.

► www.widersense.org

► www.vertrauen-macht-wirkung.de



Wir lieben Ihren Erfolg.
Deshalb machen wir
einfach gute Mailings.



Überzeugende
Beispiele

Fundraising Profile GmbH & Co. KG · Tel. 0221.484908-10
welcome@fundraising-profile.de · www.fundraising-profile.de

fundraising
profile



Mein Zuhause tut Gutes

Stiftungen und Immobilienrenten

Bei ihrer Altersvorsorge setzen viele Menschen auf Immobilien. Ein eigenes Heim spart zwar die Miete, verursacht aber auch Arbeit und Kosten. Wer sich dann für eine Immobilienrente entscheidet, kann Haus oder Eigentumswohnung in bare Münze umwandeln. Dieses Modell bieten auch einige Stiftungen an. So kann die Immobilie sogar zum Mittel für den guten Zweck werden.

Von UTE NITZSCHE

Das Prinzip ist nicht neu. Schon Mitte des 19. Jahrhunderts zahlte die American Bible Society Zustiftern eine lebenslange Rente, wenn sie ihr im Gegenzug ihren Besitz vermachten. Was in anderen Ländern schon lange bekannt ist, gewinnt in den letzten Jahren auch hierzulande deutlich an Popularität. Dabei gilt: Entscheidend ist ein seriöser Anbieter. Wer dabei mit den eigenen vier Wänden zusätzlich Sinn stiften will,

für den ist die sogenannte Zustifterrente der Stiftung Liebenau eine gute Option. Die kirchliche Stiftung, die 1870 gegründet wurde, war 2005 die erste Stiftung in Deutschland, die institutionell eine solche Immobilienrente angeboten hat.

Drei Jahre vorher bat eine ältere Dame in finanzieller Not die Stiftung um Hilfe. Man entwickelte eine individuelle Strategie, und aus dem Einzelfall wurde schließlich die Zustifterrente. Dabei erwirbt die Stiftung das Haus oder die Eigentumswohnung im Wert von mindestens 200 000 Euro von Alleinstehenden oder Paaren ab 65 Jahren. Im Gegenzug wird ihnen ein lebenslanges Wohnrecht im Grundbuch gesichert, und sie erhalten eine monatliche Zahlung, entweder zeitlich befristet oder lebenslang. Der Vertrag wird notariell beurkundet.

Inzwischen hat die Stiftung über 120 Verträge abgeschlossen, individuell abgestimmt auf die persönlichen Bedürfnisse und Lebensumstände des Verkäufers oder

der Verkäuferin. Voraussetzung ist von vornherein, dass die Immobilie nicht vererbt werden soll, wie Christoph Sedlmeier, Leiter der Abteilung Zustifterrente und Konzeptentwicklung, betont. Die Stiftung legt größten Wert auf ausführliche Beratung; erst nach reiflicher Überlegung kommt es zum Vertragsabschluss. Dieser Prozess dauert in der Regel zwischen sechs und zwölf Monaten, die längste Zeitspanne betrug fünf Jahre. „Ich kenne alle Leute und alle Häuser“, so Christoph Sedlmeier.

Innovativer Ansatz begeistert

Für die Stiftung Liebenau ist die Zustifterrente sowohl Vermögensverwaltung als auch Fundraisinginstrument. Die Zustiftern seien zwar natürlich an der Rente interessiert, aber im Vordergrund stehe nicht selten der philanthropische Gedanke, auch die innovative Idee gefalle vielen. „Wir gewinnen durch die Zustifterrente Fürsprecher der

Stiftung. Für uns ist sie auch ein möglicher Zugang zum Erbschaftsfundraising“, erklärt Christoph Sedlmeier.

Auch die Caritas-Stiftung Stuttgart bietet mit der Hausstifterrente ein ähnliches Modell an. Dabei stellt ein unabhängiger Gutachter den Wert der Immobilie fest. Wer sich für den Verkauf an die Caritas entscheidet, bekommt ein Wohnrecht bis ans Lebensende, das im Grundbuch verankert ist, sowie eine monatliche Ratenzahlung nach Wunschdauer inklusive Übernahme der Instandhaltungskosten. Diese Konstellation kommt laut Heinz Wolf, Vorstand der Caritas-Stiftung Stuttgart, am häufigsten vor. Möglich sei aber auch eine Einmalzahlung. Gelegentlich gebe es auch Schenkungen mit persönlichem Nießbrauchrecht. Der ehemalige Eigentümer erhält dafür eine Spendenbescheinigung, deren Höhe vom Wert der Immobilie abhängig ist. Abgezogen werden die Kosten

des lebenslangen Wohnrechts. Zieht die Person oder das Paar aus, beispielsweise in ein Pflegeheim, oder stirbt, nutzt die Caritas die Immobilie gemäß ihrem sozialen Auftrag. „In konkreten Fällen kamen so Familien mit Kindern aus ihrem prekären Wohnraum heraus und hin zu tragbaren Wohnverhältnissen“, berichtet Heinz Wolf. „Die Vermietung erfolgt ausschließlich über den Caritasverband und dessen große Bedarfsliste für sozial benachteiligte Menschen in Stuttgart.“

Seriöse Partner wählen

Prof. Dr. Volker Thieler hat die Stiftung Immobilienrente gegründet und erhält regelmäßig Anfragen zu Immobilienverkäufen auf Rentenbasis. In Bezug auf die Modelle der beiden Stiftungen erklärt er: „Der Vorteil der beiden Anbieter ist, dass es sich um seriöse Unternehmen handelt, bei denen das

Insolvenzrisiko gering ist.“ Generell rät er eher zum Nießbrauchrecht, da die Immobilienverkäufer damit die Möglichkeit zur Vermietung haben. „Beim Wohnrecht besteht die Gefahr einer vorzeitigen Auflösung des Wohnrechts, wenn der Verkäufer in ein Heim kommt. Erträge aus seiner Immobilie bekommt er nicht.“ Die Angebote der beiden Stiftungen schätzt er diesbezüglich aber als sicher ein. Interessenten empfiehlt Volker Thieler in jedem Fall, sich auch eigene Notare und Gutachter zu nehmen.

So gilt auch hier wie so oft: Augen auf bei der Partnerwahl. Wer die eigenen vier Wände in gute Hände geben will, erhält mit den Angeboten der Stiftung Liebenau und der Caritas-Stiftung Stuttgart eine sinnvolle Alternative mit Mehrwert. ■

- ▶ www.stiftung-liebenau.de
- ▶ www.caritasstiftung-stuttgart.de
- ▶ www.stiftung-immobilienrente.de

Der Digitale **Deutsche Stiftungstag** findet vom **7.–11. Juni 2021** statt. Wir freuen uns darauf, Sie unter diesem Motto begrüßen zu dürfen:

Gemeinsam Zusammenhalt gestalten!

www.stiftungstag.org



Digitaler
Deutscher
Stiftungstag
7.–11. Juni



Next Generation

Die Heinrich-Dammann-Stiftung setzt bei ihrer Arbeit auf den Nachwuchs

Stiftungen sind konservativ, kaum flexibel und sowieso eher was für ältere Semester? Das sieht die Jugendcrew der Heinrich-Dammann-Stiftung ganz anders. Hier machen Jugendliche Stiftungsarbeit für andere Jugendliche – und das mit Erfolg.

Von UTE NITZSCHE

Dass die junge Generation selbst am besten weiß, was ihr wichtig ist, liegt auf der Hand. Bei der Jugendcrew der Heinrich-Dammann-Stiftung entscheiden deshalb die Jugendlichen selbst darüber, welche Projekte sie unterstützen wollen. Die kirchliche Stiftung wurde 1991 von Ortrud und Heinrich Dammann in Hildesheim gegründet, um die Arbeit mit Jugendlichen, vor allem auch auf dem Land, zu fördern und ihnen Partizipation zu ermöglichen. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Vernetzung der Träger von Jugendarbeit.

Die erste Jugendcrew 2017 setzte sich aus Abiturienten und Studierenden zusammen. Seit diesem Jahr läuft nun die zweite Runde. Bis Ende April 2021 wurde sie mittels einer Instagram-Kampagne kräftig beworben, *#Jugendcrew*, Motto: Nu' aber Butter bei die Fische. Wer mitmachen wollte, konnte sich über einen Bewerbungsbogen kurz vorstellen, Hobbys und Talente angeben und vor allem berichten, warum sie oder er Mitglied der Jugendcrew werden möchte.

Mitglieder zwischen 16 und 27 Jahren

Mittlerweile steht die neue Mannschaft, der elf Mitglieder zwischen 16 und 27 Jahren angehören. „Die zweite Crew ist wesentlich diverser aufgestellt. Mit dabei sind sechs Frauen und fünf Männer, Schülerinnen, Studierende und Azubis“, sagt Thomas Schlichting, Geschäftsführer der Heinrich-Dammann-Stiftung. Die Gruppe trifft

sich etwa dreimal im Jahr und entwickelt auch eigene Projekte. Die Organisation der Jugendcrew übernehmen Mitarbeiter der Stiftung, sodass die Jugendlichen sich ganz auf ihre eigentlichen Aufgaben konzentrieren können.

20 000 Euro als Startsumme

Und die sehen zum Beispiel so aus: Pro Projekt kann die Crew 1000 Euro vergeben. Diesen Betrag hat sie selbst als höchste Fördersumme in der Geschäftsordnung festgesetzt. 20 000 Euro stehen als Startsumme insgesamt zur Verfügung. Bezahlt werden in erster Linie Sachkosten, aber beispielsweise auch projektbezogene Honorare für Fachleute. Und nach welchen Kriterien vergeben sie das Geld? Einen bestimmten Förderschwerpunkt gibt es nicht, die Projekte sollten jedoch „einen besonderen Charakter“ haben. Wichtigste Voraussetzung

ist, dass die Jugendlichen, die eine Förderung haben wollen, nicht älter als 27 Jahre sind und vor allem ihren Antrag selbst an die Jugendcrew gestellt haben. Das geht ganz einfach über die Homepage, wo das zweiseitige Formular heruntergeladen werden kann. Möglich ist außerdem eine Videobewerbung per Mail. Gibt es schon eine Idee, aber noch kein richtiges Projekt, hilft die Jugendcrew auch direkt am Telefon weiter. Ist dann der Antrag bei der Jugendcrew auf dem Tisch gelandet, stellen sich zwei Mitglieder als Projektpaten zur Verfügung. Sie sind Ansprechpartner bei Fragen und informieren, ob der Projektantrag erfolgreich ist.

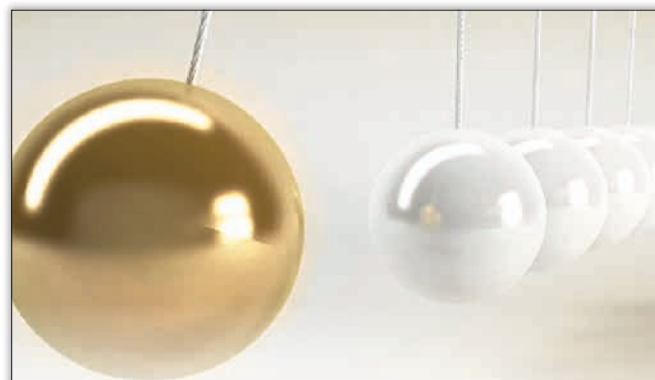
Ausprobieren und vernetzen

Eine Förderzusage bekam beispielsweise das Kurzfilmprojekt „Er höre mich“, für das Filmcrew und Cast gesucht wurden. Mittels aussagekräftiger Projektmappe und individuell angefertigter Konzeptzeichnungen konnten professionelle Schauspielerinnen und Schauspieler gewonnen werden. Auch für die technischen Gewerke und die Organisation am Set fanden sich sowohl Mitstreiter mit Vorerfahrung als auch junge Leute, die sich erstmals beim Film ausprobieren wollten. Weiterhin hat die Jugendcrew das „Spiele für Viele“-Jugendwochenende im Gemeindehaus Walsrode unterstützt. Hier ging es um verschiedene Gruppenspiele für 13- bis 17-Jährige, bei dem die Jugendlichen neue Spiele ausprobierten und sich auch untereinander vernetzten.

Demokratisierung bei der Vergabe von Stiftungsmitteln

Hat die Stiftung bei den Projekten ein Wörtchen mitzureden? „Wir als Stiftung grätschen der Jugendcrew nicht rein. Förderungen werden in der Regel einfach durchgewunken“, erklärt Thomas Schlichting. Es gehe ganz klar um Demokratisierung bei der Vergabe von Stiftungsmitteln. Die Zielgruppe entscheidet für die Zielgruppe. Die Aufgaben in der Jugendcrew vermitteln den Jugendlichen Einblicke ins Stiftungswesen und das eigenverantwortliche Arbeiten in einem Team. Und nicht zuletzt ist die Crew auch Themenscout für die Heinrich-Dammann-Stiftung, indem sie Inhalte weitervermittelt und die Netzwerke der Jugendlichen in die der Stiftung integriert. Daraus entwickelten sich sehr fruchtbare Diskussionen, wie Thomas Schlichting berichtet. Er sieht die Jugendcrew gleichzeitig als Abenteuer und Risiko. „Es bedarf Mut von Geschäftsführung und Vorstand, und man braucht auch etwas Geduld. Aber es lohnt sich“, sagt er. Für 2023 ist ein weiterer großer Schritt geplant. Dann sollen junge Leute auch Mitglieder der Stiftungsgremien werden. Die Zukunft im Stiftungswesen kann nicht früh genug beginnen. ▣

► www.jugendcrew.de



19. StiftungsIMPACT: Reformierung des Stiftungs- und Gemeinnützigkeitsrechts

8. Dezember 2021, 17-19 Uhr

Kostenfreie Teilnahme!

ESV-Akademie, Genthiner Str. 30 C, 10785 Berlin

*Vom Robert-Koch-Institut empfohlene Hygienevorschriften
setzen wir in unseren großzügigen Räumlichkeiten optimal um.*

Welche Änderungen werden aktuell diskutiert, welche sind bereits vorgenommen? Was bedeutet die Reform für bestehende und geplante Stiftungen und NPOs? Welche Kritik gibt es?

Podiumsdiskussion u.a. mit:

- **Marie-Alix Freifrau Ebner von Eschenbach**,
Bundesverband Deutscher Stiftungen
- **Dr. Christoph Mecking**, Rechtsanwalt,
LEGATUR GmbH, Institut für Stiftungsberatung,
Herausgeber von Stiftung&Sponsoring
- Rechtsanwalt **Benjamin Weber**,
Deutsches Stiftungszentrum (DSZ)



Gleich anmelden über

[www.ESV-Akademie.de/
Stiftungsrechtsreform](http://www.ESV-Akademie.de/Stiftungsrechtsreform)

ESV AKADEMIE

Sponsor:

BPM | BERLIN
PORTFOLIO
MANAGEMENT
Berlins erste Adresse für bankenunabhängige Vermögensverwaltung

ESV-Akademie · Genthiner Straße 30 C · D-10785 Berlin
Tel. (030) 25 00 85 - 853 / - 856 / - 858 · info@ESV-Akademie.de



Die Österreichischen Fundraising Awards 2021

Der Österreichische Fundraising Kongress gilt längst über die österreichischen Landesgrenzen hinaus als Fixpunkt in der Fundraising Szene. Im Vorjahr erstmals in digitaler Form durchgeführt, fand die 28. Ausgabe des international ausgerichteten Kongresses im Oktober wieder in physischer Form in Wien statt, und das mit großem Erfolg. Der Kongress 2021 im Wiener Europahaus war restlos ausverkauft. Von 11. bis 13. Oktober gaben rund 40 nationale und internationale Expert*innen unter dem Motto „Visions for Change“ Einblick in die digitalen Zukunftsthemen im Fundraising. Mit der Verleihung der renommierten Fundraising Awards holte der Fundraising Verband Austria die herausragendsten Formen der Spender*innen-Kommunikation öffentlichkeitswirksam vor den Vorhang.

Highlight der jährlichen Awards-Vergabe ist die Auszeichnung einer Ausnahmepersönlichkeit für außergewöhnliche und langjährige Verdienste um das Spendenwesen mit dem Preis **Fundraiser*in des Jahres – sponsored by Direct Mind**. Dieser Award ging – nach Rainer Riedl, Gründer DEBRA Austria, im Vorjahr – heuer an **Marianne Hengl**. Die Tiroler Behindertenaktivistin

Fundraiserin beim slw Soziale Dienste der Kapuziner in Axams und wurde 1989 Obfrau des Vereins RollOn Austria – Wir sind behindert, den die umtriebige Fundraiserin mit viel Charme und Konsequenz zur wichtigsten Lobbygruppe Österreichs für beeinträchtigte Menschen aufbaute. Dabei gelingt es ihr kontinuierlich, Unternehmen, Großspender*innen ebenso wie zugkräftige Medienpartner*innen für eine Unterstützung des Vereins zu gewinnen.

Special-Award für Lebenswerk an Monica Culen

Mit einem Sonderpreis für ihr **Lebenswerk** wurde im Rahmen der Awards-Gala **Monica Culen**, die Gründerin und Geschäftsführerin der Organisation ROTE NASEN Clowndoctors International, prämiert. Was 1994 mit einer kleinen Gruppe von Clowns seinen Ausgang nahm, wurde von der engagierten Philanthropin zu einer der weltweit größten Vereinigungen von Gesundheitsclowns aufgebaut. Zur ROTE NASEN Gruppe zählen heute Partnerorganisationen in elf Ländern, wo mittlerweile 430 Clowns über 400 000 Patientinnen und Patienten pro Jahr mit Humor psychosoziale Unterstützung bringen. Von 2004 bis 2021 war Monica Culen ehrenamtliche Präsidentin des Fundraising Verband Austria und in dieser Funktion federführend bei der Entwicklung des Verbandes hin zur zentralen Plattform für Aus- und Weiterbildung im Berufsfeld Spendenwerbung und zu Österreichs größtem Dachverband gemeinnütziger Organisationen.



Marianne Hengl, Toni Innauer, Marion Rödler

kämpft seit über 30 Jahren unermüdlich für bessere Lebensbedingungen und mehr gesellschaftliche Akzeptanz von Menschen mit Behinderung. Selbst von Geburt an körperlich schwer behindert, lebt die von Papst Franziskus zur „Botschafterin des behinderten Lebens“ ernannte Buchautorin und Fernsehmoderatorin Zeit ihres Lebens vor, dass es für Menschen mit Behinderung keinerlei Grenzen gibt. Sie war zunächst

WEITERBILDUNGEN IM NPO-BEREICH

Umfassendes Kursprogramm
für eine professionelle
Kultur des Gebens unter
fundraising.at/akademie

Online-Seminar am 25.11.
Nachlassfundraising:
digital & crossmedial

Freiwilligenkonferenz
„Jünger, älter, engagierter:
Freiwilliges Engagement
in jeder Lebensphase“
2. Dezember 2021, Wien



#GIVINGTUESDAY

Der weltweite Tag des Gebens.
30. November 2021

Jede*r kann mitmachen!
giving-tuesday.at

Fundraising Awards 2021 – Alle Preisträger*innen im Überblick

Der Award für den besten **Fundraising Spot des Jahres in Kooperation mit dem ORF** ging an die Hilfsorganisation Plan International für ihren Spot „Jamila, Schule statt Kinderarbeit“. Dieser verdeutlicht, dass vor allem Mädchen in Entwicklungsländern oft unter Benachteiligung, Armut und fehlender Bildung leiden. Die TV-Kampagne führt vor Augen, wie sehr sich die Chancen auf Bildung und ein besseres Leben für Mädchen durch eine Plan-Patenschaft erhöhen.

In der Kategorie beste **Innovation des Jahres** wurde die Make-A-Wish Foundation Österreich mit dem **VSG Fundraising Award** prämiert, die seit 1997 die Herzenswünsche schwerstkranker Kinder erfüllt. Im Rahmen des von Willhaben gehosteten Stream Marathons „Charity Royale“ erfüllte Österreichs E-Gaming Community zwischen 1. und 24. Dezember 30 Herzenswünsche schwerkranker Kinder. Zusammen erspielte die Community von ihrer Zuschauerschaft Spenden von über 80000 Euro für den guten Zweck.

Bei der **Partnerschaft des Jahres** holten die Stiftung Kindertraum und Direct Mind den **ERSTE BANK Fundraising Award** für die wegweisende Partnerschaft mit kronehit. Um Spenden für den „kronehit Kindertraum 2020“ zu sammeln, wurde eine Spendenbox innerhalb der kronehit Community durch ganz Österreich geschickt und sukzessive ‚gefüttert‘, was gemeinsam mit zahlreichen Online-Spenden eine beachtliche Summe für den guten Zweck hervorbrachte.

Die Auszeichnung mit dem **SEXTANT Fundraising Award** für die **Aktion des Jahres** ging an das Kunsthistorische Museum Wien in Zusammenarbeit mit der Agentur gd fundoffice für den Spendenaufruf „Eine Jahrhundertsammlung sucht Mäzene“. Um den Ankauf der Sammlung Lindpaintner, einer der bedeutendsten Münzsammlungen aus dem Antiken Orient, zu finanzieren, startete das KHM einen höchst erfolgreichen Spendenaufruf. Dank zahlreicher kunsthistorisch begeisterter Unterstützer, konnte die Ausnahmesammlung für das Münz-



Robert Buchhaus, Monica Culen, Andrea Johanides
Fotos: Ludwig Schedl

kabinett erworben werden. Das Kunsthistorische Museum Wien überzeugte auch beim **Direct Mailing des Jahres** und holte den **POST Fundraising Award**. Seit 130 Jahren im KHM beheimatet, hat die Zeit ihre Spuren bei den Wandmalereien der Ägyptischen Sammlung hinterlassen. Der von gd fundoffice entwickelte Spendenbrief warb mit großem Erfolg gezielt für die notwendigen Restaurierungsarbeiten.

In der Kategorie **Online-Kampagne des Jahres** machte heuer Greenpeace das Rennen um den **GRÜN Fundraising Award**. Mit www.weltrettung.at hat die Organisation ein interaktives Webportal gelauncht, auf der ein selbst gewähltes Stück Erde mit einer Spende symbolisch geschützt werden kann. Die Stücke der Welt können über die Website auch gewidmet und verschenkt werden.

Erstmals wurde vom Dachverband der Spendenorganisationen auch der **BDO Fundraising Award** für die neu geschaffene Kategorie **Neuspender*innen-Kampagne des Jahres** vergeben. Dieser Premiereward ging an das Hilfswerk Niederösterreich für das mit gd fundoffice umgesetzte Weihnachtsneuspender*innen-Mailing. Unter dem Motto „Regionalisierung ist Trumpf“ wurde auf eine auffällige und plakativ regionalisierte Gestaltung und hochwertige Incentives gesetzt – mit einem höchst erfreulichen Spendenergebnis.

Alle Infos über die Fundraising Awards, den Österreichischen Fundraising Kongress und die weiteren Veranstaltungsangebote des Fundraising Verband Austria unter:
► www.fundraising.at

Die umfassendste Ausbildung Österreichs für Fundraiser*innen!

