

# Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Spenden für Museum und Denkmal

## Gut für Kulturgut



[fundraiser-magazin.de](http://fundraiser-magazin.de)

Aktuelle Themen, Texte  
und Termine ...

Jetzt neu mit Shop  
für Fachbücher und Co.



Umfrage

Was ist aktuell  
Ihr erfolgreichstes  
Fundraising-  
Instrument?



Abo zahlt sich aus

Online-Kurs von und  
mit Jan Uekermann:  
Sonderkonditionen  
für unsere Abonnenten

FUNDRAISE**PLUS**

# BRINGEN SIE IHRE DATEN ZUM ROCKEN

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



Liebe Leserin,  
lieber Leser,

beinahe genauso dick wie das Fundraiser-Magazin ist sie geworden: die 2018er Ausgabe unserer Marktübersicht zu Software für Vereine, Verbände und Stiftungen. Mehr als 50 verschiedene Anbieter und Systemhäuser präsentieren im Vergleich die Programme zur Spender- und Mitgliederverwaltung. Denn immer wieder steht die Frage nach Tipps für eine gute Fundraising-Datenbank im Raum. Aktuelle Antworten finden Sie in diesem Extra-Heft.

Als Abonnentin oder Abonnent des Fundraiser-Magazins haben Sie die Marktübersicht gratis zusammen mit Ihrem aktuellen Magazin bekommen. Damit haben Sie einen Informationsvorsprung, denn in unserem Online-Shop wird sie kostenpflichtig und auch erst später erhältlich sein. Exklusive Aktualität – das ist uns Ihre Treue wert!

Und noch ein Dankeschön haben wir für Sie: Unser Autor Jan Uekermann hat einen Online-Kurs „Fundraising – Einfach Spenden sammeln“ aufgelegt. In zwölf Modulen werden nicht nur die Basics vermittelt, sondern auch viel zu den gängigsten Fundraising-Instrumenten, zum Spenderdank und und und... (Infos zum Online-Fundraising-Kurs lesen Sie auf Seite 8.) Wer Jan Uekermann schon einmal als Referent erlebt hat, weiß, dass so ein Kurs auf jeden Fall ein Gewinn ist. Abonnenten des Fundraiser-Magazins können bei der Kursanmeldung viel Geld sparen. Ihren Rabatt-Code dafür finden Sie auf dem Brief, mit dem Sie Ihr Magazin bekommen haben.

Genießen Sie die Lektüre und den Sommer ...

Ihre

*Daniela Münster*

Daniela Münster  
Chefredakteurin

Apropos: Ich freue mich, wenn Sie sich an unserer Leser-Aktion beteiligen: Senden Sie uns Fotos von Spenden-Boxen aus allen Teilen der Welt an [redaktion@fundraiser-magazin.de](mailto:redaktion@fundraiser-magazin.de). Je größer, ausgefallener, verrückter, ungewöhnlicher – desto besser! Mehr dazu steht auf Seite 30.

direct.  
Agentur & Lettershop



erfolgreiche

**SPENDEN  
MAILINGS**

Sprechen Sie mit den  
**Spezialisten:**



direct. **KÖLN**  
0221 / 759 19-44  
[steffi.sczuka@directpunkt.de](mailto:steffi.sczuka@directpunkt.de)



direct. **MÜNSTER**  
0251 / 287 387-63  
[vera.dittgen@directpunkt.de](mailto:vera.dittgen@directpunkt.de)



direct. **HAMBURG**  
040 / 237 860-0  
[service@directpunkt.de](mailto:service@directpunkt.de)

## Thema

ab Seite 20

<b>„Machen Sie es dem Alten leichter!“</b> .....	<b>22</b>
Die Deutsche Stiftung Denkmalschutz erhält seit mehr als 30 Jahren Geschichte	
<b>So macht man sich Freunde</b> .....	<b>24</b>
Neue Ideen und viel Unterstützung durch Junge Museums-Freundeskreise	
<b>Kleines Budget, große Wirkung</b> .....	<b>26</b>
Fast vergessene Kirche wird restauriert: mit der Spendenkampagne „Bring Licht herein!“	
<b>Ein Nitropositiv gegen den Antisemitismus</b> .....	<b>28</b>
Über Crowdfunding sicherte das Filmarchiv Austria „Die Stadt ohne Juden“	

## Spenden für Kulturgut: Museum und Denkmal



## Menschen

## Projekte

## Stiftungen



**Ise Bosch & Justus Einfeld** ..... 12  
 ... erläutern, welche Nachhaltigkeit Vertrauen bewirken kann, und sprechen über transformative Philanthropie.