Diplomlehrgang Fundraising
Operations & Management
Jänner-September 2022
fundraising.at/diplomlehrgang

Fundraising Grundlagen
13.-14.1.2022, Wien

Public Fundraising I
10.-11.2.2022, Wien

Public Fundraising II
24.-25.2.2022, Wien

Public Fundraising III
24.-25.3.2022, Wien

**Institutional & Corporate
Fundraising**
27.-29.4.2022, Wien

High Value Fundraising
16.-17.5.2022, Wien

**Strategisches Fundraising
Management**
22.-24.6.2022, Wien

**Diplomprüfung &
Abschlussarbeit**
Juni-September 2022



Eigene Website viel wichtiger als Plattformen

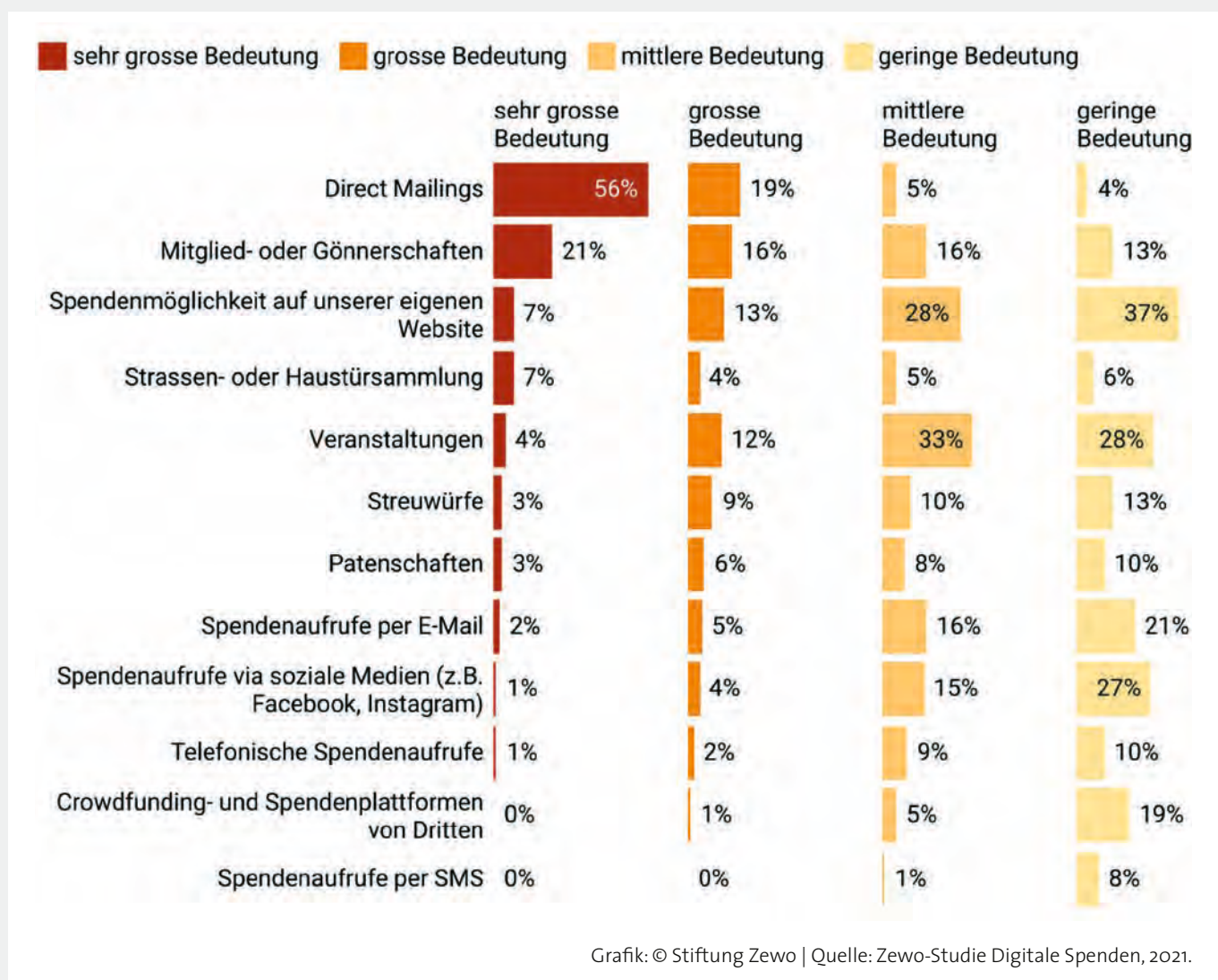
Die eigene Website gehört nach dem Direct Mailing und den Mitglieder- und Gönnerschaften – wenn auch mit deutlichem Abstand zu diesen klassischen Tools – zu den Top-3-Fundraising-Instrumenten der Hilfswerke in der Schweiz: Das zeigt eine neue Befragung der Zewo zum Thema «Digitale Spenden».

Von ROGER TINNER

Die Zewo-Spendenstatistik für 2020 zeigt, dass die Schweizer Bevölkerung im ersten Corona-Jahr 10 Prozent mehr gespendet hat als im Jahr zuvor. Insgesamt erhielten die Schweizer Hilfswerke 2,05 Milliarden Franken Spenden (Spenden aus privaten Haushalten, Erbschaften und Spenden von Institutionen). Die Befragung der Hilfswerke zu deren Spendenvolumen hat die Zewo diesmal um eine spezifische Befragung zum Thema «Digitale Spenden» ergänzt.

98 von 100 «digitalen» Franken über Website

«Der Aufbruch ins digitale Spendenzeitalter hat begonnen», schreibt die Zewo in ihrem Fazit zur Online-Umfrage, an der 267 zertifizierte NPO teilgenommen haben. Unter digitalen Spenden versteht sie «Spenden, die Hilfswerke via digitale Zahlungskonäle (z. B. SMS, Apps, Paypal, Kryptowährungen) sowie über Internet-Plattformen von Dritten



Digitale und klassische Fundraisinginstrumente von NPO nach Bedeutung (N = 267).

(Crowdfunding- und Spendenplattformen) oder als direkte Spenden via ihre eigene Website sammeln». Die Relevanz digitaler Spenden sehen die Werke auf einer Skala von 1 bis 10 derzeit erst bei 2 Punkten, in fünf Jahren auf ca. 5, als wichtigstes digitales Fundraisinginstrument sehen sie die eigene Website.

Tatsächlich kamen von 100 Franken, die zertifizierte Hilfswerke übers Internet sammeln (Gesamtbetrag der Antwortenden bei 10 Millionen), 98 über die eigene Website, nur 2 Franken kamen von Crowdfunding- und Spendenplattformen, die Dritte betreiben. Diese Verteilung hat sich im Corona-Jahr noch akzentuiert: Die anwortenden 258 Hilfswerke erhielten mehr als doppelt so viele Spenden über die eigene Website als 331 Hilfswerke im Jahr zuvor. Im gleichen Zeitraum halbierten sich die Spenden, die die Hilfswerke über Crowdfunding- und Spendenplattformen erhalten haben.

Digitale Kanäle hoch gewichtet

Trotz dem in absoluten Zahlen relativ geringen digitalen Spendenvolumen gewichten Hilfswerke ihr Social Media-Marketing schon heute höher als Inserate in Zeitungen und Zeitschriften oder Plakate, Radio- und Fernsehwerbung. Was die Zahlungskanäle angeht, so machen die digitalen aktuell nur 1,8 Prozent aus. 0,3 Prozent sind Barspenden, 12 Prozent LSV- oder Debit-direct-Zahlungen, 86 Prozent spenden via Post- oder Banküberweisung (inkl. e-Banking). Das heisst: Von 100 Spendenfranken werden weniger als 2 Franken via Kreditkarte, App oder SMS bezahlt. Innerhalb dieser digitalen Zahlungskanäle hat die Kreditkarte einen Anteil von 53 Prozent, Apps wie Twint, Apple Pay, Google Pay oder Samsung Pay 31 Prozent (gegenüber 2019 hat sich das Volumen aber vervierfacht!), PayPal und ähnliche 8 Prozent.

Als grösste Hindernisse für digitale Spenden sehen die NPO die fehlende Bereitschaft der Spender:innen, ein aus Sicht der Organisation ungünstiges Kos-

ten-Nutzen-Verhältnis und fehlendes Wissen innerhalb der NPO. Zu den Kosten hält die Zewo-Studie fest: «Einige erwähnen explizit die hohen Gebühren für digitale Zahlungskanäle. Andere kritisieren

prozentuale Abzüge von der getätigten Spende. Sie finden es schwierig, den Spenderinnen und Spendern zu erklären, dass ein Teil ihrer Spende für deren digitale Überweisung verloren geht.» +

Swissfundraising Awards an Helvetas und Sozialwerk Pfarrer Sieber

Sozialwerk Pfarrer Sieber und Helvetas sind die Sieger:innen bei der diesjährigen Vergabe des Swissfundraising Award. Die achte Verleihung des attraktiven Preises fand wie immer am SwissFundraisingDay in Bern statt, an dem über 350 Gäste teilnahmen.

Die erfolgreichste Fundraising-Aktion des Jahres 2020/2021 wurde direkt von der Fachjury gewählt. Das Sozialwerk Pfarrer Sieber gewann mit seiner sehr erfolgreichen Winterkampagne 2020 unter dem Motto «Wenn das Leben in Schiefelage» gerät, das Einnahmen von über 1,6 Millionen Franken und mehr als 2000 neue Spender:innen-Adressen generierte.

Als kreativste Fundraising-Aktion des Jahres 2020/2021 wählte das Publikum vor Ort (nach einem Pitch von drei NPO) die Jahresend-Kampagne von Helvetas: Mit der Kampagne «Die Welt ruft an» liess das Hilfswerk Betroffene aus Entwicklungsländern in die Schweiz anrufen und ihre ganz persönliche Geschichte erzählen.



Strahlende Gewinner:innen des Swissfundraising Awards 2021 mit der «Franca-Trophäe» (v.l.n.r.): Matthias von Allmen vom Sozialwerk Pfarrer Sieber mit Adrian Schaffner von der begleitenden Agentur evoq communications AG (Jurypreis für die erfolgreichste Aktion) sowie Carla Galliker und Christina Meyer von Helvetas (Publikumspreis für die kreativste Aktion).

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Kommunikation mit neuer Leiterin



Die Stiftung Warentest hat seit 1. November 2021 eine neue Leiterin der Abteilung Kommunikation. Heike van Laak, die in den Ruhestand geht, übergibt ihre Aufgaben an **Regine Kreitz**. Sie war zehn Jahre lang Director Communications der Hertie School of Governance in Berlin sowie Director Marketing and Communications bei der Klima-Innovationsagentur der EU und sprach für die

Bundessteuerberaterkammer sowie den Bundesverband der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Zudem ist sie ehrenamtliche Präsidentin des Bundesverbandes der Kommunikatoren. Bei der Stiftung Warentest ist Regine Kreitz nun für den kommunikativen Gesamtauftritt verantwortlich, wozu unter anderem Medien- und Öffentlichkeitsarbeit und die strategische Beratung der Geschäftsleitung gehören.

Im Einsatz für die Rechte von Kindern



Regina Hewer ist für drei Jahre zur Vorsitzenden des Präsidiums des internationalen Kinderhilfswerks „terre des hommes“ gewählt worden. Seit 2016 war sie bereits stellvertretende Vorsitzende und ist zudem langjähriges ehrenamtliches Mitglied der terre des hommes-Gruppe in Delmenhorst-Ganderkesee.

Die Naturwissenschaftlerin hat zuvor in den Bereichen Forschung, IT und Personalmanagement gearbeitet, bis sie Geschäftsführerin eines Produktionsunternehmens wurde.

Rücktritt als SRK-Präsident



Thomas Heiniger tritt als Präsident des Schweizerischen Roten Kreuzes (SRK) zurück. Er war seit Juni 2019 im Amt und stellt seine Aufgabe nun zur Verfügung. Bei der nächsten ordentlichen Rotkreuzversammlung im Juni 2022 wird dann ein Nachfolger beziehungsweise eine Nachfolgerin gewählt. Ein Dreierteam

aus den Rotkreuzrats-Mitgliedern Dieter Widmer, Barbara Schmid-Federer und Rudolf Schwabe übernimmt bis dahin die interimistische Leitung.

Verstärkung bei Ifunds Germany



Seit September 2021 unterstützt **Suzette Teixeira** das Team der Ifunds Germany GmbH in Köln in den Bereichen CRM-Anwenderberatung, Marketingautomation und Training. Mit Studienabschlüssen in Mathematik und Wirtschaftswissenschaften sowie Kenntnissen im analytischen Marketing hat sie internationale Erfahrungen als CRM-Administratorin für Microsoft Dynamics gesammelt. Ihr Wissen will sie nun bei der Beratung für gemeinnützige Organisationen einbringen.



ALS HEAD OF F2F EVENTS & MARKETING (M|W|D)!

Face-to-Face-Fundraising nimmt dabei eine Schlüsselrolle bei der Finanzierung der großartigen Naturschutzprojekte des WWF ein. Gestalten Sie gemeinsam mit uns den Wandel. Werden Sie Teil der weltweit führenden Naturschutzorganisation, und erleben Sie die Arbeit, die Sie sich immer vorgestellt haben.

»Sei Du selbst die Veränderung,
die Du dir wünschst für diese Welt.«



NGO-Profi ist neuer Vorstandsvorsitzender



Save the Children Deutschland hat zum 18. Oktober 2021 **Florian Westphal** als neuen Vorstandsvorsitzenden begrüßt. Er hat akademische Abschlüsse in internationaler Politik und Wirtschaft und verfügt über langjährige NGO-Erfahrungen sowie weitreichende Kenntnisse in der humanitären Hilfe. Seine berufliche Laufbahn

begann Florian Westphal als Radio-Journalist beim BBC World Service, bevor er in verschiedenen Hilfsorganisationen mitwirkte. Für das Internationale Komitee vom Roten Kreuz war er in afrikanischen Krisengebieten tätig und leitete anschließend in der Genfer Zentrale die Medienarbeit. Von 2014 bis 2020 war er Generaldirektor der deutschen Sektion von Ärzte ohne Grenzen. Zuletzt forschte er am Global Public Policy Institute in Berlin.

Fachfrau für Kultur übernimmt Geschäftsführung



Nela Bunjevac heißt die neue Geschäftsführerin der Schweizer Landis & Gyr Stiftung. Sie hat ihr Amt am 1. August 2021 von Regula Koch übernommen, die aus Altersgründen zurückgetreten war. Nela Bunjevac hat Kunstgeschichte, Slawische Literaturwissenschaft und Neue Deutsche Literatur an der Universität Zürich sowie an der Uni-

versität Florenz studiert und den CAS Angewandte Kunstwissenschaften Material und Technik am Schweizerischen Institut für Kunstwissenschaft SIK abgeschlossen. Danach war sie wissenschaftliche Volontärin am „Museum Haus Konstruktiv“ in Zürich und wechselte im Anschluss an die Fachstelle Kultur des Kantons Zürich. Bevor sie zur Landis & Gyr Stiftung kam, hatte Nela Bunjevac eine Leitungsfunktion im Bundesamt für Kultur in Bern inne.

Mehr „Köpfe & Karrieren“ lesen Sie auf den nächsten Seiten ...

adfinitas ist eine europaweit agierende Agentur speziell für Non-Profit-Organisationen und Fundraising. Über 70 Fachkräfte arbeiten bei uns jeden Tag Hand in Hand daran, erfolgreiche Multichannel-Strategien für On- und Offline zu entwickeln – über die Grenze und den Tellerrand hinaus. Mit Know-how und Professionalität entwickeln wir erfolgreiche, individuelle Konzepte und helfen unseren Kund*innen, die Ziele zu verwirklichen, an die wir gemeinsam glauben.

Wir suchen:

Account Manager*in Fundraising (m/w/d)
Produktioner*in Print/Projektmanager*in (m/w/d)
Junior-Mediengestalter*in Print (m/w/d)

Unser Angebot:

- Ein facettenreiches, spannendes Aufgabengebiet
- Selbstständiges und eigenverantwortliches Arbeiten mit flachen Hierarchien
- Ein kreatives Arbeitsumfeld im Herzen von Hannover
- Gleitzeit mit Kernarbeitszeit
- Einen unbefristeten Arbeitsvertrag mit 13 Gehältern
- Und nicht zuletzt ein tolles, buntes Team

Wenn Dich das Arbeiten im Non-Profit-Bereich reizt und Du das Miteinander immer dem Nebeneinander vorziehst, dann sollten wir uns kennenlernen!
 Schau auf unserer Website: <https://adfinitas.de/jobs.html>
 Wir freuen uns auf Deine Bewerbung.



Umweltpreis für Artenvielfalt und Moorschutz



Die Ökologin Prof. Dr. **Katrin Böhning-Gaese** und der Moorforscher Prof. Dr. Dr. h.c. **Hans Joosten** werden in diesem Jahr mit dem Deutschen Umweltpreis der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) ausgezeichnet. Er ist mit insgesamt 500 000 Euro dotiert. Katrin Böhning-Gaese ist Biodiversitätsforscherin speziell auf dem Gebiet der Makroökologie und Direktorin des Senckenberg Biodiversität und Klima Forschungszentrums. Sie untersucht komplexe Folgen von Klima- und Landnutzungswandel für Biodiversität und Lebensgemeinschaften von Tieren und Pflanzen. Hans Joosten hat Biologie studiert und arbeitet seit 1996 am Institut für Botanik und Landschaftsökologie der Universität Greifswald. Er hat immer wieder auf die komplexen Zusammenhänge im Lebensraum Moor hingewiesen.

Neue Geschäftsführerin bei „arbeit plus“



Sabine Rehbichler hat zum 1. Oktober 2021 die Geschäftsführung von „arbeit plus – Soziale Unternehmen Österreich“ übernommen. Die Betriebswirtin war bereits im Profit- sowie im Non-Profit-Bereich in der Förderung von Mädchen und Frauen sowie in der Entwicklungszusammenarbeit tätig. Sie kennt

sich zudem hervorragend in der Netzwerkarbeit aus. Sabine Rehbichler folgt auf Schifteh Hashemi, die die Geschäftsführung nach fünf Jahren abgegeben hat.

Von Greenpeace Österreich zu Arche Noah



Der Verein Arche Noah hat seit 1. September 2021 einen neuen Geschäftsführer. **Volker Plass** bringt drei Jahrzehnte Erfahrung im NGO- und Umweltbereich mit: Nach Stationen beim Österreichischen Informationsdienst für Entwicklungspolitik und als selbstständiger Grafikdesigner und Kommunikations-

berater von Non-Profit-Organisationen gründete er 2000 die Interessenvertretung „Grüne Wirtschaft“. Zuletzt war Plass Programm-Manager bei Greenpeace Österreich.

Wahl zum Stiftungsvorstand



Ein fünfköpfiges Gremium aus Mitgliedern von Kirche und Diakonie hat in einer Wahl Prof. Dr. **Alfred Wieczorek** zum Stiftungsvorstand der Diakonie-Stiftung Mannheim bestimmt. Er löst damit Pfarrer Thomas Löffler ab. Wieczorek ist außerdem bei der Synode im Juli zum Aufsichtsratsvorsitzenden des Diakonischen Werks der Evangelischen Kirche in Mannheim gewählt worden. Bis zum 1. Januar 2021 war er Generaldirektor der Reiss-Engelhorn-Museen.

DEUTSCHER
FUNDRAISING
VERBAND

SEIEN
SIE
DABEI!

Werden Sie jetzt
Mitglied im Deutschen
Fundraising Verband.



Vorteile im Überblick

- aktives Branchennetzwerk
- intensiver Austausch in Fach- und Regionalgruppen
- Mitgliederpreise für:
 - alle Veranstaltungen des Verbandes
 - Erstberatung bei Rechtsfragen
 - u. v. m.

Fachfrau für Fundraising und gute Geschichten



Nach zwölf Jahren und jeder Menge Erfahrung im Fundraising für diverse Hilfsorganisationen hat sich **Natalia von Martial** im Mai 2021 selbstständig gemacht. Sie unterstützt Hilfsorganisationen bei Konzeption und Texterstellung, z. B. für Spendenmailings, Flyer und Websites. Aus Erfahrung

weiß sie, dass gute Geschichten der Grundstein für eine lange währende Spenderbeziehung sein können, und will Menschen genau damit zum Handeln bewegen.

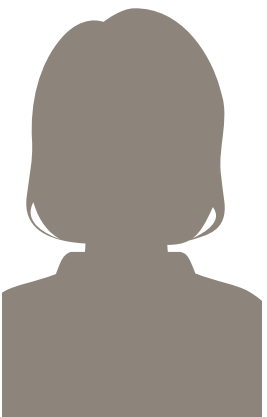
Stabsstelle neu besetzt



Der Caritasverband für das Erzbistum Berlin e. V. hat eine neue Leiterin der Stabsstelle Ehrenamt und Fundraising. **Susanne Funk** hat zum 1. Juli die Nachfolge von Peter Wagener angetreten, der in den Ruhestand geht. Zuvor hat sie sich bei Brot für die Welt als Referentin um das Groß-

spenden-Fundraising gekümmert. Sie hat Kunstgeschichte, Spanisch und Buchwesen studiert und bringt auch mehrere Jahre Berufserfahrung als Redakteurin mit.

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 bitte an koepfe@fundraising-magazin.de

Kennen Sie uns schon?

Es gibt viele bunte Vögel da draußen ...

Welcher passt zu Ihnen?



Erfolgreiches Fundraising mit System

Individuelle Strategien, kreative Konzepte, exzellente Kenntnis des deutschen Spendenmarktes, erfahrene Experten für Ihr Fundraising.

van Acken – mehr als nur eine Agentur.

Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.

Wir freuen uns auf Sie!



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

Weniger Mailing-Porto

Spring-Dialogbrief National hilft sparen

„Viele Kunden müssen für ihre Massenmailings bei der Deutschen Post hohe Portokosten in Kauf nehmen“, weiß Peter Schäfer, Sales Manager bei Spring Global Delivery Solutions. „Mit unserem Dialogbrief National haben wir jetzt ein preisgünstiges Angebot im bundesweiten Versand geschaffen, das physisch zugestellte Post im Massenversand wieder bezahlbar macht.“ Wer format- und inhaltsgleiche Sendungen beim international erfahrenen Postdienstleister einliefert, kann jetzt Portoeinsparungen von bis zu 50 Prozent gegenüber vollbezahlten Briefen erzielen – ohne Mehraufwand. Ab einer Auflage von 4000 Stück pro Einlieferung gelangt der Dialogbrief National in die Briefkästen der Empfänger. Peter Schäfer: „Dazu übernehmen wir von unseren Kunden die Adressdaten und führen eine Analyse der Haushaltsabdeckung durch, um den portooptimierten Versand über das alternative Netzwerk unserer Zustellpartner zu organisieren.“ Und wenn eine Briefsendung einmal nicht zustellbar ist? Organisiert Spring Global Delivery Solutions wahlweise digitale oder physische Retouren.

► www.spring-gds.com/de/produkte/dialogbrief



**WER MENSCHEN GEWINNEN
WILL, BRAUCHT MEHR
ALS GUTE ARGUMENTE!**

Q!SH e. V. fördert seriöse und qualitativ hochwertige Straßen- und Haustürwerbung. Werden Sie Q!SH-Partner und definieren Sie gemeinsam mit Dienstleistern und anderen Organisationen Qualität. Schaffen Sie Klarheit und sichern Sie Transparenz. Tauschen Sie sich mit Fachkräften aus und tragen Sie dazu bei, dass die öffentliche Wahrnehmung für dieses wertvolle Fundraisinginstrument gestärkt wird.



Q!SH Qualitätsinitiative
Straßen- und
Haustürwerbung

Kurzgefasst ...

Kaiser-Maximilian-Preis an #EUROPAgegenCovid19

Der Kaiser-Maximilian-Preis für herausragendes europäisches Engagement vom Land Tirol und der Stadt Innsbruck ging in diesem Jahr an die gemeinnützige Initiative #EUROPAgegenCovid19 / #EUmythbusters. Diese beinhaltet viele kreative Aktivitäten und faktenbasierte Infotainment-Formate, wie Tommy Krappweis' #Ferngespräch, die Wissenschaftsvermittler-Gruppe „What the Fact“ sowie die stark viral gegangenen „M.E.G.A – Make Europa Gescheit Again“-Videos, welche auch von namhaften Institutionen wie dem deutschen Robert-Koch-Institut geteilt wurden und ein Millionenpublikum erreichen.

► <http://MEGA.video>

Institutionenpreis für „Wissen macht Ah!“

Die WDR-Kindersendung „Wissen macht Ah!“ ist mit dem Institutionenpreis Deutsche Sprache ausgezeichnet worden. „Seit über 20 Jahren vermittelt diese beliebte Sendung nicht nur alltägliche Wissensinhalte, sondern legt ihr Augenmerk auch immer wieder auf die Vielfalt und die Schönheit der deutschen Sprache“, so die Jury bei der Preisverleihung in Kassel. Ralph Caspers wirkt als Autor durch seine Texte prägend: Er schreibt seit 20 Jahren alle Moderationen und hat auch den Titel der Sendung miterfunden.

► <https://kinder.wdr.de/tv/wissen-macht-ah>

Deutscher Lichtkunstpreis geht erstmals an Forschung

Überraschende Entscheidung der Jury: Erstmals geht der Deutsche Lichtkunstpreis nicht an einen Künstler oder eine Künstlerin, sondern in die kunsthistorische Forschung. Die Robert-Simon-Kunststiftung ehrt die herausragende wissenschaftliche Leistung der Kunsthistorikerin Prof. Dr. Ulrike Gehring von der Universität Trier. Der Deutsche Lichtkunstpreis wird alle zwei Jahre im Kunstmuseum Celle verliehen. Dieses beherbergt eine der umfangreichsten Museumssammlungen aktueller Lichtkunst in Europa.

► <https://kunst.celle.de>

Wer wird „Student/-in des Jahres“?

Der Deutsche Hochschulverband und das Deutsche Studentenwerk schreiben zum siebten Mal den Preis für studentisches Engagement aus, den sie vor fünf Jahren gemeinsam ins Leben gerufen haben. Das Preisgeld beträgt 5000 Euro und wird vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft gestiftet. Mit dem Preis sollen diejenigen Studierenden gewürdigt werden, die ein über die Leistungen im Studium hinausgehendes, herausragendes Engagement zeigen, welches innovativ möglichst einzigartig ist.

► www.hochschulverband.de ► www.studentenwerke.de

Das Rundum-Sorglos-Paket: Kampagnen plus Umsetzung

Neu und innovativ: „OM by AZ Fundraising“ ist ein Gesamtpaket für erfolgreiche Fundraising-Kampagnen. Mit dabei ist nicht nur das Kampagnen-Management-Tool von OM, sondern auch gleich das Umsetzen der Kampagnen über die AZ fundraising Campaigning-Profis.

Die AZ Direct AG und die Creativ Software AG verbindet eine langjährige Partnerschaft. Aufgrund von Rückmeldungen des Marktes, welcher für kleinere bis mittlere NPOs immer wieder nach einer CRM-/Fundraising-Standard-Software verlangte, die mit individueller Fundraising-Beratung ergänzt werden kann, hat sich die Idee entwickelt, ein gemeinsames Produkt zu kreieren.

Häufig fehlt es bei kleineren Organisationen nach einer Startphase an personellen Ressourcen und vielleicht auch etwas an Know-how, um das Fundraising zu professionalisieren. Zudem ist noch keine allzu umfassende Software notwendig. „OM by AZ fundraising“ löst genau diese Crux: die standardisierte CRM/Fundraising-Software ist zugeschnitten, um professionelles Campaigning anzugehen. Auf der anderen Seite begleiten AZ fundraising-Profis mit Dienstleistungen und Beratungen sicher durch die Anfänge und natürlich in die Zukunft.

► www.az-fundraising.ch/campaigning/om-by-az-fundraising

Softwarelösung für kleine NPOs

Nach mehr als einem Jahr Entwicklungszeit bringt gettup seine Softwarelösung für Non-Profits auf den Markt. Die cloudbasierte Anwendung wurde in erster Linie auf die Bedürfnisse kleiner und mittelgroßer Organisationen ausgerichtet. Mit Funktionen für Mitgliederverwaltung, Buchhaltung und Online-Fundraising möchte das Start-up den Organisationen dabei helfen, den wichtigen Schritt in die Digitalisierung ihrer Verwaltung zu machen. „Die Corona-Pandemie hat gezeigt, welche Chancen die Digitalisierung bietet – davon sollen auch kleinere NPOs profitieren. Mit gettup schaffen wir einen einfachen Einstieg zu einem fairen Preis“, so Marcus Rost, Gründer und Geschäftsführer von gettup.

► www.gettup.de

Zeig's uns Dieter

Bei »querstadtein« vermittelt Dieter mit Stadtführungen die Perspektive ehemaliger obdachloser Menschen.

30 Millionen Menschen engagieren sich freiwillig für die Gesellschaft in Deutschland.

 Livestream

Preisverleihung: 2. Dezember 2021, 18 Uhr
deutscher-engagementpreis.de



DEUTSCHER
ENGAGEMENT
PREIS

Initiatoren und Förderer:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



INTERNATIONAL



innovairre™
We Help People Who Help People

Innovairre Communications
Transpolis Building
Ihr international erfahrener Partner im Direct-Mail-Fundraising versendet erfolgreich Ihre Spendenbriefe mit Incentives.
Wir sind die Experten für die:
► Steigerung der Spendeneinnahmen
► Reduzierung der Kosten zur Gewinnung von Neuspender*innen
Wir haben die praktische Erfahrung, Ideen, Lösungen und Kompetenz.
Ich bin für Sie da! Peter Moors
Telefon: +49 (0)2157 8755840
ppmoors@innovairre.com | www.innovairre.com

ÖSTERREICH

THOMAS KÜGERL ONLINE MARKETING
Ihr Experte für
Google Ad Grants & Google Ads!
Mit Ad Grants schenkt Ihnen Google jeden Monat ein Klickbudget im Wert von 10.000 \$. Haben Sie es schon freigeschaltet?
Wir machen das für Sie:
► Freischaltung des 10.000 \$ Werbebudgets
► Reaktivierung von deaktivierten Konten
► Kampagnen-Setup und fortlaufende Betreuung
► Online-Coaching
► Setup von Conversion-Tracking
Ich freue mich auf Sie!
Untere Augartenstraße 34/3 · 1020 Wien
office@thomaskuegerl.at
www.thomaskuegerl.at

Jahre



Den Spender im Herzen.

SOCIAL CALL fundraising GmbH
Über 20 Jahre Erfahrung am Telefon mit Spendern für mehr als 52 Organisationen.
Wir bieten:
► Klassisches Telefon-Fundraising von A bis Z
► In- und Outbound
► Spezialisierung auf Klein-/Großspender, Unternehmen
► Besonderer Service für Nottfälle 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

Jahre



Den Spender im Herzen.


DIRECT MIND GmbH
Fundraising aus Leidenschaft
► Sie suchen neue Spender?
► Wollen „nur“ Adressen mieten?
► Brauchen eine Datenbank, mit Kennzahlen als Entscheidungshilfe?
► Wollen eine Telefon-Aktion starten?
► Suchen frische Kreationen mit einer Strategie, die den aktuellen Trend am Markt berücksichtigt?
Dieses erfahrene Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.
Technologiestraße 8, Postfach 207 · 1120 Wien
Telefon: +43 (0)1 6023912-0
Telefax: +43 (0)1 6023912-33
office@directmind.at | www.directmind.at

HSP Data Service GmbH
Fundraising Datenbank, IT-Services, Customer Care, Direct Marketing und Digital Fundraising – vereint unter einem Dach. Unsere Datenbank, das hsp SPOT-LIGHT, ist das Herzstück aller unserer Spendenaktivitäten.
► Mitgliederwerbung und -betreuung
► Spender- und Gönnermailings
► Reaktivierung
► Fundraisingtelefonie
► Spendenlotterien, u.v.m.
Münzgrabenstraße 36/4 · 8010 Graz
Telefon: +43 (0)316 357080
office@hsp.at | www.hsp.at

HSP Serviceline Telefonmarketing GmbH
Professionelles Spendenmarketing macht die Identifikation mit der Organisation auch in unserem Telefongespräch erlebbar. Unsere spezialisierten Agents finden den richtigen Ton ...
► im WelcomeCall
► auf Hotlines
► bei der Mitgliederbetreuung
► beim Beitragsupgrade
► bei der Neuspendergewinnung
► bei Befragungen
► in der Kampagnenunterstützung
Münzgrabenstraße 36/4 · 8010 Graz
Telefon: +43 (0)316 850000
office@hsp-serviceline.at | www.hsp-serviceline.at

DEUTSCHLAND PLZ 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
kontakt@spendenagentur.de | 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

DEUTSCHLAND PLZ 1

dialog4good GmbH
„Wir verstehen Dialog“
Aus der Deutschen Spendenhilfsdienst Berlin GmbH wird dialog4good GmbH. Als dialog4good GmbH erweitern wir unser bewährtes Angebotsspektrum um die digitalen Kommunikationskanäle. Künftig bieten wir Ihnen:
► Durchführung von Inbound- und Outboundtelefonkampagnen
► Beratung und Telefonschulungen
► Chat-Service
► E-Mail-Service
► Kommunikation über Messengerdienste
► Co-Browsing
Boxhagener Straße 119 · 10245 Berlin
Telefon: +49 (0)30 232553000
Telefax: +49 (0)30 232553020
mail@dialog4good.de | www.dialog4good.de

Socialminds
Wir sind Socialminds und wir liefern Ergebnisse. Mit ansprechenden Kampagnen und fundierten Datenanalysen helfen wir Non-Profit-Organisationen, mehr und bessere Spender zu gewinnen. Wir ermuntern die Menschen aktiv zu werden. Wir sorgen für mehr Spenden und bauen wertvolle Beziehungen auf.
Hauptstraße 117 · 10827 Berlin
Telefon: +49 (0)30 30809649
info@socialminds.de | https://socialminds.de

Hahn Kommunikation & Fundraising
Geldauflagenmarketing, Direktmarketing, Fundraisingberatung
Gemeinsam Potenziale entdecken!
Geldauflagenmarketing
► Adressvermittlung
► Administration
► Produktion
► Konzept
Direktmarketing
► Ausschreibungen
► Abwicklung / Produktion / Kreation
► Mailingsstrategie
Fundraisingberatung
► Prozesse / Strukturen
► Instrumente
► Strategische Planung
Rodenbergstraße 17 · 10439 Berlin
Telefon: +49 (0)160 5029484
hahn-kuf@posteo.de | www.hahn-kuf.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 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

IBV Informatik GmbH
Die NPO/NGO Applikation info 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

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.
Martin-Luther-Straße 8 · 10777 Berlin
Telefon: +49 (0)1512 5369083
info@ikosom.de | www.ikosom.de

GFS Fundraising Solutions GmbH
GFS fundraising data-driven: Mit unserer Expertise begleiten wir Sie bei all Ihren Herausforderungen im Fundraising. Von der Fundraising-Strategie bis zum Spenderservice. Von der Analyse Ihrer Daten bis hin zum Wertescoren Ihrer Zielgruppen. Von Mailing über Online-Kampagnen bis zum Neuromarketing. 360° Fundraising by gfs.
Cuvrystraße 9 · 10997 Berlin
Telefon: +49 (0)30 814743-820
info@gfs.de | www.gfs.de

Time Prints KG
Time Prints – die Film-Profis für NGO/NPO.
Unsere Leistungen:
► Live-Streaming
► Fundraising-Videos für Web, Social Media und TV
► exklusive Online-Events
► weltweite Live-Übertragungen
Wir bieten:
► Erreichung Ihrer Fundraising-Ziele via Streaming und Film
► Beratung zu technischer Umsetzung, Veröffentlichung und Kanälen
► Social-Media-Know-how
Erkelenzdamm 59/61 · 10999 Berlin
Telefon: +49 (0)170 9381111
Telefax: +49 (0)30 27582242
trucken@timeprints.de | www.timeprints.de

AKB Fundraisingberatung
Arne Kasten
Passgenaues Fundraisingmanagement
Strategische Planung, integriertes Fundraising, Planungssupervision, Budgetplanung, Controlling, Qualitätsprüfung, Individualisierte Methodenentwicklung, Potentialanalysen, Konzeptentwicklung, Reorganisation von Fundraising-Strukturen, Optimierung der Spendenverwaltung
Rohrbachstraße 11 · 12307 Berlin
Telefon: +49 (0)30 70782840
Telefax: +49 (0)30 70073299
info@akb-fundraising.de | www.akb-fundraising.de

GRÜN spendino

Ihr Partner für Online-Fundraising, Social-Media- und SMS-Fundraising. Spendenzusagen:

- 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

Telefax: +49 (0)30 45020567

info@spendino.de | www.gruen.net/spendino

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 Spendererhöhung. Unsere maßgeschneiderten Kampagnen bieten eine optimale Kostenkontrolle bei vollständiger Transparenz und Erfolgsgarantie.

Willdenowstraße 5 · 13353 Berlin

Telefon: +49 (0)30 270008310

Telefax: +49 (0)30 270008399

h.menze@spenden-manufaktur.de

www.spenden-manufaktur.de

emcra GmbH – Europa aktiv nutzen

emcra ist eines der führenden Weiterbildungs- und Beratungsunternehmen rund um europäische und nationale Fördermittel.

- Zertifizierte Weiterbildungen für erfolgreiche EU-Antragstellung (Förderung möglich)
- Beratung für NGOs/Sozialwirtschaft, Unternehmen, öffentlicher Sektor
- Umfangreiche Expertise im europäischen Projekt- und Finanzmanagement

Hohenzollerndamm 152 · 14199 Berlin

Telefon: +49 (0)30 31801330

Telefax: +49 (0)30 31801369

info@emcra.eu | www.emcra.eu

IT-Büro Schindler

Ihr Spezialist für Tätigkeiten rund um digitale Datenbestände

Als Auftragsverarbeiter arbeite ich unabhängig von Branchensoftware und verarbeite sowohl kleine als auch große Datenmengen. Ich kann Sie im Direktmarketing und im traditionellen und digitalen Fundraising insbesondere bei Fragen und Tätigkeiten rund um Adressen, Kontaktdaten, Zahlungsinformationen, Zahlungen und Mailings unterstützen.

Börnicker Chaussee 1 - 2 · 16321 Bernau bei Berlin

Telefon: +49 (0)3338 7022913

Telefax: +49 (0)3338 3434984

fundraising@it-schindler.de | www.it-schindler.de

DEUTSCHLAND PLZ 2**PP Business Protection GmbH**

Versicherungsmakler für beratende Berufe und Management, 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
- Anstellungsvertragsrechtsschutz-Versicherung

Tesdorfstraße 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 23786000

service@directpunkt.de | www.directpunkt.de

DATACOLOR media solutions GmbH

Wir sind Ihr Ansprechpartner, wenn es um moderne und individuelle Kundenkommunikation geht. Als Dialogmarketing-Experte stehen wir Ihnen von der Ideenfindung bis zur Realisierung Ihrer Mailing-, Card- oder Fulfillment-Projekte zur Seite.

Otto-Brenner-Straße 7a · 21337 Lüneburg

Telefon: +49 (0)4131 896-000

kontakt@datacolor.de

www.datacolor.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.

Theedestraße 13 - 17 · 22767 Hamburg

Telefon/Fax: +49 (0)40 41306156

hello@hellohello.de | www.helloprobono.de

gettup GmbH & Co. KG

Software Plattform für gemeinnützige Vereine, Organisationen und Stiftungen. gettup bietet vor allem kleinen NGOs digitale Lösungen für

- Spendengewinnung
- Projektverwaltung
- Kontaktverwaltung
- Finanzverwaltung
- Reporting
- Online Marketing
- Digitalisierung
- Automatisierung

Einsteinstraße 1 · 24118 Kiel

Telefon: +49 (0)431 22139660

Telefax: +49 (0)431 22139661

kontakt@gettup.de | www.gettup.de

stehli software dataworks GmbH

Die Komplettlösung für Fundraiser

- Druckfertige Mailingaufbereitung von Postadressen über DataQuality - Datenverarbeitung mit unserer MasterIT
- Business Intelligence mit dem FundraiseAnalysar 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

Koopmann Druck GmbH

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

Lise-Meitner-Straße 3 · 28816 Stuhr

Telefon: +49 (0)421 56905-0

Telefax: +49 (0)421 5690-55

info@koopmann.de | www.koopmann.de

neolo fundraising GmbH

Effektives Geldauflagen-Marketing: Wir halten die Kosten niedrig und erhöhen damit Ihren Ertrag. Wir bieten Full-Service vom Mailing über die Verwaltung bis zu Bindungsmaßnahmen und der Evaluation Ihrer Geldauflagen.

Profitieren Sie auch von einer passgenauen Fundraising-Strategie und unserer jahrelangen Erfahrung in der Antragstellung.

Burgstraße 3 a · 29342 Wienhausen

Telefon: +49 (0)5082 2193280

Telefax: +49 (0)5082 2193281

mail@neolo.de | www.neolo.de

DEUTSCHLAND PLZ 3**AID MEDIA UG**

Agentur für Direktmarketing

Wir begleiten Ihre NPO bei der Verwirklichung vieler verschiedener Projekte! Unser Team aus motivierten und erfahrenen Mitarbeitern widmet sich Konzeption und Gestaltung, über Produktion bis hin zur Fertigstellung von:

- online/offline Kampagnen
- Neuspendergewinnungen
- Spendenmailings

Striehlstraße 3 · 30159 Hannover

Telefon: +49 (0)511 35369746

Telefax: +49 (0)511 35369749

info@aidmedia.de | www.aidmedia.de

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

SAZ Services GmbH

Sie suchen hier im Kleingedruckten nach einem erfahrenen Fundraising-Partner, der Ihre Anforderungen groß schreibt? Dann schauen Sie jetzt Ihre Augen und rufen Sie uns an. Wir sind Ihr Ansprechpartner wenn es um erfolgreiche Fundraising-Kampagnen geht:

- Neuspendergewinnung
- Spendenmailing
- Telefonische Spenderbetreuung (Lastschriften, Upgrades, Patenschaften, Bedankungen u. v. m.)
- Online-Fundraising
- Zielgruppen-Adressen
- Adress-Services
- Strategische Beratung, u. v. m.

SAZ, Fundraising das wirkt.

Gutenbergstraße 1 - 3 · 30823 Garbsen

Telefon: +49 (0)5137 88-1444

Telefax: +49 (0)5137 88-1110

fundraising@saz.com | www.saz.com

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

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

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

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

bewegen consulting
 ▶ Markt- und Meinungsforschung
 ▶ Spenderbefragungen & Communities
 ▶ Fokusgruppen & Gruppendiskussionen
 ▶ Moderation von Diskussionen, Workshops, Veranstaltungen
 ▶ Coaching für Führungskräfte
 ▶ Seminare zu Marktforschung und Datenanalysen
 ▶ Innovations- und Kreativworkshops
 ▶ Design Thinking
 ▶ Rent a Researcher
 Sonderkonditionen für Gemeinnützig!
 Sonderberger Straße 32 · 33605 Bielefeld
 Telefon: +49 (0)521 45362661
 borcherding@bewegen-consulting.de
 www.bewegen-consulting.de

Sievert Druck & Service GmbH
 Wir unterstützen NPOs und NGOs deutschlandweit bei der Generierung von Spenden durch:
 ▶ Konzeptentwicklung und Beratung
 ▶ Adressselektion und -optimierung
 ▶ Portoptimierung
 ▶ 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

DEUTSCHLAND PLZ 4

NAS conception
 Ihr Partner für Digitalisierung
 NAS conception unterstützt Organisationen mit der Branchenlösung „NC365 Non-Profit“, auf Basis von Microsoft Dynamics 365, bei der Digitalisierung ihrer Kernprozesse. Mit den Apps „NC365 Spendenbuchhaltung“ und „NC365 Fundraising“ wird der bewährte Microsoft-Standard um Non-Profit-Funktionen erweitert.
 Heerdter Lohweg 212 · 40549 Düsseldorf
 Telefon: +49 (0)211 54080810
 andreas.eickel@nasconception.de
 www.nasconception.de

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!
 Hammfelddamm 13 · 41460 Neuss
 Telefon: +49 (0)2131 109-701
 Telefax: +49 (0)2131 109-777
 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!
 Hohenbuschei-Allee 1 · 44309 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 zentralen Abläufe 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

Maik Meid Fundraising Media
Digitales für Nonprofits
 Kommunikationsideen für die digitale Kommunikation von Nonprofits. Aus dem Ruhrgebiet und mit über 20-jähriger Erfahrung in der Sozialwirtschaft.
 ▶ Strategien für den Einsatz digitaler Medien
 ▶ Nonprofit-Fotografie, Video- und Podcast-Produktion
 ▶ digitale Recruiting Konzepte für soziale Träger
 ▶ Kommunikationsideen fürs Fundraising
 Bruchstraße 43 · 45525 Hattingen
 Telefon: +49 (0)1511 9669932
 info@fundraisingnetz.de
 https://fundraisingnetz.de

eliteONE®
 ▶ Großspenderpotentialanalysen
 ▶ Projektmanagement
 ▶ Internationale Adress-Datenbank
 ▶ Neuspender-Adressen
 ▶ Marketing & Konzeption
 ▶ Spenderreaktivierung
 ▶ Fundraising
 Fuldastraße 25 · 47051 Duisburg
 Karl Heinrich Hoogeven
 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 Spenderdaten
 ▶ 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-Baert
 Telefon: +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.)
 Tilsiter Ufer 16 · 47279 Duisburg
 Telefon: +49 (0)203 485777-0
 Telefax: +49 (0)203 485777-19
 info@conversio-institut.de

van Acken Fundraising GmbH
Dienstleistung im Fundraising seit 1975
 Wir bieten:
 ▶ Strategie (Marktforschung, 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 300 Mitarbeitern unterstützen wir Sie mit ausgezeichnetem Beratungs-Know-how und Support bei der erfolgreichen Implementierung Ihres Software-Projektes.
 Europark Fichtenhain A 5 · 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

DEUTSCHLAND PLZ 5



Dialogbrief® National

Die preiswerte Versandlösung –
ideal für den Versand von
Zuwendungsbescheinigungen.

Spring Global Delivery Solutions

G3 Worldwide Mail (Germany) GmbH
Flexibel, individuell, kosteneffizient: Spring Global Delivery Solutions ist die 100-prozentige Tochter der PostNL Group, in über 190 Ländern aktiv und unterhält 13 Landesniederlassungen auf drei Kontinenten. Ihr Versanddienstleister für

- Geschäftspost
- Direktmarketing
- Dialogbrief
- International / National

We listen. We inspire. We deliver.
Lise-Meitner-Straße 9 · 50259 Pulheim
Telefon: +49 (0)2234 4345-519
kam-germany@spring-gds.com
www.spring-gds.com/de



fundango GmbH

Preisgekröntes Fundraising aus Köln: fundango unterstützt Sie nach allen Regeln der Kunst. Ob Gewinnung oder Bindung, Upgrading oder Großspenden: Im Full Service konzipieren und realisieren wir sowohl Einzelmaßnahmen als auch Kampagnen, die Spenderinnen und Spender nachhaltig 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 Dauerspenderinnen | Reaktivierung von Inaktiven | Testamentsspenden | Aktivierung Ehrenamtlicher | Konzept, Text, Grafik und Produktion von Materialien | Internetauftritt, Newsletter, Social-Media | Events | Sponsoring und Unternehmenskooperationen | Pressearbeit

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

Wir machen einfach gute Mailings



Überzeugende Beispiele

Fundraising Profile GmbH & Co. KG

Mit Mailings Menschen berühren und zum Spenden bewegen. Das ist unsere Leidenschaft.

Ihr Fundraising profitiert von

- kreativen und glaubwürdigen Konzepten
- klugen Köpfen
- zuverlässiger Produktion
- vielen Jahren Erfahrung

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

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

Christian Gahrman Philanthropy Consulting

Strategische Fundraising-Beratung

Experte für strategisches Fundraising und passivierter Geschichtenerzähler. Wir bringen Ihre Spenden nach oben. Für große & kleine Organisationen.