**Sibylle Spengler & Felizitas Dunekamp**... 60  
 ... stellen sich im Interview als neue Doppelspitze beim Schweizer Fundraisingverband Swissfundraising vor.

**Katrin Rohde** ..... 86  
 ... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches.



**Schnell und CI-gerecht**..... 34  
 Globales Fundraising im Krisenfall bei SOS Kinderdörfer weltweit

**Schlanke Lösungen**..... 36  
 Die Ernährungs-Organisation ProVeg geht globale Problemzonen an.

**Jeder hat eine Stimme**..... 38  
 Wiener Seniorinnen machen sich gegen rechts stark.



**Music Camp und Metal Battle**..... 42  
 Die Wacken Foundation fördert Hard-Rock- und Heavy-Metal-Musiker.

**Posten und twittern nach Plan**..... 44  
 Digitale Strategien in der Stiftungsarbeit

**Weiter Weg mit Hindernissen**..... 46  
 Von der Stiftung zu einer gemeinnützigen GmbH

## Verlosung



Testen Sie Ihr Wissen ..... 88

Machen Sie mit bei unserem Rätsel und gewinnen Sie nützliche Dinge für den Fundraising-Alltag.

## Praxis & Erfahrung

**Hochschulfundraising in der Bürgergesellschaft** ..... 64

Die Stiftung Universität Hildesheim punktet mit viel Nähe.

**Big Data bestehen aus kleinen Teilen** ..... 66

Erkennen Sie den Charakter im Daten-Porträt Ihrer Spender?

**Der Mensch steht im Mittelpunkt** ..... 68

Spenderzentrierung mit Marketing-Automation

**Die Zukunft ist schon da!** ..... 70

Big Data, Smart Data & Digitalisierung sollten uns nicht abschrecken.

**Initiative Vergissmeinnicht** ..... 72

Nachlass-Fundraising in Österreich auf Wachstumskurs

## Rubriken

Spektrum.....	6
Schöner scheitern.....	11
Umfrage.....	16
Persönliche Gedanken.....	18
Köpfe & Karrieren.....	48
Branche.....	52
Dienstleisterverzeichnis.....	54
Fundraising-Kalender.....	74
Bildung.....	76
Fach- und Sachbücher.....	82
Fragebogen.....	86
Das Letzte.....	90
Vorschau + Impressum.....	90

Das Bestellformular finden Sie im Internet:

[www.abo.fundraiser-magazin.de](http://www.abo.fundraiser-magazin.de)

## Autoren

... dieser Ausgabe:

Mag. Markus Aichelburg-Rumerskirch, Matthias Daberstiel, Insa Heinemann, Eva Hieninger, Markus F. Langer, Thomas Mertz, Christoph Müller-Gattol, Daniela Münster, Gregor Nilsson, Ute Nitzsche, Susanne Pilz, Friedemann Schnur, Rico Stehfest, Susanne Tharun, Jan Uekermann, Miriam Wagner-Long

## Weiterhin

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

- ELLER repro+druck GmbH
- Swissfundraising

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

Meine Daten gehören ... wem?



Jetzt, da die EU-Bürger die Kontrolle über ihre Daten haben: Werden sie sich entscheiden, sie für kostenlose oder personalisierte Erlebnisse zu verkaufen? Und wenn ja, für wie viel? Die Agentur für digitale Marketing- und Vertriebslösungen SYZGY führte dazu kürzlich eine internationale Umfrage durch. Das Ergebnis: Zwei von drei Deutschen würden ihre personenbezogenen Daten zu keinem Preis der Welt verkaufen – noch nicht mal an ihre Lieblingsmarke. Nur 16 Prozent der deutschen Verbraucher würden es in Erwägung ziehen, Google zu erlauben, ihre Nutzung auf digitalen Geräten für 20 Euro/Monat zu verfolgen (USA: 33%, UK: 40%). Vorausgesetzt sie hätten die freie Wahl, ist nur jeder siebte Deutsche (14%) der Meinung, es lohne sich, personenbezogene Daten abzugeben, um online personalisierte Erfahrungen zu machen (USA: 2%, UK: 24%). Und für welchen Preis käme bei Verkaufswilligen der Deal mit der Lieblingsmarke zustande? Deutsche würden 140 Euro ansetzen, USA- und UK-Bürger werden schon bei umgerechnet 130 Euro schwach. (Grafik: SYZGY)

► [www.absatzwirtschaft.de](http://www.absatzwirtschaft.de)

## Und sonst noch ...

Sommerzeit, Urlaubszeit: faulenzten?