- Fundraising-Strategie
- Storytelling/Texten
- Externer Fundraiser auf Honorarbasis
- Mailings
- (EU-)Fördermittel-Akquise
- Spenden-Kampagnen
- Online Fundraising
- Seminare/Vorträge

Bismarckstraße 12 · 50996 Köln
Telefon: +49 (0)221 27644161
christian.gahrman@web.de
www.christian-gahrman.de

ifunds germany GmbH

Wir von ifunds sind Spezialisten für Daten im Fundraising. Wir vertreiben CRM- & Fundraisingsoftware, bieten Datenservices und Beratungsleistungen. Auch die systematische Aufbereitung und aussagekräftige Darstellung von Daten im Fundraising, gehört zu unserem Portfolio. Unsere Produkte sind ifunds engage und analyse-it.

ifunds engage

Basierend auf Microsoft Dynamics 365 bietet die moderne CRM- & Fundraising-Cloud-Applikation ifunds engage eine webbasierte, flexible und standardisierte Lösung für Non-Profit-Organisationen aller Größen.

analyse-it

Ein modernes und leistungsfähiges BI-Werkzeug, das Ihre Organisations- und Fundraisingdaten Ihren individuellen Anforderungen entsprechend übersichtlich und strukturiert darstellt.

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

GOLDWIND – gemeinsam wirken

Dipl.-Psych. Danielle Böhle

GOLDWIND bietet psychologisches Fachwissen und 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)

Wacholderschleife 6 · 51597 Morsbach
Telefon: +49 (0)221 7158959
www.goldwind-bewirken.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
steffi.szczuka@directpunkt.de | www.directpunkt.de

GRÜN Software Group GmbH

Die Unternehmensgruppe GRÜN bietet Software- und IT-Servicelösungen 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

SYSTOPIA Organisationsberatung

Peth, Endres, Schuttenberg GbR

Von der Ist-Analyse über Konzeptentwicklung bis zu Migration und Anpassung – wir sind die Experten für CivCRM. 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

Kensik.com Datenanalysen.

Andreas Kensik Business Intelligence

Mit Business Intelligence den Erfolg im Fundraising und Dialogmarketing optimieren. Kensik BI bietet unabhängige strategische Beratung und langjährige Expertise in den Bereichen:

- Datenmodelle & BI-Reporting
- Analysen zur Spendergewinnung und -bindung
- Kündigungsprävention
- Reaktivierung
- Agiles BI Projektmanagement
- Individuelles BI-Coaching

An der Hetzelhardt 21 · 53604 Bad Honnef
Telefon: +49 (0)224 969319
info@kensik.com | www.kensik.com



Alle Erträge gehen zu 100% an Patienten mit Blutkrebs!

www.tagungsschmiede.de

Tagungsschmiede

c/o Stiftung Deutsche Leukämie- & Lymphom-Hilfe

Maßgeschneiderte Lösungen:

Jede Veranstaltung ist einzigartig. Daher ist auch unser Leistungsangebot sehr breit gefächert. Ob Sie eine Fortbildung mit 100 Personen, oder einen Kongress mit 600 Teilnehmern planen – wir unterstützen Sie gerne mit individuellen Dienstleistungen oder unserem Rundum-Sorglos-Paket! Kontaktieren Sie uns!

Thomas-Mann-Straße 40 · 53111 Bonn

Telefon: +49 (0)228 33889210
Telefax: +49 (0)228 33889222
info@tagungsschmiede.de
www.tagungsschmiede.de

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

Andreas Berg

Analyse · Beratung · Strategie

Schwieriges einfach machen ist seit über 20 Jahren mein Motto als Berater. Meine Schwerpunkte sind

- Database Fundraising
- Auswahl und Einführung von Fundraising-Datenbanken & CRM-Systemen
- Change-Management
- Fundraising-Analysen und Reporting
- Fundraising-Strategie

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

fundraising strategien

Lars Flottmann, Fundraising Manager & Betriebswirt

Strategieberatung für mehr Freude am Geben. Wir begleiten Sie auf dem Weg zu neuen Spendern und Freunden. Mit klarer Strategie und Ihrer einzigartigen Fundraising-Story wird Ihr gutes Anliegen zum Erfolg. Unsere Wegbegleiter:

- Fundraising-Potenziale heben
- Strategien entwickeln
- Positionierung stärken
- Texte, die bewegen
- Mitarbeiter schulen

Geberstraße 38a · 53797 Lohmar
Telefon: +49 (0)2246 9049668
info@fundraising-strategien.de
www.fundraising-strategien.de



**Mailings sind
Herzenssache.**



GFS Fundraising Solutions GmbH
Data-Driven Fundraising

GFS ist die Fullservice-Agentur für Fundraising. Auf Basis Ihrer Spenderdaten entwickeln wir das perfekte Fundraising-Konzept zur Spendergewinnung und -bindung. Unser interdisziplinäres Team steht Ihnen dabei bei jeder Phase von Konzeption bis zu Umsetzung und Wirkungskontrolle zur Seite.

- Strategische Beratung
- Spenderdatenanalysen und -scorings
- Kampagnen und Direktmarketing
- Spenderdialog und -verwaltung
- Geldauflagenmarketing
- Fundraisingsoftware als SaaS: activeDONOR
- Limbic®

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



**Ihr Ansprechpartner
für Adressen zur
Neuspendergewinnung!**



www.gecko-international.com

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!

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

DEUTSCHLAND PLZ 6

DIALOG FRANKFURT
... the communication company

1993 gegründet, ist DIALOG FRANKFURT Ihr Partner im Bereich des integrierten Dialog- und Sozialmarketinges 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

**Die Fundraising
Software- und
Servicespezialisten**



www.enterbrain.eu

ENTERBRAIN Software GmbH
Enterbrain – umfassende Software und Services für NGOs

Seit fast 30 Jahren geben wir unser Bestes, damit Sie Gutes tun können: mit unserer multichannel-fähigen und individuell anpassbaren Kommunikations- und Fundraising-Software Enterbrain 2.0, mit unseren vielfältigen Services und Outsourcing-Lösungen bei administrativen Aufgaben und vor allem mit viel Empathie und Herzblut.

Ausgezeichnete Sicherheit
Enterbrain ist als einziger der Branche ISO/IEC 27001 zertifiziert.

Dieselstraße 3 · 63512 Hainburg
Telefon: +49 (0)6023 9641-10
Telefax: +49 (0)6023 9641-11
info@enterbrain.eu | www.enterbrain.eu

Agentur Zielgenau GmbH

Die Agentur Zielgenau berät und begleitet Vereine, Stiftungen und gGmbHs im Nonprofit-Management, Marketing und Fundraising. Wir verbinden soziales und gesellschaftliches Handeln mit unternehmerischem Denken sowie innovativen Lösungen.

- Aufbau eines systematischen Fundraisings
- Planung und Realisierung von Capital-Campaigns
- Fundraising bei Bauprojekten
- Interims-Fundraising
- Beratung und Coaching im Fundraising

Profitieren Sie von unseren langjährigen Erfahrungen & Kenntnissen im Non-Profit-Bereich. Lassen Sie uns gemeinsam aufbrechen – für eine lebenswerte Gesellschaft.

Rheinstraße 40-42 · 64283 Darmstadt
Telefon: +49 (0)6151 136518-0
Telefax: +49 (0)6151 136518-9
fundraising@agentur-zielgenau.de
www.agentur-zielgenau.de

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



**Gemeinsam
zu Ihrem Ziel!**



kontakt@blufoxx.org

BluFoxy
Advising Organisations

Mit langjähriger Erfahrung und Innovationskraft begleiten wir Sie zu nachhaltigem Wachstum über Analyse, Strategie, Konzeption, Umsetzung, Controlling und Optimierung. Leistungen: Markenpositionierung, Produktentwicklung, Doner Experience, Direktmarketing, Programme für Dauerspender, Mittel- und Großspender, Legate, Online, Akquise, Emergency.

Berliner Ring 89 · 64625 Bensheim
Telefon: +49 (0)1511 5676400
kontakt@blufoxx.org | www.blufoxx.org



**Mit Filmen Menschen bewegen.
DRTV, Online, Social Media**

kontakt@dtv-germany.de

DTV-Germany GmbH

Wir bieten Ihnen alles für ein erfolgreiches DRTV-Programm: Konzeption, Kreation, Media, Response-Management, Controlling, Nachbetreuung. TV, Online oder Social Media - Bewegtbild über alle Kanäle für kleine, mittlere und große Organisationen. Erfahrung im Bewegtbild aus über 35 Ländern. Sprechen Sie uns an.

Berliner Ring 89 · 64625 Bensheim
Telefon: +49 (0)1511 5676400
kontakt@dtv-germany.de
www.dtv-germany.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 (Erbstiftungsmarketing, Unternehmenskooperationen, Beauftragung 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

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@gemindirect.de | www.gemindirect.de

Guerilla Fundraising Mannheim
Fundraising für kleine Vereine mit großen Visionen.

Passgenaue Fundraising-Beratung für regional tätige Vereine mit den Schwerpunkten Gesundheit, Soziales und Familie.

Persönlich, empathisch und kreativ.

Untere Clignetstraße 12 · 68167 Mannheim
Telefon: +49 (0)163 5438102
info@guerilla-fundraising-mannheim.com
www.guerilla-fundraising-mannheim.com

DEUTSCHLAND PLZ 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

Über 30 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg. Wir unterstützen Sie u.a. in folgenden Bereichen:

- Neuspendergewinnung (Mailings, Beilagen, Media, Online)
- Optimierte Reaktivierung inaktiver Spender
- Bestands- / Mail-Response- / LTV-Analysen
- Scorings / List-Optimierungen
- EDV-Services (u.a. Abgleiche, Adressaktualisierungen/Bestandsbereinigungen)

Sie finden uns auch in München.

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 Fremddlisten 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

a+s DialogGroup GmbH

#ambitioniert #supraselektiv
Full-Service-Agentur für zielgeführte
Multichannel-Kommunikation

Fundraising ist die hohe Kunst, seriös und medienaffin Spendervolumina zu generieren. Dazu braucht man supraselektive Parameter, Vertrauen und mindestens 23 Jahre Erfahrung sowie äußerst ambitionierte Mitarbeiter*innen – sonst nichts.

Wir beraten Sie gerne persönlich zu:

- Strategie/Kreation/Umsetzung Multichannel-Kampagnen
- Datenanalysen/Targeting
- Personalisierte Direktmailing/Notfall-Mailing
- E-Mail/Newsletter/Social Media

Stuttgarter Straße 41 · 71254 Ditzingen
Telefon: +49 (0)7156 42584-10
contact@as-dialoggroup.de
www.as-dialoggroup.de



pdirekt
Mailings, die bewegen

P Direkt GmbH & Co. KG

Als engagierte/r FundraiserIn helfen Sie mit, die Welt jeden Tag besser zu machen. Wir unterstützen Sie dabei: mit kreativen, treffsicheren und erfolgreichen Mailing-Kampagnen.

- Beratung/Strategie
- Neuspendergewinnung
- Spender-Dialog
- Emergency-Mailings
- Listbroking
- Daten-Management
- Produktion

Grützerstraße 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

combit Software GmbH

Mit combit CRM erhalten Non-Profits ein zentrales System für Prozesse und Administration. Verzichten Sie auf Insellösungen und Excel-Tabellen. Das erwartet Sie:

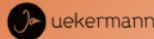
- Adress- & Kontaktmanagement
- Dokumentenverwaltung
- Fundraising & Spendenverwaltung
- Auswertungen & Statistiken
- Kampagnen jeglicher Art
- Seminar- & Eventorganisation u. v. m.

Bücklestraße 3-5 · 78467 Konstanz
Telefon: +49 (0)7531 906010
service@combit.net
www.combit.net/crm-software/

Auf der Suche nach Inspiration?

Kostenlose E-Mail-Serie
"25 Fundraising-Inspirationen"
abonnieren!

www.JanUekermann.com

**Uekermann Fundraising & Communication**

Jan Uekermann ist Berater für Fundraising und Kommunikation. Als Trainer, Coach, Sparringpartner, Speaker unterstützt er Vereine, Stiftungen u. a. Organisationen sowie Einzelpersonen, nächste Erfolgsstufen zu erklimmen. Schwerpunkte: Fundraising-Strategie, -Aufbau, -Implementation, Großspenden-Fundraising, Digital, Philanthropie, Leadership.

Lange Straße 18 · 76467 Bietigheim
Telefon: +49 (0)7245 8020145
Telefax: +49 (0)7245 8020143
mail@januekermann.com | www.januekermann.com

Mailingverstärker von fides!

Emotional, ökologisch & günstig

Formfrei gestaltbar (z.B. Ihr Logo)

Emotion by fides



Kofferranhänger by fides

fides Druck & Medien GmbH

Nachhaltige & günstige Werbemittel

Unsere Mitarbeiter von 19 bis 76 Jahren mit und ohne Handicap stellen nachhaltige, emotionale und günstige Werbemittel aus Karton her. Wir sind ein klimaneutrales Unternehmen, da wir ohne Heizung sind und den Strom selbst erzeugen. Fordern Sie unsere Mustermappe an. Oder wir entwickeln gemeinsam mit Ihnen das passende Produkt für Ihre Zielgruppe!

Nachtweide 3 · 77743 Neuried
Telefon: +49 (0)7807 957999-22
info@fides-druck.de | www.fides-druck.de

DEUTSCHLAND PLZ 8**Altruja GmbH**

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

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

panadress marketing intelligence GmbH

panadress gehört zu den führenden Dialogmarketing-Experten. Wir verfügen über ein breites Spektrum an mikrogeografischen Daten, Adressen, Channels sowie profundes analytisches Know-how. Damit optimieren wir für unsere Kunden Neuspendergewinnung, Spenderbindung und Spenderentwicklung.

Nymphenburger Straße 14 · 80335 München
Telefon: +49 (0)89 8908335-0
info@panadress.de | www.panadress.de

Arnold, Demmerer & Partner

Über 30 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg. Wir unterstützen Sie u. a. in folgenden Bereichen:

- Neuspendergewinnung (Mailings, Beilagen, Media, Online)
- Optimierte Reaktivierung inaktiver Spender
- Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen
- Scorings / List-Optimierungen
- EDV-Services (u. a. Abgleiche, Adressaktualisierungen/Bestandsbereinigungen)

Sie finden uns auch in Stuttgart.

Bayerstraße 24 · 80335 München
Telefon: +49 (0)89 666091-0
Telefax: +49 (0)89 666091-20
post@arnold-demmerer.de
www.zielgruppenmarketing.de

Talents4Good GmbH

Talents4Good ist die Personalberatung spezialisiert auf kaufmännische Positionen in sozialen, nachhaltigen und ökologischen Unternehmen und Organisationen. Wir helfen Ihnen, das richtige Talent für Ihren Job mit gesellschaftlichem Mehrwert zu finden.

Baaderstraße 56b · 80469 München
Telefon: +49 (0)30 60983766
kontakt@talents4good.org | www.talents4good.org

Brakeley Fundraising Consultants

Brakeley ist Ihr Partner im Großspenden-Fundraising. Mit Wurzeln, die in das 1919 zurückreichen, bringen wir Erfahrung aus über 50 Ländern in den deutschsprachigen Raum. Wir unterstützen gemeinnützige und öffentliche Organisationen aus allen Sektoren dabei, Großspenden-Fundraising aufzubauen oder auf die nächste Ebene zu heben. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf – wir freuen uns auf Sie!

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

AGENTUR FÜR ERBEN**Karla Friedemann**

Unsere Kompetenz liegt in der umfangreichen Nachlassabwicklung. Stiftungen, gemeinnützige, mildtätige und kirchliche Organisationen sind unsere Zielgruppen. Wir bieten:

- bundesweite Abwicklung von Nachlässen
- Organisation von Veranstaltungen u. a.
- Wir verfügen über:
- langjährige Erfahrung
- exzellentes Management
- ein hohes Maß an Flexibilität

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

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

„Unser Telefon-Job macht die Welt ein Stück besser.“

www.teledialog.com

TeleDialog GmbH

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

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

base4IT AG

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

Leistungsspektrum (Auszug):

- Kontaktverwaltung/CRM
- Kampagnen
- Spendenmanagement
- Dokumentenverwaltung
- Förderprojekte / operative Projekte
- Rechnungswesen

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

FundraisingBox**Powered by Wikando GmbH**

Ihr verlässlicher Partner für Online-Fundraising-Lösungen. Wir bieten vier Dimensionen: Digital Fundraising, Payment Cloud, Relationship Management und Non-Profit-Consulting. Damit können Sie erfolgreich Online-Spenden sammeln, schnell und einfach Zahlungen abwickeln sowie Spenden und Spender effizient verwalten. Kontaktieren Sie uns heute!

Schießgrabenstraße 32 · 86150 Augsburg
Telefon: +49 (0)821 907862-50
info@fundraisingbox.com | 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

DEUTSCHLAND PLZ 9**Förderlotse T. Schmotz**

Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
Wir unterstützen gemeinnützige Träger bei der Gewinnung von Fördermitteln und im Fundraising. Wir bieten:

- Förderberatung, Fördermittelrecherche
- Projektkonzeption
- Antragstellung
- Qualitätssicherung
- Förderdatenbank
- Seminare und Workshops, fachliches Coaching
- Strategieentwicklung
- Aufbau von Fundraisingstrukturen
- Outsourcing

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

mailalliance

Briefdienstleistung bundesweit vernetzt.

Versenden Sie
Zuverlässig & Preiswert
& Deutschlandweit
Mailings – Broschüren
Spendenquittungen!

www.mailalliance.net

mail alliance – mailtoXs GmbH

Deutschlands großes alternatives Zustellnetzwerk. Versand bundesweit zu individuellen Konditionen. Alles aus einer Hand. Von der Einlieferung, Sortierung, Verteilung über die Zustellung bis zum Redressmanagement. Wir sind Ihr zuverlässiger Partner für den bundesweiten Versand Ihrer Mailings, Kataloge, Magazine und Tagespost.

Berner Straße 2 · 97084 Würzburg
Telefon: +49 (0)931 660574-224
Telefax: +49 (0)931 660574-11
info@mailalliance.net | www.mailalliance.net

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 2 78 93 83
sekretariat@nonprocons.ch | www.nonprocons.ch

amender ag

amender möchte als Beratungsagentur Non-Profit-Organisationen auf dem Weg in eine digitalisierte, agile Welt begleiten und bietet dazu u.a. folgende Dienstleistungen an:
► Standortbestimmungen zu NPO-Softwarelösungen, Prozessen, Arbeitsorganisation und Datenschutz
► Anforderungs- & Innovationsmanagement
► Projektbegleitungen
► Coaching
Zentralstrasse 22 · 5610 Wohlen
Telefon: +41 (0)79 5068380
info@amender.ch | https://www.amender.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 Bütlikon
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

FundCom AG

Die FundCom beim HB Zürich ist eine von Bernhard Bircher-Suits geführte Agentur. Wir machen Marketingkommunikation, Medienarbeit und Fundraising mit Herzblut, off- und online.
Unsere Services:
► Beratung
► Blogs
► Crowdfunding-Kampagnen
► E-Mail-Marketing
► Fundraising-Konzepte
► Mailings
► Medienarbeit
► Off- und Online-Werbung
► Social Media
► Text mit Nutzwert
► Websites
Wir liefern Ihnen kreative Ideen und Inhalte mit Nutzwert. Buchen Sie jetzt ein erstes, kostenloses Beratungsgespräch.
Neugasse 6 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 2710202
info@fundcom.ch | www.fundcom.ch

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 (Face2Face), 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

Pfändler Annoncen + Verlags AG
Schweizer Spenden Spiegel

Das Nachschlagewerk Schweizer Hilfswerke für Testamente, Legate und Spenden – seit 1996.
Postfach 255 · 8024 Zürich
Telefon: +41 (0)44 2426222
info@pfaendlerannoncen.ch
www.pfaendlerannoncen.ch

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

WIR BRINGEN LICHT INS DUNKEL IHRER DATEN.
ANT jetzt auch mit Servicezentrum in Bonn.
SEXTANT
support you
sextant-npo.net

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

comconsult

Zuverlässiger Outsourcing-Partner für alle Datenbank-Dienstleistungen rund ums Fundraising.
► Pflege Spenderbestand über ein EÖÖB-zertifiziertes Secure Hosting
► tägliche Adressaktualisierung
► Datenanalysen und Potenzialermittlung
► wirksame Selektionen
► Spendererfassung 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

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

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 Marktbehandlungs-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

Voiss

Face to Face mit Voiss

Qualitativ, transparent und digital.

Voiss AG

Voiss (ehemals LesMecs) ist eine der führenden Face-to-Face-Fundraising-Agenturen der Schweiz. Die Kombination aus langjähriger Erfahrung und modernster Technologie ermöglicht es uns, qualitatives, digitales und authentisches Face to Face Fundraising anzubieten.
Wir übernehmen sämtliche Leistungen, welche für die erfolgreiche Durchführung einer Infostand- oder Haustürkampagne erbracht werden müssen. Dazu gehören:
► Mitgliederwerbung per LSV+ / DD
► Lead Generation & Cross-Selling
► Rekrutierung und Ausbildung der Dialoger*innen
► Kampagnengestaltung und Beratung
► Datenverwaltung
► Lettershop
Kriesbachstrasse 30 · 8600 Dübendorf
Telefon: +41 (0)44 5442248
info@voiss.ch | www.voiss.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.
Stallerstrasse 1 · 8906 Bonstetten
Telefon: +41 (0)44 7459292
Telefax: +41 (0)44 7459293
marketing@ibv.eu | www.ibv-solutions.com/de

SAZ Services AG

Sie suchen hier im Kleingedruckten nach einem erfahrenen Fundraising-Partner, der Ihre Anforderungen groß schreibt? Dann schauen Sie jetzt Ihre Augen und rufen Sie uns an. Wir sind Ihr Ansprechpartner wenn es um erfolgreiche Fundraising-Kampagnen geht:
► Neuspendergewinnung
► Spendenmailing
► Telefonische Spenderbetreuung (Lastschriften, Upgrades, Patenschaften, Bedankungen u. v. m.)
► Online-Fundraising
► Zielgruppen-Adressen
► Address-Services
► Strategische Beratung, u. v. m.
SAZ, Fundraising das wirkt.
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.fundraising-magazin.de

Das Fundraising-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 Erst-erscheinungstag.



Wenn Sie einem Freund, einer Kollegin oder einem engagierten Ehrenamtlichen eine Freude machen wollen, verschenken Sie das Fundraising-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@fundraising-magazin.de** oder **per Post** an Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden. Noch einfacher können Sie das Fundraising-Magazin im Internet abonnieren unter

www.abo.fundraising-magazin.de

Hiermit bestelle ich das Fundraising-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 Fundraising-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 Abonnent/in):

.....
Organisation / Firma
.....
Abteilung / Bereich
.....
Anrede Titel
.....
Vorname Name
.....
Straße Hausnummer
.....
PLZ Ort
.....
E-Mail-Adresse für den Rechnungsversand
.....
Datum, Unterschrift

Bitte senden Sie das Fundraising-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



Digitale Transformation

Einblicke in einen aktiven und strukturierten Kulturwandel der Welthungerhilfe

Vor drei Jahren führte die Welthungerhilfe einen breit angelegten Digitalisierungs-Check-up durch. Ein Ergebnis davon war das sogenannte Digital Transformation Office (DTO), dessen Leiterin Anja Sailer ist. Beim Deutschen Fundraising-Kongress sprach sie über Digital Leadership, hier gibt sie Einblicke in die Arbeit des DTO.

Von JAN UEKERMANN

Zu Beginn stand die Analyse. In Zusammenarbeit mit einer professionellen Beratungsgesellschaft wurden alle Bereiche, Prozesse und Abteilungen in Deutschland und einigen Projektländern der Welthungerhilfe auf den Prüfstand der Digitalisierung gestellt. „Das war sehr gut investiertes Geld“, sagt Anja Sailer, „denn so wurde erstmals umfassend deutlich, wo wir schon richtig gut waren,

aber eben auch die Knackpunkte.“ Sehr klar hat die Analyse zutage gebracht, dass der Kulturwandel, den die Digitalisierung mit sich bringt, bei der Welthungerhilfe bisher nicht ausreichend beleuchtet wurde. Somit lag ein Schwerpunktthema des zukünftigen Digital Transformation Office auf dem Tisch.

DTO-Leitung: IT-Spezialist oder Organisationsentwicklerin?

So wie Digitalisierung in unzähligen Organisationen angegangen wird, war es auch bei der Welthungerhilfe, und Anja Sailer spricht dabei von „digitizing projects“: aus analog sollte digital gemacht werden. Doch Digitalisierung ist viel mehr als das und bringt insbesondere einen kulturellen Wandel mit sich. Das war sicherlich auch ein wichtiges Kriterium bei der Besetzung der Leitung. Für

Anja Sailer, die lange den Engagement-Bereich bei der Welthungerhilfe geleitet und gerade eine Weiterbildung in Organisationsentwicklung absolviert hatte, war es eine perfekte neue Herausforderung.

Vier Dimensionen der Digitalisierung einer Organisation

„Für die Digitalisierung von Prozessen braucht es ganz klar Know-how im technisch Digitalen“, stellt Anja Sailer klar, die inzwischen seit zehn Jahren bei der Welthungerhilfe tätig ist. Ihr Team setzt sich aus Leuten zusammen, die bereits an digitalen Projekten gearbeitet oder hier sehr hohe Kompetenzen haben. Darüber hinaus wurde im Frühjahr 2021 eine Stelle „Culture & Change“ im Team geschaffen. Denn für Anja Sailer gibt es vier Dimensionen, an denen sich das

Digital Transformation Office immer wieder orientiert. Zum einen dreht es sich hierbei um Tool-Set-Software. Diese steht für die meisten bei der Digitalisierung im Vordergrund, greift alleinstehend allerdings viel zu kurz. Hinzu kommen Skill-Set-Kompetenzen: Hier heißt es, immer wieder aktiv Angebote zu machen und zu wiederholen, damit alle Kollegen weitergebildet und auf dem digitalen Weg mitgenommen werden können. Das Mindset sieht vor, sich bewusst mit den digitalen und kulturellen Veränderungen auseinanderzusetzen und Dinge auch mal zu antizipieren, wie beispielsweise Widerstand gegen Neues – der völlig normal ist.

Digitale Transformation – höchste Priorität

Den Abschluss bildet das Orga-Set, bei dem es darum geht, sich genau anzuschauen, wie die Strukturen der Organisation aussehen und was verbessert werden könnte. „Und

dann nicht nur reden, sondern ein, zwei Dinge rausgreifen und daran arbeiten“, erläutert Anja Sailer. Das DTO der Welthungerhilfe ist eine Stabsstelle des Vorstandes. Auch das ist Anja Sailer zufolge für einen erfolgreichen Kulturwandel entscheidend. Es kann nicht sein, dass ein solches Querschnittsthema, das die gesamte Organisation betrifft, irgendwo angegliedert ist.

Kulturwandel in der Praxis

Auf die Frage, wie sie das nun macht – Kulturwandel bei der Welthungerhilfe – antwortet Anja Sailer: „Wir spüren viel Begeisterung und Interesse für den Kulturwandel. Und mein Team gibt selbst sehr viel Energie in das Thema.“ Ein wichtiger Punkt sei ihr zufolge, die Leute zu inspirieren und zu unterstützen. Sie fügt hinzu: „Kulturwandel geht nur, wenn du die Werte der Organisation kennst. Diese immer wie-

der klar organisationsweit zu kommunizieren haben wir vorangetrieben.“ Während Führungskräfte in der Bonner Zentrale der Welthungerhilfe derzeit auf eine „Digital Transformation Journey“ geschickt werden, bei der sie praktisches Wissen erlangen wie beispielsweise agile Prinzipien und Projektführung mit Scrum (Vorgehensmodell im Projektmanagement, d. R.), bietet das DTO allen Mitarbeitenden Hilfe beim Einführen agiler Methoden an. Dazu gehören sowohl Trainings für digitale Kollaborationstools weltweite DTO Review Sessions als auch Peer2Peer-Support im sogenannten Culture Club – offene Treffen, bei denen ganz praktische Themen besprochen werden, wie beispielsweise Teammeetings besser strukturiert oder bestimmte Projekte digital besser abgebildet werden können. Anja Sailer ist überzeugt: „Der Kulturwandel soll die Welthungerhilfe effizienter machen – aber er darf auch Spaß machen.“

FUNDRAISINGBOX 

NEU: FUNDRAISINGBOX ESSENTIALS

Die Fundraising-Software für Einsteiger*innen

- ✔ Online-Spendenformulare
- ✔ Einfache Spendenverwaltung
- ✔ Alle wichtigen Zahlungsarten
- ✔ Sichere Zahlungsabwicklung direkt auf Ihr Spendenkonto
- ✔ Keine IT-Kenntnisse erforderlich
- ✔ Einzel- und Dauerspends sammeln

fundraisingbox.com/essentials

KEINE
MONATLICHEN
FIXKOSTEN

KEINE
BINDUNG

Fundraising für Bauprojekte

Frühzeitige Einbindung in den Planungsprozess lohnt sich

Bauprojekte stellen fast jede Organisation vor große Herausforderungen. Deutliche Kostensteigerungen erschweren zudem eine sichere Finanzplanung. Umso erstaunlicher ist es, wie oft mögliche Zuschüsse und Erträge nicht genutzt werden.

Von JÖRG GÜNTHER

Der Neubau oder die Sanierung eines Gebäudes gehört für viele Organisationen zu den großen Herausforderungen. Ob Kindertagesstätten oder Schulen, Pflegeeinrichtungen, Kirchen, ob Museen und Theater – gebaut und saniert wird (eigentlich) immer. Neben der inhaltlichen Ausgestaltung stehen die Ausgaben häufig im Mittelpunkt – notgedrungen. Seit Jahren steigen die Baupreise, zum Teil im zweistelligen Bereich pro Jahr. Für die Finanzierung werden daher zusätzliche Eigenmittel immer wichtiger, um etwa ein Darlehen zu erhalten oder individuelle Anforderungen finanzieren zu können. Ein Zuschuss von Aktion Mensch oder Deutschem Hilfswerk, vielleicht auch durch eine Stiftung oder das Hoffen auf Spenden reichen nicht mehr aus.

Umso erstaunlicher ist es, wie viele Einnahmemöglichkeiten nicht genutzt werden. Ob staatliche Mittel – etwa für energieeffiziente Maßnahmen wie Dämmung, Wärme, Klima- und Kühltechnik –, Stiftungszuschüsse, Sponsoring oder Impact Investing bieten die Chancen auf zusätzliche Einnahmen.

Fundraising muss mitgedacht werden

Häufig wird das Fundraising zu spät eingebunden – meist erst, wenn die Planungen bereits abgeschlossen sind, der Bauantrag gestellt wurde und kaum noch etwas verändert werden kann. Da aber gerade bei staatlichen Zuschüssen auch Auflagen und bauliche Standards zu beachten sind, können



diese Mittel nicht mehr beantragt werden.

Stiftungen unterstützen nur Bauprojekte mit einem hohen Innovationsgrad und einem klaren Nutzen. Entsprechend behalten sie sich gerade bei großen Zuschüssen eine Mitsprache vor. Auch Großspender möchten sich zum Teil aktiv einbringen. Auf diese Erwartungen sollten sich Organisationen einstellen und sie bereits möglichst früh bei den Planungsprozessen einbinden – durchaus zwölf Monate, bevor der Bauantrag gestellt wird.

Der „Fundraising-Loop“

Dazu braucht es einen anderen Planungsprozess: Kommunikation und Fundraising müssen frühzeitig eingebunden werden. Als Agentur empfehlen wir, nach der ersten Ko-

stenschätzung eine Schleife einzulegen: den Fundraising-Loop. Um die Möglichkeiten im Fundraising zu ermitteln und die Förderbedingungen kennenzulernen, reichen die ersten Planungsunterlagen. Geprüft werden sollten mindestens folgende fünf Aspekte:

- Können staatliche Zuschüsse genutzt werden?
- Welche Stiftungen könnten das Projekt fördern?
- Wie sieht es mit Lotteriemitteln aus?
- Welche Großförderer lassen sich aktivieren?
- Bietet sich das Bauvorhaben für Kleinspender an?

Die Ergebnisse der Potenzialermittlung fließen dann sowohl in die Fundraising- als auch die Bauplanung ein. Dies wiederum führt zu einem angepassten Finanzplan.

Welches Potenzial liegt im Fundraising?

Ein Beispiel: Als für die Sanierung eines Bildungszentrums die Planungsentwürfe und eine erste Kostenschätzung vorlagen, wurde das Fundraising-Potenzial ermittelt und die damit verbundenen Vorgaben zusammengetragen. Durch das „Bundesprogramm energieeffizienter Gebäude“ sind Zuschüsse von 20 Prozent für die Wärmedämmung von Wänden, Geschossdecken und Dachflächen, die Erneuerung, den Ersatz oder einen erstmaligen Einbau von Fenstern und Außentüren möglich.

Außerdem gibt es Zuschüsse für die Erneuerung der Heizungsanlage im Gebäude (bis zu 45 %), den Einbau und die Erneuerung einer Lüftungsanlage und den Einbau und die Installation der Mess-, Steuer- und Regelungstechnik. Voraussetzung ist, dass bestimmte Standards bei der Energieeffizienz erreicht und die benötigte Energie

nachhaltig erzeugt wird. Da ist gutes Zusammenspiel zwischen Fundraising und Fachplanung erforderlich.

Freiwillige investive Maßnahmen

Ein anderes Beispiel: Ein Sozialverband kann über das Programm „Anpaso“ bis zu 90 Prozent der Ausgaben „für freiwillige investive Maßnahmen“ erstattet bekommen, um die Folgen des Klimawandels zu mindern. Das kann von der Nachrüstung von Jalousien, der Anschaffung von Sonnensegeln über eine Dachbegrünung bis zur Entsiegelung von Hofflächen und Maßnahmen des Hochwasserschutzes reichen.

Ein drittes Beispiel: Für den Neubau eines Bildungscampus konnten mehr als zehn Stiftungen identifiziert werden, die mit Beträgen zwischen 10 000 und 100 000 Euro Teilprojekte fördern wollten – von der Ausstattung bis zu Maßnahmen im Umweltschutz.

Mit einem modernen Planungsprozess und der frühzeitigen Einbindung von Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising kann jede Organisation im Bau-Fundraising zusätzliche Einnahmen gewinnen. Die frühzeitige Einbindung ermöglicht einen engen Austausch mit dem Architekten, den Fachplanern und der Fachabteilung. Der Start einer Spendenkampagne sollte erst erfolgen, wenn über die genauen baulichen Maßnahmen und die Zuschüsse Klarheit besteht. ■



Jörg Günther stärkt seit 2006 als Geschäftsführer der Fundraising-Agentur Zielgenau GmbH in Darmstadt gesellschaftliches Engagement von NGOs. Seit 25 Jahren begleitet der Architektensohn gemeinnützige Bauprojekte im Fundraising.

► www.agentur-zielgenau.de

frc spenden manufaktur
powered by adfinitas

Upgrade
Dankesanrufe
Begrüßung
Servicegespräche
Chat

Nachlasstelefonie
Dauerspendsengewinnung
Reaktivierung
Leads
Beratung

**WIR SPRECHEN
AUS ERFAHRUNG**



Mitglied im
Deutschen
Dialogmarketing
Verband e.V.



Incentives machen Spendenbriefe teurer

Kreative Mailings hängen immer stärker vom Versand-Dienstleister ab

Die Deutsche Post tut es schon wieder: Die Dialogpost wird 2022 um zwei Cent teurer. Dabei haben viele Non-Profit-Organisationen und Agenturen schon mit den gestiegenen Kosten durch die letzte Veränderung bei dem günstigsten Versandweg zu kämpfen. Mit Konsequenzen für die Strategien und Kosten im Fundraising.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Um zwei Cent verteuern sich ab 2022 Spendenbriefe bis 51 Gramm, die per Dialogpost der Deutschen Post versendet werden. Dabei hatte die Post erst 2020 die Kosten durch die Hintertür gesteigert. Die technischen Anforderungen für den Versand wurden so erhöht, dass Briefe, die das nicht erfüllten, fünf Cent mehr aufgebremmt bekamen. Diese Automationsfähigkeit bedeutet, dass Briefe stapelbar sein und die Maschinen der

Deutschen Post möglichst flüssig durchlaufen müssen. Das ist besonders für die Neuspenderwerbung eine Herausforderung, denn hier wird mittlerweile auch in Deutschland verstärkt mit Incentives, also kleinen Werbebeilagen im Brief, gearbeitet. In Österreich und der Schweiz ist das schon Standard.

Ausgerechnet für den günstigen 20-Gramm-Spendenbrief gelten in Deutschland viele technische Auflagen. Klas Brokmann, Geschäftsführer der Agentur adfinitas, wird da deutlich: „Der Einsatz von kreativen Incentives in Spendenbriefen ist durch die vorgeschriebene Automationsfähigkeit stark eingeschränkt worden. Da die Neuspendergewinnung schon teuer genug ist, gilt es nun, zusätzliches Strafporto, die Post nennt es freundlicherweise Produktionszuschlag, zu vermeiden. Das schränkt den Einsatz von kreativen Incentives natür-

lich noch mehr ein.“ Bei Briefen von 21 bis 50 Gramm beziehungsweise Großsendungen sind die Automationsanforderungen bei Weitem nicht so streng. Kostenmäßig sind die aber kaum eine Alternative.

Mehr Response durch Incentives

Die Klassiker wie Grußkarten, Adressaufkleber und Stickersheets gehen weiterhin und sind auch immer noch erfolgreich. Der Versand von Stiften, also von nicht stapelbaren Incentives – gern genutzt zum Beispiel bei Spenderbefragungen – ist nun deutlich schwieriger. „Also, gehen tut alles – es ist halt nur teurer“, bringt es Brokmann auf den Punkt. Seine Kunden nutzen mittlerweile alle Incentives für die Neuspendergewinnung. Andere sind da verhaltener. Bei der Agentur und Druckerei van Acken, die viele christliche Hilfswerke als Kunden

habt, ist das Thema Incentives fast ein Tabu: „Im Bereich der Neuspender können wir nur sehr bedingt den Einsatz von Incentives empfehlen. Das hängt immer von den Zielen der jeweiligen Organisationen ab. Daher liegt bei uns der Anteil lediglich bei rund fünf bis zehn Prozent“, berichtet Inhaberin Anja Raubinger. Aus ihrer Sicht sollte man genau überlegen, wann man Incentives wirklich einsetzt. „Ein Einsatz von Incentives erhöht die Response-Rate, verringert jedoch die Durchschnittsspende erheblich, und die Spenderbindung muss gut durchdacht werden. Zudem wird häufig eine Erwartungshaltung aufgebaut, welche man dann auch bedienen muss.“ Wird ein Spender also durch ein Incentive gewonnen, gewöhnt er sich schnell an diese Zusatzgabe. „Im Bereich der Hausliste kann eine Bedankung mit einem Incentive Wertschätzung ausdrücken, sollte jedoch nicht zu Irritationen führen“, warnt die Expertin auch hier.

An der Stelle stellt sich dann die Frage: Gibt es Alternativen? Bei anderen Postzustellern als dem Gelben Riesen beschränkt sich die Automationsfähigkeit mehr auf Format und Adressfeld als auf den Inhalt. Hier ist also mehr möglich.

Alternative Zusteller nutzen

Auch Alexander Thurow, Geschäftsführer bei der Fundraising-Agentur marketwing, hat sich auf die neuen Bedingungen eingestellt: „Wir haben uns teilweise konzeptionell den neuen Bedingungen angepasst, setzen aber weiterhin Incentives ein.“ Aus Kostengründen arbeitet auch er mit alternativen Postdienstleistern. Er warnt aber auch davor, dass ein Incentive den Unterschied machen könnte. „Der Einsatz von Incentives kann ein wichtiger Erfolgsfaktor sein!“ Er empfiehlt aber genaue Zielgruppenstudien und -definitionen und individuelle Adress-Segmen-

tierungen sowie aussagekräftige Tests mit entsprechender Kosten-Nutzen-Analyse. Eine Standardlösung gäbe es nicht. „Jede NPO und jede Spenderzielgruppe tickt hier ein wenig anders“, so Thurow.

NGOs finden hier kaum Gehör

Wohl dem, der wie in Österreich seine Post mit Sondertarifen für gemeinnützige Organisationen zwar langsamer, aber kostengünstiger versenden kann. Davon ist man in Deutschland weit entfernt. „Die angekündigte Portoerhöhung für NPO zeigt einmal mehr, welch geringes Gehör die Organisationen bei der Bundesnetzagentur finden. Die Diskussion eines Sonderportos müsste viel intensiver und nachhaltiger von Seiten des Fundraising Verbands geführt werden“, kritisiert Anja Raubinger. Sie setzt deshalb mehr auf den Dialogmarketing-Verband und dessen Kontakte. ■



Grußkarten: Es gibt Millionen Motive, Tausend Anlässe, aber **nur einen Grund!**

Karten sind beliebte Beigaben im Spendenbrief. Was zahlt sich wirklich aus? In welcher Menge? Mit welchen Alternativen? Fragen Sie nach unseren Erkenntnissen aus der Wirkungsforschung. Eines werden Sie vermutlich schon wissen: Kleine Aufmerksamkeiten wirken!

Von Sichtbarmachen bis Schock-Effekt

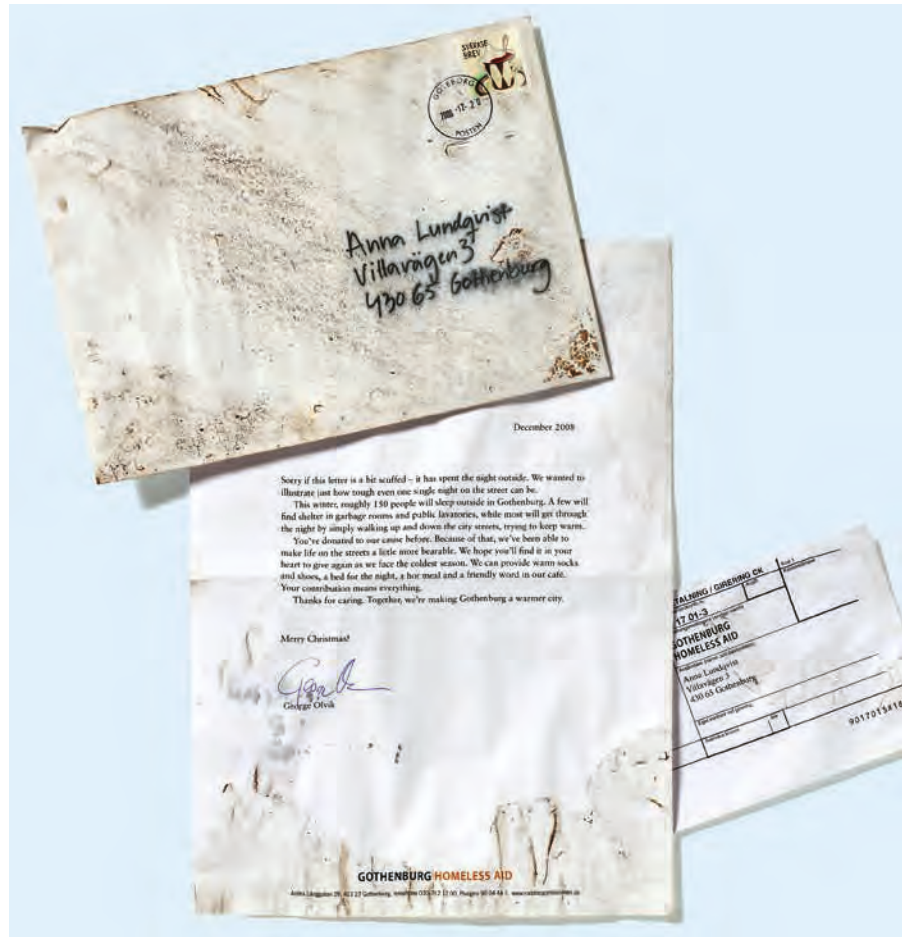
Erfolgversprechende Fundraising-Strategien für schwierige Themen

Es gibt schwierige Themen im Fundraising. Sterben und Wohnungslosigkeit gehören dazu. Doch trotzdem gibt es Menschen, die für diese Themen spenden. Dabei wenden die Organisationen verschiedene erfolgversprechende Fundraising-Strategien an.

Von KURT MANUS

Warum spenden Menschen für Kinder und Tiere lieber als für Wohnungslose und Drogenabhängige? „Weil die nichts für ihr Schicksal können“ – das ist die häufigste Antwort auf diese Frage unter Fundraising-Experten. Dabei könnte jeder von Wohnungslosigkeit betroffen sein. Nach einer Studie der Gesellschaft für innovative Sozialforschung und Sozialplanung e. V. zur Wohnungs- und Obdachlosigkeit sind Mietschulden mit 85 Prozent einer der häufigsten Gründe für Obdachlosigkeit. Hinzu kämen oft Trennungen, Schicksalsschläge, Krankheiten und der Verlust der Arbeit. Einer Studie der Caritas zufolge haben jedoch nur vier Prozent der Deutschen überhaupt persönliche Kontakte zu Obdachlosen. Das Thema ist unsichtbar.

Eine Strategie, dem zu begegnen, ist es, Wohnungslosigkeit sichtbar zu machen. Noch in Erinnerung ist die preisgekrönte Mailingkampagne von Gothenburg Homeless Aid (Foto), die ihren Spendenbrief in einen Straßengraben werfen und am nächsten Morgen von Obdachlosen einsammeln und trocknen lies. Danach wurden die handbeschrifteten Briefe per Post versandt. Im ersten Satz stand: „Bitte entschuldigen Sie, aber der Brief hat eine Nacht auf der Straße verbracht.“ So wurde Obdachlosigkeit plötzlich fühlbar. Die Spendenaktion war ein großer Erfolg. Auch die Kältehilfe-Aktion der Berliner Stadtmission baut in guter Regelmäßigkeit darauf, die Menschen besonders in jener Jahreszeit überzeugen zu wollen, in der man sich am wenigsten vorstellen kann, auf der Straße zu leben – im kalten Winter.



Eine andere Strategie, Aufmerksamkeit zu wecken, ist der Schock-Effekt. Auch im Tierschutz ein gern angewandtes Thema, wenn zum Beispiel Jagdgegner nackt, blutüberströmt und publikumswirksam im Eingangsbereich von Jagd-Messen liegen.

Der Schock ist nur der Aufhänger

Spenden erhält man hier als Stellvertreter. Denn Menschen suchen eigentlich nicht die Konfrontation, finden es aber gut, wenn es andere für sie tun. Der Spender sucht sich einen Stellvertreter, der für ihn kämpft. Das Spendenziel ist also gar nicht unbedingt in erster Linie das Thema, sondern der Aktivist oder die Aktivistin, die sich darum kümmern.

Nachteilig an der Schock-Strategie ist, dass sich dadurch viele Menschen auch abgestoßen fühlen. Sie versuchen, solche Bilder im Kopf lieber zu vermeiden.