Weit gefehlt! Es gilt als schick, sich auch in der Freizeit „zu engagieren“. Wie wäre es denn mal mit der Renovierung eines Freiluft-Museums in der Ukraine? (Arbeitskleidung bitte selbst mitbringen!) Oder doch lieber zwei Wochen Englisch unterrichten in Kambodscha? (Die Betten in der Unterkunft sind inklusive Matratze!) Ist alles noch zu buchen, kurzfristig noch im August. Einer der Anbieter des hippen „Voluntourismus“ ist Workcamp Switzerland. Dort werden obige Optionen tatsächlich noch angeboten. Und ganz, ganz viele andere „instagrammable action-locations“.

► [www.workcamp.ch](http://www.workcamp.ch)

## MEINE MEINUNG

Innovationen brauchen Stiftungen und kompetente NGOs als Start-ups



Ein Kommentar von  
**MATTHIAS DABERSTIEL**

Digitalisierung, das war das Motto des Stiftungstags in Nürnberg.

Die Handschrift von Ashoka-Fellow und vom Generalsekretär des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen Felix Oldenburg war nachhaltig zu spüren. Immer wieder begegnete mir aber auch die Frage, warum das Thema bei Stiftungen eigentlich so lange dauert. „Twittern reicht nicht!“, meinte Sascha Lobo und legte damit den Finger in die Wunde, denn vieles, was als digital und hip gilt, ist in Wahrheit nur Kommunikation. Doch bei Digitalisierung geht es um mehr. Beispielsweise den Beinstumpf eines Jungen in Afrika digital zu scannen und in Deutschland eine maßgeschneiderte und passgenaue Prothese aus dem 3D-Drucker zu plotten und zurückzusenden. Im Bruchteil der Zeit, die man normalerweise für die Anfertigung einer individuellen Prothese braucht. Zukunftsmusik? Nein, denn Handicap International stellte genau ein solches Projekt vor.

Doch um so etwas zu entwickeln, braucht es Geld! Staatliche Förderung? Viel zu langsam. Unternehmen? Gerne, aber nach Meinung einiger NGO-Vertreter fehlt es da in Deutschland an digitaler Kompetenz. Die Amerikaner seien da viel weiter. „Deutschland hat die Digitalisierung verschlafen“, hieß es sogar. Mir wurde klar: Innovationen brauchen unternehmerische Lösungen und Stiftungsfonds oder Risikokapitalgeber, die schnell investieren können und nicht in eine bremsende Förderlogik verfallen. NGOs als Start-ups? Warum nicht?

**Was meinen Sie? Schreiben Sie an**  
[meinung@fundraiser-magazin.de](mailto:meinung@fundraiser-magazin.de)

*TeleDIALOG hat immer*  
***offene Ohren***  
*für Ihre Spender*



*Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit 20 Jahren für wertvolle Kontakte zu Förderern und Spendern. Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die sich auszahlt! Rufen Sie uns an, wir haben natürlich auch offene Ohren für die Ideen und Wünsche unserer Kunden.*

DAS ABSURDE IN DIESEM BILD IST NICHT DER BALLONVERKÄUFER.

KEIN KIND SOLLTE IN EINEM KRIEGSGEBIET AUFWACHSEN.



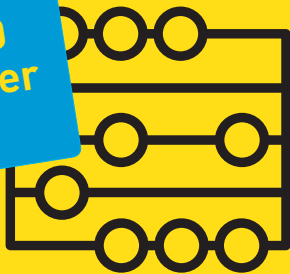
Von allen Dingen, die wenig bis gar keinen Sinn zu ergeben scheinen, ist Krieg definitiv mit an der Spitze. Um das Absurde optisch zu vermitteln, wirbt Caritas International mit Motiven aus Kriegsgebieten, die jeweils um einen „grünen Elefanten“ ergänzt sind, also ein Element, das nicht in die destruktive Szene zu passen scheint. Gleichzeitig weisen die Anzeigen darauf hin, dass nicht das „Störellement“ das Absurde im Bild darstellt. Das Absurde ist quasi der Rest des Bildes: der Krieg.