Stellvertreter-Fundraising

Deshalb versuchen andere Organisationen, die Menschen nicht direkt mit Tabus zu konfrontieren, sondern sammeln Gelder über Dritte. Beispiele findet man hier besonders im Hospizbereich. Auch zu Corona-Zeiten gab es beispielsweise Livestreams von Künstlern zugunsten von Hospizen. Der Tod, der oberflächlich mit dem Hospiz verbunden ist, rückt dabei in den Hintergrund, weil auch hier der Akteur, der sich engagiert, in

den Vordergrund rückt. Da passt es auch, dass diese Künstler ihre eigene Fanbase auf das Thema aufmerksam machen. Ein gelungenes Fundraising-Beispiel sind hier auch die Kondolenzspenden, die besonders in diesem Bereich sehr gut funktionieren. Es wird quasi als letzte Ehre gesehen, dem Hospiz im Sinne der oder des Verstorbenen eine Spende zukommen zu lassen. Das funktioniert natürlich auch mit Geburtstagsspendenaktionen, bei denen Jubilare auf Blumen und Geschenke zugunsten eines Hospizes oder auch für andere Themen verzichten.

Respekt vor dem Sterben

Ein Beispiel, wie das Thema Tod ins Bewusstsein rücken kann und die NGO dennoch Spenden erhält, ist der „Wünschewagen“ des Arbeiter Samariter Bundes, der todkranken Menschen letzte Wünsche erfüllt. Ein medizinisch ausgestatteter Transporter bringt

diese Menschen an gewünschte Orte: ins Delfinarium, zu alten Freunden, an die See oder ins Gebirge. Den Spendern ist hier klar, dass diese Menschen unheilbar krank sind und sterben werden. Ihnen den Abschied aber leichter zu machen, also Mitleid oder auch Respekt vor dem letzten Wunsch zu zeigen, ist eine mächtige Motivation für das Fundraising. „Mit dem Wünschewagen schafft man es, über Emotionen ein solches Tabu-Thema wieder näher ranzuholen“, beschreibt es eine Mitarbeiterin des ASB in einem Video.

Überhaupt hat sich der Umgang mit dem Tod in den letzten Jahren gewandelt. Dazu haben sicher auch die Allgegenwärtigkeit des Todes in den Medien, aber auch in der Werbung beigetragen. Dazugekommen ist das Thema Vorsorge. Gerade in der Corona-Zeit haben viele Organisationen gemerkt, dass die Nachfrage nach Themen wie Testament und Vorsorgevollmacht deutlich

gestiegen ist. Deshalb bieten aktuell viele Organisationen auch Gesprächsmöglichkeiten per Zoom, Informationsvideos und sogar Livestreams mit Testamentsberatung an. Hier zählt also der Servicegedanke, der von potenziellen Testamentgebern dankbar wahrgenommen wird.

Offensiv: Sargbau-Workshop

Wie sich offensiv mit den Themen Tod und Sterben umgehen lässt, zeigte der Sargbau-Workshop des Lazarus-Hospizes in Berlin anlässlich des Welt-Hospiztags 2018. „Es geht primär darum, seine Haltung dem eigenen Sterben gegenüber zu reflektieren. Die Teilnehmer sollen über den Sinn des Lebens nachdenken und lernen, ihre Lebenszeit zu genießen“, erläuterte Lydia Röder, Leiterin des ambulanten Lazarus-Hospizdienstes der „Berliner Zeitung“ gegenüber. ▣

STRUKTURIEREN SIE IHRE PROZESSE

UNITOP NPO FUNDRAISING



Sie helfen Menschen -
wir helfen Ihnen





Potenzielle Spender bekommen ein Gesicht

Wie sinnvoll ist das Arbeiten mit Personas?

Erfolgreiches Fundraising steht und fällt mit einer auf die Zielgruppe angepassten Kommunikation. Wer Fundraising betreibt, ohne sich vorher Gedanken über seine Zielgruppe und eine entsprechende Ansprache zu machen, kann seine Spendenwerbung auch vom Flugzeug abwerfen und hoffen, dass jemand die Flyer aufhebt. Doch was kann man erreichen, wenn Kenntnisse über Erwartungen, Ziele, Motive und Bedürfnisse potenzieller Spender vorliegen? Wie könnte das Fundraising davon profitieren?

Von HANS-JOSEF HÖNIG

Im Fundraising sind wir gewohnt, mit Zielgruppen zu arbeiten, häufig mit solchen, die mittels der RFM-Analyse erstellt wurden. Auch wenn die Zielgruppe noch so genau mit den Kriterien RFM erfasst ist, tritt sie doch als anonyme Masse in Erscheinung. Sie wirkt wenig greifbar, was Empathie sehr schwierig macht. Damit sind wir beim Thema „Arbeiten mit Personas“ angelangt. Erstellt man Personas, die diese Zielgruppe oder Teile davon darstellen, gestaltet sich eine spenderorientierte Vorgehensweise ganz anders: Die potenziellen Spender be-

kommen ein Gesicht. Wir sind nun in der Lage, zu verstehen, wie sich unsere Spender verhalten.

Fiktiver Urtyp einer Spender-Gruppe

Ziel der Persona-Methode ist die Entwicklung von Nutzermodellen, die Personen einer speziellen Zielgruppe mit bestimmten Merkmalen charakterisieren. Eine Persona stellt demnach einen fiktiven Urtyp für eine Gruppe von Spendern dar. Die Personas helfen, sich in deren Lage zu versetzen und ihre Perspektive im Spendenprozess einzunehmen. Fundraiser können durch die Bildung von Personas besser verstehen,

wie potenzielle Spender denken, fühlen und handeln, was ihre Motivationen und Ziele sind. Bei dem Einsatz von Personas im Fundraising wird erarbeitet, in welchem Kontext, in welcher Sprache und Bildwelt das Projekt und die Geschichten rund ums Projekt für die Spendenaktionen optimiert werden können.

Bei der Arbeit mit Personas geht es stets darum, möglichst genau herauszufinden, welche Art Mensch auf unseren Spendenaufruf mit einer Spende reagieren wird. Dazu werden verschiedene Personas erstellt, mit denen man bei der Projektentwicklung, den Fundraising-Aktionen und dem Spender-Service arbeitet. Immerhin würde doch kein Fundraiser denselben Schreibstil im Mailing sowohl für eine Gruppe von Rentnern als auch für ein junges Publikum verwenden, oder?

RFM-Analyse

Eine RFM-Analyse als Marketinginstrument dient der Strukturierung von Kundengruppen über ein Ranking. Entscheidend sind dabei die verhaltensbasierten Merkmale Recency (Aktualität), Frequency (Häufigkeit) und Monetary Value (Geldwert oder Umsatz).

Merkmale und Eigenschaften

Für den Erfolg der Fundraising-Aktionen ist entscheidend, mit welchen Merkmalen und Eigenschaften Personas ausgestattet werden. Denn der Zweck des Einsatzes entscheidet darüber, wie detailliert Sie Personas er-

stellen und mit welchen Schwerpunkten. Dabei sollte die Menge der Eigenschaften einer Persona groß genug sein, damit sie einer echten Person entspricht. Hierbei liegt der Fokus besonders auf kommunikations- und aktionsrelevanten Merkmalen. Denn nur so lassen sich die Personas sauber unterscheiden und dementsprechend mit unterschiedlichen Kommunikationsmaßnahmen ansprechen. Für das Fundraising sollten drei bis fünf verschiedene Personas eine realistische Vorgabe sein (große Wirtschaftsunternehmen arbeiten weltweit mit zehn Personas). Die Grundmerkmale sind bei allen Personas gleich und machen das Profil einer Persona aus.

Konkrete Daten als Grundlage

Wie erstellt man nun eine Persona? Wie bereits aufgeführt sind Personas fiktiv. Das heißt aber nicht, dass man nun so einfach ein paar Personas erfinden könnte. Zwar denken wir uns aus, wie eine Persona konkret aussieht, welche Eigenschaften und Bedürfnisse sie hat. Aber Grundlage bilden immer verfügbare Daten – Informationen und Erkenntnisse über die vorhandenen Spender. Die Erstellung einer Persona kann sich beispielsweise in fünf Schritten vollziehen.

1. Bereitstellung von Basisinformationen: Das Data Clustering des Eigenbestandes birgt Potenzial. Aus den Daten können oftmals trennscharfe Cluster erstellt werden. Diese bilden dann ein Grundgerüst für die Erstellung der Personas. Ferner werden demografische und geografische

Merkmale (Alter, Geschlecht, Herkunft etc.) bis hin zum Spendenverhalten berücksichtigt und fließen in die Persona ein.

2. Festlegung der Anzahl von Personas: Dies ist abhängig von der Strategie und den Projekten einer Organisation und kann daher nicht einheitlich beantwortet werden. Prinzipiell benötigt man dann eine Persona, wenn diese Eigenschaften aufweist, die sie von anderen Personas unterscheidet und sich als Folge auch Konsequenzen für die Kommunikation ergeben. Also Unterscheidungsmerkmale, die eine spezifische Ansprache notwendig oder sinnvoll machen. Daher macht es nur dann Sinn, eine Persona zu beschreiben, wenn sie sich in kommunikationsrelevanten Merkmalen von anderen Personas unterscheidet. Also: So wenige Personas wie möglich, aber so viele wie nötig.

Zusätzlich relevante Themen

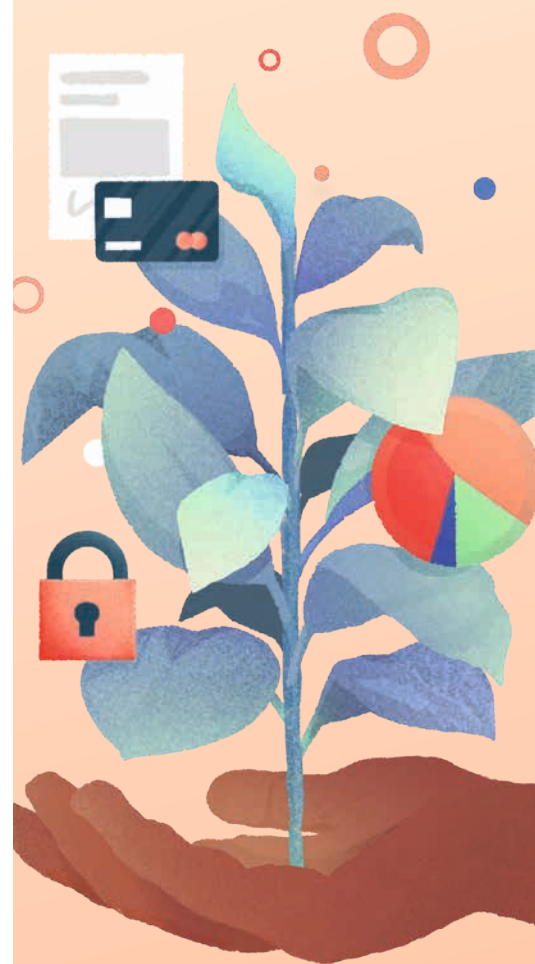
3. Festlegung der relevanten Eigenschaften zur Beschreibung einer Persona: Hier spielt das Online-Fundraising eine tragende Rolle, da sich hier das Verhalten von potenziellen Spendern sehr gut nachvollziehen lässt. Gerade in der Startphase der Donor-Journey, in der es um Aufmerksamkeit geht und noch kein konkreter Bedarf nach dem Angebot der Organisation seitens potenzieller Spender besteht, hilft es zu wissen, mit welchem Thema – außer mit der Unterstützung des Projektes – noch Interesse geweckt werden kann. Auch Medien-Nutzungsgewohnheiten der Spender sollten berücksichtigt... ▶

Grundmerkmale einer jeden Persona

- ein echter Name, den Sie auch verwenden, wenn Sie mit der Persona arbeiten, und ein Symbolfoto
- biografische Daten wie Alter, Geschlecht, familiäre/soziale Situation, Ausbildung
- berufliche Tätigkeiten und Interessen sowie Freizeitaktivitäten, Einstellungen, Wünsche, Bedürfnisse, Werte und Motive, aber auch Abneigungen
- Träume, Hobbys, Beschäftigungen und Kommunikationskanäle, eventuell ein Leitsatz oder Lebensmotto

Lass unsere Technologie für dich arbeiten

Mit RaiseNow erreichst du dank leistungstarker Tools deine Spendenziele, gewinnst und bindest mehr Spender:innen und optimierst die Donor Journey deiner Unterstützer:innen.



RaiseNow

Die All-in-one-Plattform für erfolgreiches Fundraising



Scanne mich!
raisenow.com/fm

... werden. Schließlich geht es am Ende nicht nur darum, relevante Themenfelder für die Personas zu entwickeln, sondern mit Blick auf die Donor-Journey die richtige Ansprache und den passenden Content zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu platzieren.

Relevante Eigenschaften für Personas können beispielsweise aus soziografischen oder neurowissenschaftlichen Typologien (Limbic Types/Limbic Map) oder Milieustudien und der Marktforschung entnommen werden.

4. Erstellung einer Persona-Card: Aus den bisher ermittelten Merkmalen für eine Persona wird eine Persona-Card erstellt. Eine Persona-Card enthält beispielsweise persönliche Grunddaten mit Foto, berufliche Grunddaten, Beschreibung der persönlichen und beruflichen Lebenswelt, psychologische Bedürfnisse, den spendenbezogenen Kontext, Bedürfnisse bezogen auf die gemeinnützige Organisation und das Kommunikationsverhalten.

5. Verifizierung der Persona (und der damit verbundenen Hypothesen): Bis auf einige Grunddaten, die durch Analyse des Spenderbestandes ermittelt wurden, bestehen alle Annahmen zu Personas aus Hypothesen. Zur Bestätigung dieser Hypothesen werden folgende Methoden eingesetzt: Befragung der Spender in Bezug auf die erstellten Profile. Hierbei erhält man unter Umständen weitere Informationen, die dann in die jeweiligen Profile einfließen. Die Befragung kann schriftlich oder telefonisch erfolgen. Mittels Interviews mit Spendern lassen sich Profile ergänzen oder gegebenenfalls korrigieren. Ferner sind auch Fokusgruppen (5 bis 10 Personen) zur Überprüfung der Hypothesen möglich.

Erfolgreiche Beispiele anderer Organisationen

Wie können nun der Ablauf und der entsprechende Zeitaufwand zur Erstellung von Personas aussehen? Das Projekt startet mit einem Kickoff, indem das Projektteam gebildet wird und alle Beteiligten über Per-

sonas und die Möglichkeiten, mit Personas zu arbeiten, informiert werden. Hilfreich können auch erfolgreiche Beispiele von anderen Organisationen oder aus der Wirtschaft sein. Die Vorbereitung beinhaltet Literaturstudium, Recherche, Aufbereitung der Unterlagen und dergleichen. Anschließend erfolgen die Formulierung der Anforderung an die EDV, die Analyse des Datenbestandes, die Interpretation der Ergebnisse und die Aufbereitung für einen Workshop. In dem Workshop werden die Analyseergebnisse präsentiert und diskutiert. Es werden Kriterien zur Beschreibung der Personas erarbeitet und Inhalte unter Einbezug der Limbic Map festgelegt. Hinzu kommt die Bildung von Hypothesen zur Erstellung der Donor-Journey pro Persona. Das Ergebnis sollten drei bis fünf Personas inklusive der jeweiligen Donor-Journey sein. Auf Grundlage dieser „vorläufigen“ Personas wird ein Fragebogen (on- und offline) konzipiert, um anhand der Ergebnisse der Befragung die Personas mit den dazugehörigen Donor-Journeys zu verifizieren. Erforderliche Arbeitsschritte sind die Erstellung des Fragebogens, die Auswahl der Testmenge, das Verschicken von Remindern (falls erforderlich) und die Auswertung sowie Aufbereitung für die Präsentation der Ergebnisse.

Kontinuierliche Korrekturen der Personas

In einem anschließenden Workshop werden die Ergebnisse diskutiert und gegebenenfalls Anpassungen an den Personas vorgenommen. Als letzter Schritt zur finalen Erstellung der Personas sollte auch eine qualitative Befragung (Interviews an Stichprobe) mit anschließender Auswertung erfolgen. Dazu müssen die Interviews aufbereitet werden, Einladungen von Probanden entsprechend den Kriterien der jeweiligen Personas erfolgen, Interviews durchgeführt und ausgewertet werden. Anschließend werden, falls erforderlich, nochmals letzte Korrekturen an den Personas vorgenommen. In einem weiteren Workshop erfolgt nun die finale Erstellung der Personas und Präsentation in der Organisation. Nun muss noch

eine Strategie zur Einführung der Personas in der Organisation und zum Arbeiten mit Personas erstellt werden.

Insgesamt kann so die Entwicklung der Personas über 24 Wochen dauern. Dieser Zeitraum ist nicht ungewöhnlich und entspricht je nach Belastung der internen Mitarbeiter auch dem Zeitbudget in der Wirtschaft.

Aktualisierung der Personas

Alle ein bis zwei Jahre sollten Personas aktualisiert werden, denn sowohl der Spendenmarkt als auch das Verhalten der Spender verändert sich. Hinzu kommen technische Neuerungen (mobile Endgeräte), Veränderungen im Kommunikationsverhalten sowie der demografische Wandel.

Wenn Sie Personas erstellen, dann machen Sie es gründlich! „Persona-Schnellschüsse“ können sehr teuer werden, wenn Strategien auf Basis derartiger Personas entwickelt werden. Es zahlt sich nicht nur aus, sondern ist auch dringend erforderlich, deutlich mehr Zeit als nur einen kurzen Workshop zu investieren. Somit lässt sich vermeiden, dass es nach einem halben Jahr heißt: „Personas taugen nichts, wir haben keine guten Erfahrungen gemacht.“

Es gibt jedoch eine kleine Ausnahme, die sogenannten Ad-hoc-Personas. Sie werden oftmals im Neuspenderbereich angewendet, wenn man eine ganz spezielle Zielgruppe im Auge hat, oder bei kleinen Organisationen, die so wenige Spender haben, dass eine Analyse nicht aussagefähig ist. Aber auch Ad-hoc-Personas müssen im Zeitablauf überprüft und gegebenenfalls angepasst werden. ■



Der profilierte Fundraiser **Hans-Josef Hönig**, Träger des Deutschen Fundraisingpreises 2019, verstärkt seit Mai 2019 das Team der GFS Fundraising Solutions GmbH. Als Mitglied der Geschäftsführung bringt er seine Erfahrung und sein Wissen für die Kunden der GFS ein.

► www.gfs.de

**noma**

Kindern ihr Lächeln wiedergeben

„4.833 an Noma erkrankten Kindern konnten wir rettende Operationen ermöglichen – weil es uns gemeinsam mit marketwing gelungen ist, zahlreiche treue Spender für die Unterstützung der Arbeit der Hilfsaktion Noma e.V. zu gewinnen. Wir verlassen uns dabei auf ein Team aus erfahrenen Profis, das ebenso wie wir mit ganzem Herzen dafür kämpft, die grausame Infektionskrankheit Noma endlich zu besiegen.“

Ute Winkler-Stumpf, 1. Vorsitzende und Gründerin der Hilfsaktion Noma e.V.

Erfahren Sie mehr über die Geschichte der Hilfsaktion Noma e.V.:

Das geschenkte Lächeln: Mein Einsatz für Kinder in Afrika

von Ute Winkler-Stumpf, Gertrud Teusen

Taschenbuch: 224 Seiten

Verlag: mvg Verlag

ISBN: 9783868828894

Preis: 16,99€



+++ Bitte überzeugen Sie sich rechtzeitig auf der Website des Anbieters, ob die Veranstaltung in Präsenz oder digital durchgeführt wird +++

8. Dezember 2021,
17-19 Uhr, Berlin
Kostenfreie Teilnahme!



19. StiftungsIMPACT:
Reformierung des
Stiftungs- und Gemein-
nützigkeitsrechts

www.ESV-Akademie.de/Stiftungsrechtsreform

ESV AKADEMIE
www.ESV-Akademie.de/newsletter twitter.com/ESV_Akademie

8. ONLINE FUNDRAISING FORUM 2022

DIGITAL EXPERT:INNEN ZEIGEN ADVANCED DIGITAL TRENDS FÜR IHR FUNDRAISING

15.02.2022
Design Offices
Köln

17.02.2022
Kulturhaus Kosmos
Zürich

Fundraising Symposium

Digitaler Wandel
im Fundraising

24. & 25. MÄRZ 2022
GOETHE-UNIVERSITÄT
FRANKFURT AM MAIN

fundraising-symposium.de

n|w Fachhochschule
Nordwestschweiz

**Berufsbegleitend
Fundraising und
Kommunikation
für NPO studieren**

www.fhnw.ch/weiterbildung

Fundraising TAGE

MÜNCHEN, 10. MÄRZ 2022
GELSENKIRCHEN, 17. MAI 2022
STUTTGART, 1. JUNI 2022

INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Kurzgefasst...

Gutes Texten

Auch schreiben für die gute Sache kann man lernen. Das Handwerkszeug dafür vermittelt das Seminar von Swissfundraising im Januar. Dabei werden relevante Regeln des Textens vorgestellt, griffige Einstiege und prägnante Problemskizzen geübt. Im Tandem und in der Gruppe wird getextet, präsentiert, werden Spannungsbögen und Geschichten ausprobiert. Ziel ist, adressatengerecht zu schreiben sowie sprachliche Sicherheit zu gewinnen.

Schreiben für die gute Sache – Seminar für überzeugende Fundraisingtexte am 18. Januar in Bern

► www.swissfundraising.org

Stiftungen für München

Nachdem die letzte Ausgabe des Münchner Stiftungsfrühlings abgesagt werden musste, will die bayrische Landeshauptstadt im kommenden März wieder informieren, vernetzen und alle Interessenten zum Mitmachen einladen. Rund 130 Stiftungen präsentieren sich eine Woche lang einer breiten Öffentlichkeit. Die Ziele sind, die Arbeit der Stiftungen für alle erlebbar zu machen und neue Stifter zu gewinnen.

Münchner Stiftungsfrühling 2022 vom 18. bis 24. März in München

► www.muenchnerstiftungsfruehling.de

Hochschul-Fundraising

Der Deutsche Hochschulverband bietet im März in Berlin wieder das Hochschul-Fundraising-Event des Jahres. Versprochen werden wie immer spannende Vorträge aus der Praxis, aktuellste Trends für das Hochschul-Fundraising und wertvolle Kontakte für das eigene Netzwerk. Im Rahmen der Veranstaltung wird auch der DACH-Hochschul-Fundraising-Preis verliehen, für den noch bis 31. Dezember die Bewerbung möglich ist.

DHV-HRK-Fundraising-Kongress am 28. März 2022 in Berlin

► www.hochschulverband.de

Fundraising-Lehrgang 2022

Anfang April startet IBPro in München wieder den jährlichen Fundraising-Lehrgang, bei dem die Teilnehmer (ausschließlich bei Präsenz-Terminen) sechs Module durchlaufen, die Themen wie Öffentlichkeitsarbeit, Organisationsentwicklung und natürlich die Grundlagen des Fundraisings abdecken. Das Buch „Fundraising-Praxis vor Ort“ gibt's für alle Teilnehmer dazu. Bereits im Februar findet ein Informationsabend zum Lehrgang statt.

Fundraising-Lehrgang vom 6. April bis 28. Juni 2022 in München; kostenloser Informationsabend am 8. Februar

► www.ibpro.de

Legate

Wird eine NGO als Nachlassempfänger eingesetzt, kommt es nicht selten vor, dass die Organisation Teil einer Erbengemeinschaft ist. Das Web-Seminar der DIGEV widmet sich im Dezember genau diesem Thema, bietet einen Überblick über die Abwicklung von Erbengemeinschaften und zeigt auf, worauf besonders zu achten ist, um Rechtsstreitigkeiten innerhalb von Erbengemeinschaften zu vermeiden. Stichpunkte sind dabei unter anderem die Erfüllung von Verbindlichkeiten, der Umgang mit Testamentsvollstreckung und die Frage, was eine Erbengemeinschaft überhaupt im rechtlichen Sinn ist.