► [www.caritas-international.de](http://www.caritas-international.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](mailto:INFO@OPTIGEM.COM)/0231.182 93-0 [WWW.OPTIGEM.COM](http://WWW.OPTIGEM.COM)  
A [OPTIGEM@SCHABERGER.AT](mailto:OPTIGEM@SCHABERGER.AT)/0699.11 11 16 93  
CH [OPTIGEM@MITELAN.CH](mailto:OPTIGEM@MITELAN.CH)/033.221 05 13

## Abo zahlt sich aus

Fundraising-Grundlagen online lernen:  
Abonnenten sparen bei der Kursgebühr



Der Online-Kurs „Fundraising – Einfach Spenden sammeln“ von und mit Jan Uekermann erfreut sich großer Beliebtheit, denn die zwölf Module können zeit- und ortsunabhängig belegt werden. Die Inhalte gehen dabei über die Grundlagen im Fundraising hinaus: Einführungen gibt es auch in wichtige Fundraising-Instrumente und ins Danken. Abonnenten des Fundraiser-Magazins, die sich bis zum 15.9.2018 zum Kurs anmelden, zahlen einen Spezialpreis von nur 159 Euro (statt 189 €). Den entsprechenden Rabattcode erhalten alle Abonnenten zusammen mit dieser Ausgabe mit der Post. Auch wer bis September ein Jahresabo bestellt, profitiert von der Aktion.

► [www.januekermann.de/fundraising](http://www.januekermann.de/fundraising)



## Kurzgefasst ...

### Kryptowährungen im Kommen?

Bitcoin, Ripple oder Ethereum werden immer bekannter. Werden sie deshalb auch beliebter? Aktuell sind in Japan elf Prozent der Bevölkerung im Besitz von Kryptowährung. Das ist wenig? Im Vergleich dazu: In Deutschland sind es nur sechs Prozent. Großbritannien und die USA liegen mit jeweils neun Prozent noch vor Deutschland.

► [www.statista.com](http://www.statista.com)

### Werbebriefe sind wirksam

Werbebriefe sind auch im Zeitalter der Digitalisierung ein wirksames Werbemittel. Das hat eine Studie der Universität Kassel ergeben. Demnach verweigern nur 20 Prozent aller Haushalte Werbebriefe aktiv durch Aufkleber auf Briefkästen. Verweigerer von Werbebriefen gaben vor allem den anfallenden Papiermüll als Störfaktor an.

► [www.uni-kassel.de](http://www.uni-kassel.de)

### Hunger-Krise in Afrika

Das Hilfswerk Misereor ruft dringend zu Spenden für Afrika auf und fordert von der internationalen Gemeinschaft, dem Appell von Bundesentwicklungsminister Gerd Müller zu folgen, umgehend einen UN-Krisenfonds zur Versorgung der notleidenden Bevölkerung einzurichten. Ursachen sind unter anderem Wetterextreme und hohe Lebensmittelpreise.

► [www.misereor.de](http://www.misereor.de)

### Spenden in Frankreich

Laut Fondation de France werden jährlich in Frankreich 7,5 Milliarden Euro gespendet. Die durchschnittliche Spende ist dabei in den vergangenen zehn Jahren um 44 Prozent auf 460 Euro angestiegen. Im Legate-Bereich werden die Spenden auf eine Milliarde Euro pro Jahr geschätzt. Fast 50 Prozent aller Testamente werden zugunsten von Stiftungen ausgestellt.

► [www.efa-net.eu](http://www.efa-net.eu)

### Global Philanthropy Environment Index (GPEI)

Die Indiana University Lilly Family School of Philanthropy zeigt in ihrem aktuellen GPEI: Das politische Umfeld ist eine entscheidende Herausforderung für den philanthropischen Sektor. Es kann – noch mehr als das regulatorische Umfeld – die Arbeit von philanthropischen Organisationen stark beeinträchtigen, insbesondere im Nahen Osten und in Nordafrika.

► <https://globalindices.iupui.edu>

# Fundraising,

# das wirkt.

## SAZ – Fundraising ohne Risiken und Nebenwirkungen

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

 **SAZ**<sup>®</sup>

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

## Drei Fragen an ... Reinhard Löchner

Die Online-Plattform für soziales Engagement „aid2people“ hilft Vereinen im Fundraising

### ? Wie ist die Idee zu aid2people entstanden?

*Aufgrund eigener Erfahrungen habe ich festgestellt, dass in Vereinen viel Verwaltungsarbeit anfällt. Der Organisationsaufwand ist groß, die Beschaffung der Gelder aufwendig und das Ausstellen der Spendenquittungen eine mühselige Arbeit. Die Online-Plattform aid2people schafft nun Abhilfe, indem sie die Verwaltungsarbeit effektiv und effizient digitalisiert und damit Vereinen Zeit und Kosten spart.*

### ? Welche Vorteile bietet aid2people gemeinnützigen Organisationen?

*aid2people bietet eine voll digitalisierte Spendenkampagne inklusive Multi-Payment und*

### Reinhard Löchner...



*...bringt bei aid2people seine Erfahrungen und sein Wissen für den Aufbau der Community-Plattform ein. Mit der Bereitstellung des technischen Fundaments will er Menschen dazu ermutigen, Gutes zu tun.*

*automatisierter Ausstellung der Spendenquittungen mit Zugang zu einer jungen Spendergeneration. Die Nutzer profitieren von der einfachen und schnellen Registrierung sowie der sicheren Nutzung der Plattform. 100 Prozent der Spenden gehen an die gemeinnützigen Organisationen, da unsere Sponsoren anfallende Kosten übernehmen.*

### ? aid2people initiiert ab Juli eine deutschlandweite Gruppenspenden-Challenge. Worum geht es dabei?

*Die Online-Spendenaktion läuft bis 31. September auf [www.a2p.de](http://www.a2p.de). Bei diesem zukünftig regelmäßig stattfindenden Wettbewerb nehmen Unternehmen, gemeinnützige Organisationen und Privatpersonen teil und erstellen Gruppenspenden für Hilfsprojekte ihrer Wahl.*

*Es besteht die Chance auf Spendengelder in Höhe von einer Million Euro. Zudem wird die Aktion mit öffentlichkeitswirksamen Marketingkampagnen begleitet und junge Neuspender werden durch Social-Influencer zum Mitmachen animiert. Wer teilnehmen möchte, kann sich auf der Website registrieren. Es lohnt sich auf jeden Fall. ► [www.a2p.de](http://www.a2p.de)*

# AUF ZU NEUEN GALAXIEN!

Software für Digital Fundraising,  
Online-Payment und Crowdfunding.

FUNDRAISINGBOX 



# Schöner scheitern ... als Berater



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

Von DR. CHRISTOPH MÜLLERLEILE

„Ihre Beratung hat aber überhaupt nichts gebracht!“ bekam ich in den Anfängen meiner Beraterzeit nicht selten zu hören. Das lag daran, dass ich nur zu-, aber nicht abgeraten hatte. Optimismus verbreiten, wenn nichts zu holen ist und die Rahmenbedingungen nicht stimmen, bringt nichts.

Zudem hatte ich es häufiger versäumt, Projekte komplett vom Anfang bis zum Ende zu begleiten. Nach meiner Beratung wurstelten die Ratsuchenden nach eigenem Gusto weiter und schoben mir den Misserfolg in die Schuhe. Das galt besonders für Mailings, die ich nur textete, deren weitere Herstellung und Nachbearbeitung ich aber aus Kostengründen nicht begleiten sollte. So wurden aus Spendenbriefen PR-Rundschreiben ohne Fundraising-Charakter, schrecklich bebildert, falsch gelay-outet, nicht zielgruppengerecht gestaltet und adressiert. Man muss die Projekte selbst zum Erfolg führen dürfen oder die Hände davon lassen.

„Aber das erste Gespräch ist doch kostenlos?“ So bahnt sich eine weitere Falle für Berater an, die sich selten vermeiden lässt. Natürlich will jeder Auftraggeber zunächst einmal wissen, mit wem er oder sie es zu tun hat. An manchen unverbindlichen Beratungsgesprächen mit dem Geschäftsführer nahmen überraschend der komplette Vorstand oder alle Leitungskräfte teil. Hinterher dankte mir der Geschäftsführer und meinte, man habe ja nun genug gehört, um mit eigenen Kräften weitermachen zu können. Hätte ich zu wenig erzählt, wäre mir vermutlich Inkompetenz unterstellt worden („Ihre Kollegen haben aber schon mehr geboten.“). Also: viel Aufwand, kein Auftrag.