DIGEV-Web-Seminar „Die NPO als Teil der Erbengemeinschaft“
am 9. Dezember

► www.digev-ev.de

Digitaltrends

KI, Data Mining, Automation und Multichannel: Das nächste Online-Fundraising Forum, veranstaltet wie immer von AZ Fundraising, bietet wieder Einblicke in die neuesten Trends des digitalen Fundraisings. Mit dabei sind Referenten von Unicef Deutschland und dem Schweizer Hilfswerk Swissaid. Die Veranstaltung in Köln wird hybrid mit Präsenzmöglichkeit und der Option der digitalen Teilnahme angeboten. Das Event in Zürich wird ausschließlich als Vor-Ort-Veranstaltung organisiert. Die Teilnahme ist wie immer für alle Interessenten kostenlos, weshalb eine vorherige Anmeldung unbedingt notwendig ist.

8. Online-Fundraising-Forum 2022
am 15. Februar in Köln,
am 17. Februar in Zürich

► www.az-fundraising.de

+++ Bitte überzeugen Sie sich rechtzeitig auf der Website des Anbieters, ob die Veranstaltung in Präsenz oder digital durchgeführt wird +++

Großspenden

Eine kompakte, berufsbegleitende Weiterbildung zum Großspenden-Fundraiser bietet ab März wieder das Major Giving Institute. Drei Seminarblöcke zu jeweils drei Tagen bilden den Rahmen für ein umfangreiches Programm. Engagierte Mitarbeit vonseiten der Teilnehmer wird dabei vorausgesetzt, insbesondere durch Kurzreferate sowie die Vorstellung aktueller Projekte und Fortschritte im Großspenden-Fundraising. Zum Abschluss der Seminarblöcke werden konkrete nächste Schritte für die Zeit bis zum nächsten Block besprochen – quasi „Hausaufgaben“. Individuelles Coaching ist ebenso Teil des Kurses.

Weiterbildung Großspenden-Fundraiser/-in vom 24. März bis 10. September 2022 an unterschiedlichen Veranstaltungsorten

► www.major-giving-institute.org

Stiftungsrecht

Das Jahresforum Stiftungen 2022 wird als Präsenzveranstaltung für Anfang Februar in Düsseldorf geplant, wobei eine digitale Teilnahme ebenso möglich sein wird. Diese ist allerdings nur für die Themenbereiche Stiftungs-, Gemeinnützigkeits- und Stiftungssteuerrecht möglich. Im Mittelpunkt des Jahresforums 2022 stehen insbesondere kommende Änderungen durch die im Juni 2021 beschlossene Stiftungsrechtsreform und die Auswirkungen der jüngsten Gemeinnützigkeitsrechtsreform. So spricht unter anderen Lukas Löhlein, Juniorprofessor der WHU am Institut für Management und Controlling, zum Thema „Wirkungsmessung – zwischen Illusion und Relevanz“.

Jahresforum Stiftungen 2022

am 7. und 8. Februar 2022 in Düsseldorf (Präsenz)

► www.stiftungsakademie.de

Jahrestagung

Anfang Februar will die Jahrestagung „Non-Profit-Organisation“ des Euroforums einen Überblick über das aktuelle Steuerrecht gemeinnütziger Einrichtungen geben und bietet dafür Diskussionsrunden, Vorträge und Workshops. Das detaillierte Programm kann online angefordert werden. Eine Besonderheit ist die hybride Ausgestaltung der Tagung. Die Tickets vor Ort sind limitiert; eine digitale Teilnahme ist zum reduzierten Preis möglich.

Non-Profit-Organisation 2022 vom 2. bis 4. Februar 2022 in Düsseldorf und online

► www.euroforum.de/npo-tagung

CRM

Customer Centricity und Customer Experience, Automatisierung und Individualisierung, Transformation und Integration: Das 12. German CRM-Forum wird Mitte Februar ebenso hybrid angeboten: Wer nicht in Frankfurt dabei sein kann, erhält digital den Zugang zum Live-Stream der Vorträge und Diskussionen aus dem Hauptraum, den Zugang zu Präsentationen und Videos sowie virtuelle Networking-Möglichkeiten.

12. German CRM-Forum am 16. und 17. Februar in Frankfurt

► www.germancrmforum.de

Sozialwirtschaft

Resilienz, Wettbewerb, Nachhaltigkeit – unter dieser Trias wird der nächste Kongress der Sozialwirtschaft im März in Magdeburg stattfinden. Das komplette Programm war zu Redaktionsschluss noch nicht veröffentlicht, einige Rahmenpunkte gab es allerdings bereits zu erfahren: Ein gestärktes Hervorgehen aus der Krise, die Zukunft der Gemeinnützigkeit, Erfolgsfaktor Immobilienstrategie und ein Wandel von der Konkurrenz zur Zusammenarbeit werden thematisch die Tagung bestimmen.

12. Kongress der Sozialwirtschaft am 31. März und 1. April 2022 in Magdeburg

► www.sozkon.de



Kommunikation und Fundraising Management für Nonprofit-Organisationen (NPO)

Erfolgreiches Kommunizieren und Management der Ressourcenbeschaffung in NPO motiviert Mitarbeitende, überzeugt Geldgeber und sorgt für eine positive Medienpräsenz. Gewinnen Sie beruflichen Vorsprung mit unseren berufsbegleitenden Studiengängen in Kommunikation und Fundraising-Management für Fachpersonen von NPO und Verbänden!

Information und Anmeldung: marianne.bucca@fhnw.ch, Telefon +41 (0)62 9 57 22 26

www.fhnw.ch/de/weiterbildung/wirtschaft/das-kommunikation-und-fundraising-management-npo

Endlich: Fundraisingtage!

Das Fundraising-Magazin startet 2022 wieder seine beliebten Tagungen

Nach über einem Jahr Zwangspause wird das Fundraising-Magazin wieder seine beliebten regionalen Fundraisingtage anbieten. Das kompakte Weiterbildungs- und Austauschformat startet am **10. März in München** und setzt sich am **17. Mai 2022 in Gelsenkirchen** mit dem Fundraisingtag NRW fort. Am **1. Juni** wird der Fundraisingtag Stuttgart **in Filderstadt** stattfinden. „Wir rechnen damit, dass sich viele Fundraiserinnen und Fundraiser endlich wieder treffen wollen und hoffen auf volle Häuser“, so Organisator Matthias Daberstiel. Dafür wurde ein vielfältiges Programm mit vielen Referentinnen und Referenten aus Non-Profit-Organisationen zusammengestellt. Mit dabei ist beispielsweise Tamara Reinhard von der Schweizer Paraplegiker-Stiftung, die über Social Media-Fundraising für Anfänger sprechen wird. Ellen Herzog von Arbeiterkind stellt digitale Unternehmenskooperation vor, und Marion Junker vom Museum am Kiekeberg wird über ihr erfolgreiches Mitgliedergewinnungs- und Bindungskonzept berichten.

► www.fundraisingtage.de

Kurzgefasst...

Norddeutscher Fundraisingtag

In diesem Jahr war der Norddeutsche Fundraisingtag situationsbedingt auf mehrere Termine verteilt digital umgesetzt worden. Mit dem 21. und 22. Februar 2022 sind zwar schon die Daten für die 17. Ausgabe bekannt, die hoffentlich wieder in Hamburg stattfinden kann, allerdings gab es zu Redaktionsschluss noch keine Informationen bezüglich eventueller digitaler Teilnahmemöglichkeiten.

► www.fundraising-nord.de/norddeutscher-fundraisingtag

Vereinsrechtstag

Ein besonderes Anliegen des Vereinsrechtstags ist es, einen möglichen Reformbedarf im Vereinsrecht aufzuzeigen und rechtspolitische Impulse zu setzen. Dafür laden die Veranstalter am 11. März nach Frankfurt. Auf der Tagesordnung stehen dann auch wieder benachbarte Rechtsgebiete wie insbesondere das steuerliche Gemeinnützigkeitsrecht.

► www.vereinsrechtstag.de

Fundraising kompakt

Die NPO-Academy bietet vom 18. bis 21. Januar ein Online-Seminar mit kompaktem Fundraising-Wissen. Die Teilnehmer erfahren, wie man mit den unterschiedlichsten Instrumenten des Fundraisings neue Spenderinnen und Spender findet, diese an sich bindet und eine möglichst intensive Beziehung zu ihnen aufbaut. Seminarleiter ist Jörg Gattenlöhner, Geschäftsführer des kinderherzen e.V.

► www.npo-academy.com

Nonprofit & Public Management

Das Center for Philanthropy Studies der Universität Basel startet am 24. Januar mit dem Zertifikatslehrgang „Nonprofit & Public Management“, der in vier Modulen bis Ende April läuft. Eins dieser Module wird digital umgesetzt. Die Weiterbildung vermittelt praxisnah und theoretisch fundiert Know-how und Methoden der Leistungserstellung von NGOs. Anmeldeschluss ist der 3. Januar.

► www.ceps.unibas.ch

Management in NGOs

Für den 15. Februar lädt die BFS Service GmbH nach Berlin. Dann heißt es: Wie kann besseres Management gelingen? Dem widmet sich das ganztägige Seminar „Strategisches Management und Management-Modelle in Non-Profit-Organisationen“. Als Zielgruppe hierfür gelten Vorstände, Geschäftsleitungen und Leiter von Organisationseinheiten.

► www.bfs-service.de



Möchten Sie Ihre Kompetenzen im Fundraising vertiefen?

Neuer Master Fundraising Management

Berufsbegleitende Weiterbildung mit flexibler Modulwahl der Zertifikatslehrgänge:

- Fundraising Operations
- Fundraising Strategies
- Fundraising Leadership

Auch für Teilnehmende aus Deutschland.

www.zhaw.ch/zkm/fundraising

Infoveranstaltung
30. November 2021

+++ Bitte überzeugen Sie sich rechtzeitig auf der Website des Anbieters, ob die Veranstaltung in Präsenz oder digital durchgeführt wird +++

Fundraising-Diplomlehrgang

Österreich: In neun Monaten zum zertifizierten Fundraiser

Die umfassendste Ausbildung für Fundraiser in Österreich nennt es der Fundraising-Verband Austria: Der „Diplomlehrgang Fundraising Operations & Management“ beginnt mit seinem nächsten Durchgang im Januar 2022.

In sieben Modulen erfahren die Teilnehmer über einen Zeitraum von neun Monaten alles Grundlegende aus der Welt des Fundraisings. Neben Grundlagenwissen zum Spendenwesen in Österreich werden solide Kenntnisse zu den Themenbereichen Public Fundraising, Institutional & Corporate Fundraising, High Value Fundraising und Strategisches Fundraising-Management ver-

mittelt. Vor-Ort-Termine liegen dafür im Zeitraum Januar bis Juni, danach ist bis September Zeit zum Verfassen der Abschlussarbeit und für die Vorbereitung auf die Diplomprüfung. Sollte die Durchführung in Präsenz nicht möglich sein, wird alternativ auf Zoom und Slack ausgewichen.

Der Diplomlehrgang richtet sich an Personen, die neu ins Fundraising einsteigen oder nur wenig Grundwissen haben und sich intensiv mit Fundraising in all seinen Facetten befassen möchten. Besonders Personen aus verwandten Berufen wie Kommunikation, Marketing, PR oder auch Management sowie Neu- und Wiederein-

steiger aus allen Bereichen erhalten mit diesem Diplomlehrgang einen umfassenden Überblick und das notwendige Know-how, um professionell als Fundraiser tätig zu sein.

Die Lehrinhalte entsprechen internationalen Standards, sodass das Diplom eine Zertifizierung gemäß den Ansprüchen der European Fundraising Association bildet.

**Diplomlehrgang
Fundraising Operations & Management
Januar bis September 2022 in Wien**

► www.fundraising.at/akademie/diplomlehrgang

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising
Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Neuer Kurs
startet bald.
Jetzt anmelden!

Fortbildung „CSR-Manager/-in (FA)“

Corporate Social Responsibility (CSR):
berufsbegleitend, kompakt und praxisorientiert

Unternehmerische Verantwortung als Beruf

Wir informieren Sie gerne unter (069) 580 98 - 124, oder
senden Sie eine Mail an: sommer@fundraisingakademie.de

www.fundraisingakademie.de

In Kooperation mit



+++ Bitte überzeugen Sie sich rechtzeitig auf der Website des Anbieters, ob die Veranstaltung in Präsenz oder digital durchgeführt wird +++

Fortbildung: Online-Fundraising

Die Fundraising-Akademie startet im Januar ihren hybriden Lehrgang

Es soll ja tatsächlich noch immer die eine oder andere Organisation geben, die sich noch nicht so richtig an die digitalen Kanäle herantraut oder für die sogar Online-Fundraising noch ein Buch mit sieben Siegeln ist. Das sollte jede Organisation ganz flugs angehen, schließlich läuft heute ohne Digitalisierung gar nichts mehr. Dass das Ganze mehr als nur ein Spendenbutton auf der Homepage ist, beweist die Fortbildung der Fundraising-Akademie „Referent*in Online Fundraising“, die Mitte Januar beginnt. In einer abwechslungsreichen Mischung aus Präsenzterminen in Berlin und Online-Se-

minaren wird bis Ende Mai unter der Studienleitung von Jona Hölderle, einem ausgewiesenen Experten im Online-Bereich, eine geballte Ladung an Wissen vermittelt.

Die Dozentinnen und Dozenten verfügen über langjährige Berufs- und Lehrerfahrung. Sie haben Praxis-Expertise im Bereich der Online-Kommunikation und des (Online-) Fundraisings. Sie sind seit Jahren aktiv und verfügen entsprechend über einen großen Erfahrungsschatz.

Inhaltlich werden sowohl technische als auch strategische Aspekte vermittelt. Themenschwerpunkte sind unter anderem

Fundraising mittels Newsletter, E-Mail und Social Media, Suchmaschinenoptimierung, Datenschutz und Anforderungen an Websites. Den Abschluss bildet eine Fallstudie, in der die Teilnehmer eine konkrete Aufgabe bearbeiten werden. Das Alumni-Netzwerk der Akademie bietet auch über die Fortbildung hinaus den Austausch mit Kollegen.

Fortbildung „Referent*in

Online Fundraising“,

vom 17. Januar bis 25. Mai 2022

in Berlin und online

► www.fundraisingakademie.de

Major Giving

INSTITUTE

Jetzt
Ihren Platz für
2022
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

24. - 26.03.2022 | 19. - 21.05.2022 | 08. - 10.09.2022
in Tagungshäusern nahe Kassel, Erfurt und Wiesbaden

Wege zu mehr Philanthropie:

Major Donors
finden
gewinnen
binden

www.major-giving-institute.org



Alles, was Recht ist

Fachtag Gemeinnützigkeitsrecht zu aktuellen Entwicklungen und Rechtsfragen

Nicht nur das Jahressteuergesetz 2020 brachte zahlreiche Änderungen im Recht der steuerbegünstigten Organisationen, sondern auch die Rechtsprechung und die Verwaltung. Deshalb widmet sich ein Vortrag im Rahmen des nächsten Fachtags Gemeinnützigkeitsrecht des Kommunalen Bildungswerks im Dezember den Auswirkungen der Gemeinnützigkeitsreform. Zusätzlich werden die aktuellen Änderungen des Anwendungserlasses sowie die finanzgerichtliche Rechtsprechung ausführlich dargestellt und aufgezeigt, welche Folgerungen steuerbegünstigte Organisationen hieraus ziehen müssen. Weitere Themen sind Online-Versammlungen, Digitalisierung von Vereinen und NGOs und Satzungen auf dem Prüfstand.

Eine Podiumsdiskussion widmet sich den Grenzen der Mittelverwendung von Corona-Hilfen sowie der Bildung und Auflösung von Rücklagen. Die Teilnehmer sind herzlich dazu eingeladen, eigene Fragen und Probleme aus der Praxis einzubringen.

Fachtag Gemeinnützigkeitsrecht

am 6. Dezember in Berlin

► www.kbw.de

#OFF22

AZ fundraising

8. ONLINE FUNDRAISING FORUM 2022

DIGITAL EXPERT:INNEN ZEIGEN ADVANCED DIGITAL TRENDS FÜR IHR FUNDRAISING



SAVE THE DATE

15.02.2022

📍 DesignOffices | Köln



SAVE THE DATE

17.02.2022

📍 Kulturhaus Kosmos | Zürich

Advanced Level – Digital 2.0 Data Analytics & Campaigning

Zeit, den zweiten Schritt im Digital Fundraising zu gehen. Von KI und Data Mining bis hin zu Automation und Multichannel zeigen Ihnen Digital Expert:innen neue und spannende Insights aus der digitalen Welt. So erhalten Sie konkrete Tipps zur Steigerung Ihrer Digital Performance und legen weitere Grundsteine für Ihr erfolgreiches Multichannel Fundraising.

In diesem Jahr haben wir tolle Speaker:innen, u. a. :



MARLEN VOELKNER
NETSPIRITS



MICHAEL BRÜCKER
SWISSAID



SABINE WAGNER-SCHÄFER
QMART



LinkedIn

@AZfundraising

Anmeldung ab sofort unter:

<https://www.az-fundraising.de/aktuelles/online-fundraising-forum-2022/>

Das Forum ist kostenlos für Teilnehmer:innen aus Organisationen und Stiftungen. In Köln sind wir am 15.02. hybrid unterwegs und bieten sowohl die digitale Teilnahme als auch einige Plätze vor Ort an. In Zürich dagegen werden wir am 17.02. eine reine Präsenzveranstaltung durchführen. Die Plätze vor Ort sind in beiden Städten coronabedingt limitiert, also am besten schnell anmelden. Für weitere Infos folgen Sie uns gerne auf Facebook oder LinkedIn.

In Partnerschaft mit:

Qmart
Part of MS Direct Group

Konstruktiv aktiv



Es dürfte kaum jemanden unter den Fundraisern geben, der noch nicht von dem Menschenrechtsaktivisten Raúl Krauthausen gehört hat. Für dieses Buch hat er sich mit dem Politikwissenschaftler Benjamin Schwarz zusammengesetzt, um zu zeigen, was Aktivismus ausmacht. Statt ins Dozieren zu verfallen, lassen sie jene zu Wort kommen, die es ausprobiert haben: Aktivist:innen, von Carola Rackete über Luisa Neubauer bis hin zu Philipp Ruch (Zentrum für Politische Schönheit). Dadurch, dass diese Gesprächspartner ganz individuell berichten, was sie in ihrem Engagement bisher erlebt haben, wird deutlich, was machbar ist und welche Voraussetzungen es dafür braucht. Ganz falsch ist die Dualität „die vs. wir“. Der Aktivist Ali Can hat deshalb auf einer Pegida-Demo in Dresden Schoko-Osterhasen verteilt. Darüber hat er es geschafft, mit genau jenen Menschen ins Gespräch zu kommen, die ihn bis dato für eine potenzielle Bedrohung gehalten hatten. Damit nimmt das Buch den Leser direkt mit auf die Straße und formuliert einen indirekten Appell für ein konstruktives Miteinander.

Raúl Krauthausen, Benjamin Schwarz. *Wie kann ich was bewegen? Die Kraft des konstruktiven Aktivismus*. Edition Körber. 2021. 250 Seiten.
ISBN: 978-3-89684-291-6.
[D] 18,00 €, [A] 18,95 €, CHF 25,15.

Gemeinwohl digital



Die Digitalisierung ist für Fundraiser und den gesamten gemeinnützigen Sektor zentral geworden. Was aber bedeutet dieser Wandel für die Notwendigkeit zukunftsfähiger Strukturen? Der Sammelband nimmt die Menschen-, Grund- und Bürgerrechte in den Blick und sucht nach Antworten auf die Frage, wie wir unsere Werte in diesen ja immer noch neuartigen (weil noch lange nicht ausreichend geregelten und strukturierten) Bereich übersetzen können und müssen. Selbstbestimmung oder Privatheit, Diskriminierung oder Geschlechtergerechtigkeit. Der Aspekte sind gar viele. Der Abschnitt „Was wir von der Zivilgesellschaft für eine gelungene Digitalisierung lernen können“ führt mit seinem Titel etwas in die Irre, kann doch von einem abgeschlossenen Prozess in keinem Zusammenhang die Rede sein. Trotzdem gelingt mit diesem „Blick von außen“ auf die Zivilgesellschaft eine Würdigung, die die Sinnhaftigkeit und die Notwendigkeit der Gesamtheit der Bestrebungen in diesem Feld unterstreicht.

Chris Piallat (Hrsg.). *Der Wert der Digitalisierung. Gemeinwohl in der digitalen Welt*. transcript Verlag. 2021. 440 Seiten.
ISBN: 978-3-83765-659-6.
[D] 29,50 €, [A] 29,90 €, CHF 41,25.

Überzeugen(d)



Ein erfolgreicher Auftritt, ganz gleich, ob privat oder im beruflichen Alltag, bedeutet nicht, einen „Gegner zu schlagen“, sondern ist das Ergebnis gelungener Beziehungsarbeit. Wenn wir wissen, wie sich unser Verhalten auf unser Gegenüber auswirkt, bekommen wir die Möglichkeit, es entsprechend zu steuern. Das lässt uns nicht nur Ziele erreichen, sondern versetzt uns in die Lage, andere Positionen besser verstehen zu können.

Frank Asmus konzentriert sich mit seinem Buch auf strategische Kommunikation, also auf Planung. Und die setzt denken voraus. Damit zeigt der Autor, dass niemand von uns eine Maschine ist, Kommunikation also bei und mit uns selbst beginnt. Das gilt nicht nur bei der Vorbereitung auf einen Vortrag vor Publikum. Authentizität kommt nicht von ungefähr. Das erfährt die Leserschaft beispielsweise auch bei einem Schlenker ins Reich der Dating-Plattformen.

Mit persönlichen Anekdoten verdeutlicht der Autor seine geschulte Wahrnehmung, wodurch er seine Inhalte äußerst anschaulich und praxisrelevant zu unterfüttern versteht.

Frank Asmus. *Impact! Wie Sie sich und andere überzeugen*. Verlag Goldegg. 2021. 200 Seiten.
ISBN: 978-3-99060-218-8.
[D] 22,00 €, [A] 22,00 €, CHF 30,75.

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

DDR und Spenden?



Ist das Thema Sozialisation in der DDR und ihr Einfluss auf das Spendenverhalten 30 Jahre nach der Wende noch relevant? Auf jeden

Fall sagte sich Susanne Tharun. Und wenn man nachrechnet, dann ist die Nachwendegeneration gerade erst ins spendenfähige Alter gelangt. Die Zahlen sprechen eine klare Sprache. Der Osten Deutschlands spendet weniger. Doch liegt das am unterschiedlichen Lohnniveau oder an der Sozialisation im Osten, wo der Staat für alles und jeden zuständig war?

Susanne Tharun hat dazu in ihrer Masterarbeit qualitative Interviews geführt und herausgefunden, dass es eine gewisse Skepsis gegenüber großen Organisationen gibt. Kleinere, regionale Initiativen haben bei Ostdeutschen eher Chancen. Mit Interesse stellt man aber auch fest, dass es immer noch ein Für und Wider gibt. Fanden die Menschen die soziale Sicherheit der DDR toll, neigen sie auch nicht dazu, sich zivilgesellschaftlich zu engagieren. Anders die, welche Bevormundung ablehnten und heute scheinbar zu den Aktivposten des zivilgesellschaftlichen Engagements im Osten gehören. Interessant ist in dem Zusammenhang auch, dass mit zunehmendem Alter die Kritik an der DDR leiser ausfällt. Das heißt auch, dass die Spenderinnen und Spender eher in jüngeren Zielgruppen zu suchen sind.

Diese Arbeit war überfällig, und es ist gut, dass sie jetzt im Eigenverlag erscheint, um sie einem breiteren Publikum zu erschließen. Dies ist eine wertvolle Anregung für alle, die ostdeutsche Spenderinnen und Spender für sich gewinnen wollen.

Susanne Tharun. Auswirkungen des Spenden-systems der DDR auf das Spendenverhalten in Ostdeutschland heute – Eine Frage der Sozialisation? E-Book. Verlag epubli. 2021. 122 Seiten. ISBN: 978-3-75490-502-9. 3,49 €.

Umwelt



Spitz auf Knopf steht es mit unserer Umwelt. Schaffen wir die Energiewende? Der Autor fasst den Status quo zusammen und zeigt auf, wie es nach der Merkel-Ära weiter-

gehen kann und muss. Wie aber sehen die Zusammenhänge aus, die Umweltpolitik bisher ausgemacht haben? Dieser Blick „hinter die Kulissen“ zeigt ein komplexes Gepräge, das aber niemanden entmutigen soll. Es macht nämlich in jedem Fall schlauer. Der geisteswissenschaftliche Einschlag verhindert dabei blutleere Zahlenansammlungen und macht es auch noch lesenswert.

Frank Uekötter. Einfach war gestern. Über Umweltpolitik in unruhigen Zeiten. oekom Verlag. 2021. 160 Seiten. ISBN: 978-3-96238-280-3. [D] 17,00 €, [A] 17,50 €, CHF 22,35.

Lebendige Organisation



Wem der Begriff „human resources“ einen Brechreiz verursacht, der wünscht sich meist einen stärkeren menschlichen Faktor in der Berufswelt. Identität, Sinn

und Erfüllung sind Begriffe, die vor allem für jüngere Generationen im Berufsleben an Bedeutung gewinnen. Wie dabei der Einzelne in einem größeren Gefüge sichtbar werden und sichtbar gemacht werden kann, erläutern die Autorinnen am Prinzip der Resonanz. Dieses gilt nicht nur für die Führungsebene, sondern für alle Beteiligten. Und dank Revolverheld, Essiggurken und einer Portion Liebe ist das spannender, als man vermuten könnte.

Anna Jantscher, Nicole Lauchart-Schmid. Being in Organizations. Die Beziehung zwischen Mensch und Organisation lebendig gestalten. Verlag Schäffer Poeschel. 2021. 220 Seiten. ISBN: 978-3-79105-258-8. [D] 39,95 €, [A] 39,95 €, CHF 55,85.

„Großspenden können Großes bewirken.“

NEUE
AKTUALISIERTE
AUFLAGE



Das Standardwerk von **Dr. Marita Haibach** und **Jan Uekermann** zum **Großspenden-Fundraising**

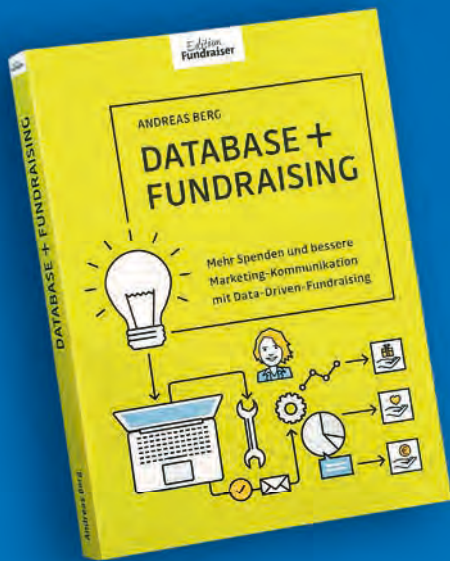
- ✔ **Grundlagen**
- ✔ **Strategien**
- ✔ **Praktische Umsetzung**

„Hervorragender Praxisbezug durch Beispiele und eigene Erfahrungen der Autoren“

Jetzt bestellen unter shop.fundraiser-magazin.de ... oder im Buchhandel

Was Sie schon
immer über

Data-Driven Fundraising wissen wollten ...



Das neue Buch von

Andreas Berg

Jetzt bestellen:

shop.fundraiser-magazin.de

ISBN 978-3-9813794-2-6

39,90 €



ein Produkt vom

**Fundraiser
magazin**

Fachlektüre, die Spaß macht.

Ökohuman

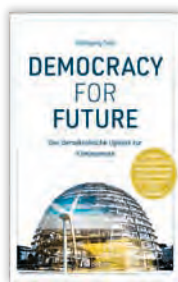


„Die Natur hat immer Recht.“ Nimmt man nur dieses eine Credo her, eine der zehn Thesen, die für die Autoren die Grundlage für ihren Öko-

humanismus bilden, ist die Richtung klar. Komplex wird es aber schon bei der These, es gebe kein Eigentum. Mit diesem Manifest soll so schnell wie möglich die Handbremse angezogen werden. Das müssen wir wohl in voller Fahrt tun. Radikal, aber trotzdem zu ertragen. Statt Vorwürfe zu formulieren, soll neues Denken altes Handeln ablösen, wenn wir das Ruder noch rumreißen und unsere Lebensgrundlage retten wollen.

Pierre L. Ibisch, Jörg Sommer. Das ökohumanistische Manifest. Unsere Zukunft in der Natur. Verlag Hirzel. 2021. 173 Seiten. ISBN: 978-3-77762-865-3. [D] 15,00 €, [A] 15,95 €, CHF 16,75.

Demokratie



Auch dem Autor dieses Buches geht die Klimawende nicht schnell genug voran, und dass, obwohl wir, wie er meint, die dafür nötigen Technologien bereits haben. Sein Ansatz: eine grundlegende Neugestaltung der Gewaltenteilung. Repräsentanz spielt dabei ebenso eine Rolle („unrepräsentative Demokratie“) wie Transparenz, Lobbyismus und Investitionen in Projekte, die nicht zukunftsgegenwärtig sind. Dabei wird allerdings nicht ganz deutlich, an wen sich das Buch eigentlich wendet. Für Bürger könnte es zu weit weg sein, für Politiker wohl nicht relevant genug.

Wolfgang Oels. Democracy for Future. Das demokratische Update zur Klimawende. oekom Verlag. 2021. 112 Seiten. ISBN: 978-3-96238-333-6. [D] 12,00 €, [A] 12,95 €, CHF 16,75.

Umfassender Klassiker



Das Thema Großspenden hat Hochkonjunktur. Egal, ob man sich Engagementbegleiter, Philanthropieberater oder immer noch Fundraiser nennt, das

Buch von Marita Haibach und Jan Uekermann ist mittlerweile der Klassiker zum Thema Großspendenfundraising. Doch es hat sich, auch durch Corona, einiges verändert. Auch Großspendenfundraising wird digitaler. Deshalb ist die 2. Auflage nicht nur ein Aufguss des alten Buchs, sondern deutlich überarbeitet worden, was sehr zu begrüßen ist. Dem Thema Digitalisierung widmet sich ein ganzes zusätzliches Kapitel.

Ebenfalls deutlich aktualisiert wurden Themen wie das Wealth Screening oder datenschutzrechtliche Aspekte, die in den letzten Jahren einigen Veränderungen unterlagen. Wertvoll auch die immer noch aktuelle Auseinandersetzung um die Frage, wie große Spenden zu sozialem Wandel beitragen können. Das Thema Großspenden wird hier umfassend behandelt und eingeordnet.

Dass beide Autoren schon Großspenderinnen und Großspender geworden haben, merkt man deutlich. Diese praktischen Erfahrungen machen das Buch umso wertvoller, weil die Autoren auch nicht mit Beispielen geizen. Auch für Stiftungen, die sich nach Zustifterinnen und Zustiftern in diesen zinsarmen Zeiten umsehen, ist das Buch eine echte Empfehlung. Hier bekommt man Tipps zur Gesprächsanbahnung, -führung und zur erfolgreichen Frage nach dem großen Geld.

Dieses Buch ist sowohl für Einsteiger als auch Fortgeschrittene sehr hilfreich. Es nimmt aktuelle Trends auf und versteht es, sie sehr verständlich zu präsentieren. Hier sind Profis am Werk.

Kurt Manus

Marita Haibach, Jan Uekermann. Großspenden-Fundraising – Wege zu mehr Philanthropie: Grundlagen, Strategien und praktische Umsetzung. 2., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Edition Fundraising-Magazin. 2021. 404 Seiten. ISBN: 978-3-98137-943-3. Erhältlich für 49,90 € unter <https://shop.fundraising-magazin.de>

BUNDESWEIT
MESSBAR
ERFOLGREICH

Maximale Reichweite, minimale Kosten

Freianzeigen.de ermöglicht allen gemeinnützigen Organisationen eine regionale und überregionale Reichweite in vielen relevanten deutschen Printmedien - und das zu tollen Konditionen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann nehmen Sie Kontakt mit uns auf!
Kai Dombkowski, T: +49 (0)172 634 30 11, E-Mail: info@freianzeigen.de

Hauptstraße 117 | 10827 Berlin | www.freianzeigen.de



Hier ein Auszug unserer Kund*innen:



Fragebogen: Richard Brogle kann mit Spreng



Der neue Geschäftsführer von SwissFoundations, dem Verband der Schweizer Förderstiftungen, ist beruflich äußerst vielseitig. Nach einem Chemie-Studium in Zürich und am renommierten Massachusetts Institut of Technology (MIT) zog es **Richard Brogle** in den juristischen Bereich. Er studierte Rechtswissenschaften und ist nun Ingenieur und Anwalt. Außerdem hält er einen Doktor in Chemie (Dr. sc. tech. ETH). In seiner bisherigen Laufbahn prägten ihn insbesondere seine Erfahrungen in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit. So nahm er an vielen erfolgreichen humanitären Missionen im Auftrag des Schweizerischen Korps für Humanitäre Hilfe (SKH) teil und ist seit 2020 Mitglied der Beratenden Kommission für internationale Zusammenarbeit, deren Mitglieder vom Bundesrat ernannt werden. Richard Brogle spricht vier Sprachen fließend und ist mit seiner jungen Familie in der Nähe von Zürich wohnhaft, wo er auch in der freiwilligen Feuerwehr engagiert ist. Am 1. Juni 2021 hat Richard Brogle seine neue Stelle als Geschäftsführer von SwissFoundations angetreten. In seiner langjährigen Funktion als CEO einer international tätigen Förderstiftung ist er sowohl mit dem schweizerischen Gemeinnützigkeitssektor als auch mit dem Verband bestens vertraut. ▣

► www.swissfoundations.ch

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Ich glaube, ich wollte bis zur dritten Klasse Feuerwehrmann werden. In der vierten haben wir ein chemisches Experiment gemacht, und das hat mir so viel Spaß gemacht, dass ich Chemiker werden wollte. Im Gymnasium haben wir im Chemieunterricht viele Experimente gemacht, aber keines war so lustig wie das Sprengstoffexperiment. Da habe ich dem Chemielehrer gesagt, dass ich Sprengstoffchemiker werden will. Der hat aber nur gelacht und gesagt: „Auch Du wirst in der Pharma-Chemie landen.“ Vor einigen Jahren habe ich ihn an einer Klassenzusammenkunft wiedergetroffen und hab ihm sagen können, dass ich tatsächlich Sprengstoffchemiker geworden bin, bevor ich dann in die Entwicklungszusammenarbeit umgestiegen bin. In der Freizeit bin ich heute übrigens in der freiwilligen Feuerwehr.

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Lügenpresse

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

die bessere Vereinbarkeit von Elternrolle und Beruf

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

Ich würde alle sich öffnenden Ostblockstaaten bereisen, inklusive DDR und Russland. Ich war damals leider nur in der Tschechoslowakei. Eine Reise, die mich aufgrund der Gastfreundlichkeit sehr beeindruckt hat.

stoff umgehen

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

Einem marokkanischen Zirkusdirektor und seiner Frau, die sich mit ihren Kindern und einem Zirkuszelt in die schwierigsten Vororte von marokkanischen Städten begeben haben, um den dortigen Kindern Ausdrucksmöglichkeiten beizubringen, und dadurch viele Menschen zu offenen Bürgern geformt haben.

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

Hände hoch, das ist ein Überfall! Nein, nur ein Scherz. Ich will Sie ganz legal um viel Geld erleichtern. Ich würde mit Ihnen gerne eine Stiftung gründen, die die brennendsten und schwierigsten Probleme angeht, die kaum jemand angehen will oder kann.

7. Ergänzen Sie folgenden Satz: Was ich überhaupt nicht brauche...

...kaufe ich auch nicht. Wohnungen sind voll von Dingen, die man seit zehn Jahren nicht mehr in die Hand genommen hat.

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

Ich habe zwei bezaubernde Töchter. Den Zustand „nichts zu tun“ kenne ich seit Jahren nicht mehr.

9. Worüber können Sie lachen?

Situationskomik

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Wenn ich angelogen werde.

11. Was war früher besser?

Hotlines von Fluggesellschaften. Früher sprach man mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die in der Regel gleich entscheiden und nicht nur ein „Ticket“ eröffnen konnten.

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Mein Vater lebt in Chile, daher in Chile.

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Ich glaube nicht, dass es einen Lexikoneintrag über mich braucht.

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

...eine der schönsten Arten, Geld auszugeben.

Damit Sie Gutes tun können, geben wir unser Bestes

Mit unserer Kommunikations- und Fundraising-Software Enterbrain bieten wir seit fast 30 Jahren ein multifunktionales Tool zur Verwaltung von Mitgliedern und Spendern, das speziell auf Hilfsorganisationen, Verbände, Kammern und Vereine ausgerichtet ist. Unser erfahrenes Service-Team übernimmt mit großer Empathie und Leidenschaft auf Wunsch auch alle administrativen Aufgaben und bietet vielfältige Service-Dienstleistungen.



Ausgezeichnete Sicherheit

Enterbrain ist als einziger der Branche ISO/IEC 27001 zertifiziert.

www.enterbrain.eu

Die Software- und Servicespezialisten für Ihre Non-Profit-Organisation

ENTERBRAIN

Wissen testen und

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 zwei Bücher aus der Edition Manager-Seminare: Impulse und Tools für die Online-Zusammenarbeit verspricht das Buch „Online-Teamhacks“. Diese sind in der Praxis erprobt und können in vielen Situatio-



gewinnen

nen für das Team wirklich hilfreich sein. Dazu gibt es Arbeitshilfen zum Download. „Der Flipchart-Coach“ gibt Profi-Hinweise zum Visualisieren und Präsentieren. Anfangen mit einem kleinen Zeichenkurs bis hin zum didaktischen Aufbau einer Präsentation nebst Tipps zur spontanen Fehlerbehebung. Mit diesem Büchlein lernt jeder noch was dazu. Und falls das nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!



Seite 16



Seite 34



Seite 80

1 Africa GreenTec elektrifiziert mittels Solaranlagen erfolgreich und nachhaltig Dörfer und Projekte – aber wo?

- TAT) Angola und Namibia
- RAT) Mali und Niger
- SAT) Marokko und Algerien

2 Greenpeace feiert Geburtstag. Wann wurde das „Don't Make a Wave Committee“ – die Keimzelle – gegründet?

- GE) 1971
- TE) 1981
- BE) 1991

3 Im Marketing und Fundraising werden potenzielle Kundenzielgruppen versinnbildlicht. Wie nennt man diese?

- TEC) Avatare
- LIT) Pseudonyme
- BER) Personas

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 3 ergeben das Lösungswort. Senden Sie dieses an gewinnen@fundraising-magazin.de. Vergessen Sie bitte die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie auch erreicht! Schreiben Sie bitte dazu, welches Buch Sie haben möchten. 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 10. Dezember 2021. Viel Glück!



100 % Power für Ihr Fundraising

Erweitern Sie mit **oneFIT NGO** Ihr Fundraising mit leistungstarken Funktion für Spender und Mitglieder.

Adventskranz

Wir packen

+20%

auf alle Spenden, die an den
Adventssonntagen eingehen!



advent.betterplace.org

**Registriert euer Projekt
& informiert eure Spender:innen!**

Gewinner-Champion Fabian F. Fröhlich ist sauer auf die Glücksfee



Nicht jeder kann von sich behaupten, dass er der geborene Gewinner ist. Ich schon. Das hat sich bereits früh abgezeichnet, als ich im Kindergarten den ersten Preis für das originellste Faschingskostüm gewonnen habe – als männliches Rotkäppchen. Da wusste ich: Fabian, die Glücksfee ist auf deiner Seite! Seitdem sind Gewinnspiele quasi mein zweitliebstes Hobby (nach der Playstation). Und da ist ja auch viel Schönes dabei. Das Salatbesteck von der großen Nikolaus-Tombola in unserem Verlag vorletztes Jahr konnte ich zum Beispiel gleich als Weihnachtsgeschenk an meine Oma weiterreichen, und die Fahrradklingel... Da fällt mir ein: Brauchen Sie vielleicht ein 3D-Puzzle von Schloss Neuschwanstein? Die Bastelanleitung ist allerdings nur auf Japanisch...

Das Titelthema dieser Ausgabe hat mich natürlich sofort angesprochen. Ich meine, wie genial ist das denn bitte? Gewinnen und dabei mithelfen, dass Zwölfjährige aus Problembezirken nachmittags gegen Fußbälle statt gegen Mülleimer treten, dass vertrocknete Moore wieder zu veritablen Feuchtgebieten werden und verwaiste Katzenbabys regelmäßig ihre Ersatzmilch nuckeln können... Als engagierter Bürger, der 24/7 für die gute Sache im Einsatz ist, habe ich mir natürlich gleich die Glückslose aller relevanten Soziallotterien besorgt. Besonders spricht mich die Sofortrente an; mein Dauerlos der Fernsehlotterie hängt jetzt gerahmt über der Couch.

Und damit auch wirklich nichts schiefgehen kann, nenne ich zudem ein großes Arsenal an Glücksbringern mein Eigen: sieben vierblättrige Kleeblätter, ein Dutzend Marienkäfer, drei Schornsteinfegerfiguren zum Zusammenstecken und einen Megapack Glückskekse (gab's im Sonderangebot). Dass ich neulich schon die Hälfte zum Frühstück gegessen habe, sollte nicht ins Gewicht fallen. Zur Sicherheit hab ich meiner Freundin eine Beziehungspause vorgeschlagen. Pech in der Liebe, Glück im ... Na, Sie wissen schon.

Wie ich nun allerdings bei der Hochzeitsfeier eines befreundeten Paares feststellen musste, schlagen zu viele Glücksbringer offenbar ins Gegenteil um. Ich wurde nämlich wieder ausgelost – zur Katzenbetreuung!!! Während also das Brautpaar in den Flitterwochen schwelgt und ich von meiner Sofortrente und einem sonnigen Sandstrand träume, heißt es stattdessen: Katzenklo statt Kanarische Inseln. Da haben wir nun den Salat. Das Besteck dazu ist ja leider schon vergeben. Aber falls Sie sich doch noch für Neuschwanstein entscheiden sollten, gibt's noch eine halbvolle Tüte Glückskekse gratis dazu.



Kaufen Sie mein Buch und unterstützen Sie damit den Feingeist der Redaktion!

(denn das F. in meinem Namen steht für ... na eben!)

„Das Letzte – Kolumnen aus dem Fundraiser-Magazin“
für Leser/innen des Fundraising-Magazins NUR 10 EUR
Taschenbuch, 100 Seiten, bestellen unter:

► shop.fundraising-magazin.de

Ausgabe 1/2022 erscheint am 24. Januar 2022 unter anderem mit diesen Themen

- Ehrenamt – digital und analog
- Unterwanderung von NGOs durch Extremisten
- Smartphone-Videos im Fundraising

... und natürlich mit den Themen, die Sie uns schicken an

redaktion@fundraising-magazin.de

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 1/2022 ist der 7.12.2021.

ISSN 1867-0563 | 16. Jahrgang

Branchen-Magazin für Sozialmarketing | Spenden | Vereine | Stiftungen

FUNDRAISING magazin

erscheint 2-monatlich.

Alle vorherigen Ausgaben stehen im Internet unter archiv.fundraising-magazin.de kostenlos als PDF-Dateien zur Verfügung.

Herausgeber:

Matthias Daberstiel, Udo Lehner, Daniela Münster

Verlag, Produktion, Vertrieb:

Fundraiser-Magazin GbR, Altlöckwitz 19, 01257 Dresden
verlag.fundraising-magazin.de, www.fundraising-magazin.de

Redaktionsleitung:

Daniela Münster (v. l. d. P.), redaktion@fundraising-magazin.de
Telefon: +49 (0)351 876 27-79, 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)351 876 27-80,
Fax: +49 (0)351 876 27-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 14 vom 1.12.2020

Druck:

Silber Druck oHG, Lohfelden

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. Redaktionsschluss für die Ausgabe 1/2022, die am 24.01.2022 erscheint, ist der 07.12.2021.

Fotonachweise:

Titelseite: wpadington@AdobeStock | S. 3: René Grodde/www.atr.eu | S. 4 (THEMA) & 22/23: Fiedels@AdobeStock | S. 5: Africa GreenTec (SCHREIBER), Simon Martinelli (GERSDORF), Gaby & Sysy (BOGGE), S. 6 & 8: René Grodde/www.atr.eu | S. 10: Diego@AdobeStock | S. 13: Pretty-Vectors@AdobeStock | S. 14: Marc Wolter | S. 16–20 & 96 (16): Africa GreenTec | S. 23 & 24: ag visuell@AdobeStock | S. 23 & 28: photo-crew@AdobeStock | S. 23 & 30: Thomas Reimer@AdobeStock | S. 23: DavidPrado@AdobeStock (52) | S. 32: Franz Pfluegl@fotolia.com | S. 34: Vikenty Jelisarov@AdobeStock (UNTEN), Paul Glaser (STEHFEST) | S. 36: Hermann Pentermann | S. 38: Svitlana@AdobeStock (GROSSES BILD) | S. 38: plusX | S. 39: Jan Klinkhammer | S. 42: Guido Werner | S. 46: x-default (GROSSES BILD) | S. 46: René Grodde/www.atr.eu (NITZSCHE) | S. 48: Foto-Ruhrgebiet@fotolia.com | S. 50: leszekglasner@AdobeStock | S. 58: Die Hoffotografen GmbH Berlin (KREITZ), Kovermann/terre des hommes (HEWER), Schweizerisches Rotes Kreuz (HEINIGER) | S. 59: Matthias Erfurt (WESTPHALD), Conradin Frei (BUNJEVAC) | S. 60: Michael Frank & Tobias Dahms (BOHNING-GAESS/JOOSTEN), Light for the World (REHICHLER), ARCHE NOAH/Rupert Pess (PLASS) | S. 61: marc von martial photography (VON MARTIAL), Walter Wetzler (FUNK), eveleen007@AdobeStock (AVATAR) | S. 72: sdecoret@AdobeStock | S. 74: Rido@AdobeStock | S. 75: jens-steingaesser.de | S. 76: Cornelia Kalkhoff@AdobeStock | S. 78: Gothenburg Homeless Aid | S. 80: Four-LeafLover@AdobeStock | S. 94: Gaby & Sysy | S. 96: denis_pc@AdobeStock (80) | 98: oza@fotolia.com | alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der



ANT-INFORMATIK SPURT DIE NÄCHSTE STUFE DER DIGITALI- SIERUNG VOR

Ihre Fundraising-Lösung unterwegs
in die Zukunft.



SEXTANT
SUPPORTS YOU.

sextant-npo.net



Der Sommer kommt immer schneller als gedacht!

Endlich ist Weihnachten da! Wer denkt da schon an den Sommer? Wir! Wenn Sie 2022 mit erfolgreichen Fundraising-Kampagnen punkten und Ihre Spenderinnen und Spender mit überzeugenden Botschaften erreichen möchten, sprechen Sie uns an. Wir freuen uns auf Ihre Nachricht. Frohe Weihnachten!