Sind auch Sie oder Ihre Organisation schon einmal schön gescheitert? Schreiben Sie uns an [meinung@fundraiser-magazin.de](mailto:meinung@fundraiser-magazin.de)



06. SEPTEMBER 2018

**O**W**L**  
GOES FUNDRAISING!

Geballte Kompetenz  
rund um das Thema  
Spenden:  
**Melden Sie sich an  
zum Fundraising-  
Seminar-Tag in  
Bielefeld!**

SIEVERTDRUCK&SERVICE



**Anmeldung:  
Alexandra Heidemann  
0521-557359-19**

Sievert Druck und Service  
Potsdamer Straße 220  
D-33719 Bielefeld  
[www.druck-u-service.de](http://www.druck-u-service.de)  
[www.owlgoesfundraising.com](http://www.owlgoesfundraising.com)

# „Geben verändert. Geben



Die Millionenerbin und Regenbogenphilanthropin Ise Bosch ist im Mai mit dem Deutschen Stifterpreis 2018 ausgezeichnet worden. Pünktlich zur Preisvergabe erschien auch ihr neues Buch „Geben mit Vertrauen“, in dem sie sich gemeinsam mit Justus Einfeld, Berater für LGBTI-Rechte und -Entwicklung, und Claudia Bollwinkel, Programmmanagerin von „filia.die frauenstiftung“, mit den Bedingungen für transformative Philanthropie auseinandersetzt. Im Gespräch mit unserem Redakteur Rico Stehfest verdeutlichen Ise Bosch und Justus Einfeld, welche Nachhaltigkeit Vertrauen bewirken kann und wie sich die Unterstützung sexueller und geschlechtlicher Minderheiten in den letzten Jahren verändert hat.

**?** Ihr gemeinsames Buch trägt den Titel „Geben mit Vertrauen – Wie Philanthropie transformativ wird“. Das klingt nach deutlich mehr als nur Spenden.

**Ise Bosch:** Ich habe gute zehn Jahre als Großspenderin gearbeitet, bevor ich meine gemeinnützige GmbH gegründet habe. Im Lauf der Jahre habe ich gelernt, dass andere Menschen das Spenden oft nur als einen Tropfen auf den heißen Stein wahrnehmen. In der transformativen Philanthropie geht es darum, dass sich wirklich etwas verändert. In den Communities genauso wie bei den Gebenden.

**Justus Einfeld:** Ja, außerdem gibt es weitere, wichtige Aspekte in der transformativen

Philanthropie: Zugänge, Connections, Wissen. Geben ist ja nicht unbedingt einseitig. Da geht etwas zurück an die Spenden Gebenden. Wir reden hier von einer Verbesserung von Lebensumständen, von Verständnis und Gerechtigkeit.

**?** Das Buch erläutert also Ihren philanthropischen Ansatz?

**JE:** Grundlage des Buches sind Gespräche, die ich mit 40 Leuten aus dem Umfeld der Dreilinden gGmbH geführt habe. Das waren ganz unterschiedliche Personen, Empfangende von Geldern, Mitarbeitende aus dem Anlageausschuss und Philanthropen. Das Material, das daraus entstanden ist, sollte ursprünglich die Basis für unsere weitere

# ist Teil eines Prozesses“

Strategie sein. Am Ende sind aber auch viele autobiografische Details von Ise eingeflossen. Ausgehend von ihrem philanthropischen Ansatz und ihrem Werdegang wollen wir mit dem Buch potenzielle Gebende inspirieren und zeigen, was man tun kann, wenn man selbst philanthropisch tätig werden will. Damit sollen Vorbehalte aus der Welt geschafft werden wie „Wenn ich einmal einem etwas gebe, wollen dann gleich alle etwas haben.“ oder „Ich weiß gar nicht, wo ich anfangen soll“.

**?** Was hat Sie dazu bewogen, Porträtfotos von Zanele Muholi aus Südafrika mit aufzunehmen? Ein solcher Ansatz ist für ein Buch über Philanthropie ja doch recht ungewöhnlich.

**IB:** Das Stichwort hier lautet Empowerment. Die Stärke und Willenskraft, die aus den Bildern sprechen, kommen eben aus sich selbst heraus. Bezogen auf eine zeitgemäße Kultur des Gebens zeigt das: Die Macht liegt generell vor Ort, also bei denen, die Gelder empfangen. Das ist der transformative Ansatz. Geben verändert. Be the change you want to see. Geben ist Teil eines Prozesses und keine Intervention.

**?** Dabei ist der Begriff der transformativen Philanthropie alles andere als weit verbreitet.

**IB:** Der Begriff ist im Prinzip eine Erfindung der Astraea Lesbian Foundation for Justice, die ich bereits seit 1996 unterstütze und die im letzten Herbst einen jährlichen Preis nach mir benannt hat – den „Ise Bosch Transformative Philanthropy Award“. Transformative Philanthropie bedeutet einen strukturellen Wandel. Aber es gibt darauf natürlich kein Copyright. Das lässt sich nicht so ohne Weiteres abgrenzen. Grundsätzlich geht es mir selbst in erster Linie um einen ganzheitlichen Ansatz. Nur der führt zu nachhaltiger Veränderung und einen Wandel mit langer Wirksamkeit.

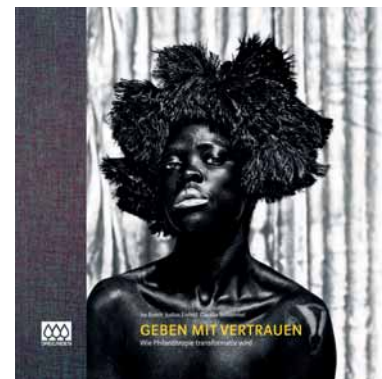
**JE:** Der nötige gesellschaftliche Wandel, wie wir ihn uns vorstellen, wird durch Vertrauen möglich: Die Empfangenden wissen am besten, wie und wo Geld am wirkungsvollsten eingesetzt werden sollte.

**IB:** Beim Schreiben des Buches habe ich gemerkt: Ich stehe manchen Aspekten des Impact Measurements kritisch gegenüber. Die Wirkungsanalyse geht mir dabei zurzeit zu sehr in Richtung quantitativer Messung. Ich sehe dahinter eine ungute Machtdynamik in den Vorgaben, Papierkram inklusive. Das ist für mich ein großer Rückschritt evaluativer Methoden.

**JE:** Bei der Wirkungsanalyse des Impact Measurements ist die Matrix oft sehr kurzfristig angelegt. Wirkung ist nach zehn Jahren nicht gut messbar, kurzfristiger Wandel steht manchmal dem langfristigen Wandel im Weg. Teil dessen sind Einschränkungen im Einsatz der Fördermittel. Da gibt es keinen Raum für Fehler, aus denen man lernen könnte. Ein Gegenbeispiel: Einer Gruppe von Trans-Frauen in Afrika, die eine Projektförderung im HIV-Bereich erhalten, ist eine Teilnahme an Konferenzen mit diesen Geldern nicht möglich. Diese wichtige Netzwerkarbeit wird wiederum über eine Dreilinden/Astraea-Förderung ermöglicht. Das ist Inklusion. The African Women's Development Fund hat durch die Begegnung mit dieser und ähnlichen Gruppen reagiert und vergibt Gelder jetzt anders. Der ROI ist dabei enorm hoch.

**IB:** Solche Einschränkungen sind ein Problem des Silo-Denkens. Ich empfehle dazu das Buch von E. J. Jacobs „The Conversation: Candid Perspectives and Advice on Fundraising Shared by Donors and Nonprofits“.

Aber das Oberthema ist doch ganz klar Kontrolle und Vertrauen. Es gilt einfach, einen weiteren Blick bei Kontrollen zu haben. Die Expertise liegt eher an der Basis als bei den



Die Macht des Geldes soll verwandelt werden in die Macht für viele. Ise Bosch kennt dafür einen erfolgreichen Weg. Seit Jahrzehnten engagiert sie sich philanthropisch, nicht nur mit ihrer gemeinnützigen Dreilinden GmbH. Die Antworten auf die Fragen, wie und warum Ise Bosch sich mit ihrem Erbe starkmacht, ist nur ein Teil dieses Buches. Geförderte kommen ebenso zu Wort wie Mitarbeiter und Unterstützer. Die starken Frauenporträts von Muholi vermitteln Kraft auf eine ganz besondere Weise.

► [www.geben-mit-vertrauen.de](http://www.geben-mit-vertrauen.de)

Wir verlosen das Buch „Geben mit Vertrauen!“ in unserem Gewinnspiel auf Seite 88.

Gebenden. Vertrauen ist deshalb besonders wichtig. Das hat auch etwas mit dem Zeitgeist zu tun. Wir sollten begreifen, dass Dinge eben Zeit brauchen.

**JE:** Viele befürchten, dass Vertrauen missbraucht wird. Generell beobachten wir aber, dass das Verantwortungsgefühl bei den Empfangenden bei Geldern, die mit viel Vertrauen und wenig Kontrolle gegeben werden, sehr hoch ist. Da ist der Wille, dass das Geld gut eingesetzt wird, und dafür möchten die Leute auch arbeiten. Je mehr Kontrolle ausgeübt wird, desto eher... ►



...entsteht bei den Empfangenden das Gefühl, dass es sich gar nicht um „ihr“ Geld handelt. Ein „Gewinn“ an Kontrolle ist immer ein Verlust an Vertrauen. Das hören wir von allen Seiten.

**?** Sie engagieren sich beide seit vielen Jahren für die Rechte von sexuellen und geschlechtlichen Minderheiten. Nun könnte man durchaus so weit gehen zu behaupten, dass derart gelagerte Themen in den letzten Jahren eine positive Entwicklung erfahren haben. Gleichzeitig sind aktuell rechtspopulistische Tendenzen überall in Europa zu beobachten. Wie sehen Sie die Entwicklung Ihrer Arbeit in diesem Zusammenhang?

**JE:** Das Themenfeld hat sich wahnsinnig verändert. Ich selbst beschäftige mich seit 1994 mit Lesben-Themen und seit 2002 mit Trans-Themen. Damals gab es in Deutschland und den Niederlanden, wo ich auch tätig war, gar kein Bewusstsein in der Community, dass beispielsweise eine gesetzlich verordnete Sterilisierung eine Verletzung der Menschenrechte darstellt. Aus heutiger Sicht hat sich da ein großer, starker Shift vollzogen, mit dem kaum jemand gerechnet hatte. Viele meinten, es würde viel länger dauern, bis eine gesellschaftliche Veränderung spürbar werden würde. Was sich gesellschaftlich seit den 70ern verändert hat, beruht dabei vor allem auf Freiwilligenarbeit. Erst seit

relativ kurzer Zeit wird die Arbeit in diesem Bereich professionell mit fest angestellten Mitarbeitenden betrieben. Dadurch ist jetzt auch endlich eine intensivere Arbeit möglich, sei es die Arbeit mit Einzelpersonen oder psychologische Betreuung. Diese Hilfe ist aber noch nicht selbstverständlich.

**?** Wie reagieren Sie, wenn Ihnen von Gegnern vorgeworfen wird, Sie würden mit Ihrer Arbeit einen Keil in bisherige Geschlechts-Identitäten treiben?

**IB:** Es gibt eine reelle Welt, und es gibt die uns zugeschriebene Rolle im Narrativ der Rechten. Als Feindbild sind wir in diesem Narrativ stark vertreten mittendrin. Es werden immer heißere Kämpfe um sexuelle und geschlechtliche Identität ausgefochten. Von einigen Seiten wird da eine Chimäre aufgebaut, welche Gefahr von Schwulen, Lesben oder Trans-Menschen ausgeht. Da stehen zwei Welten nebeneinander, die vielschichtig sind. Ein Outing ist nicht überall und immer die Lösung. Deshalb müssen wir uns auch immer genau die Situation vor Ort anschauen. Die Bewegung ist intelligenter geworden, schneller und diverser. Es gibt intern, also innerhalb der Community, eine bessere Kommunikation als in der Vergangenheit.

**JE:** In Afrika beispielsweise behaupten Kritiker, Homosexualität sei „unafrikanisch“. In Russland ist das ja ähnlich. Bekanntlich werden da ja ausländische Akteure mit einem Feindbild belegt, obwohl sexuelle und geschlechtliche Vielfalt natürlich auch in der präkolonialen Geschichte vorkommt. So ein Backlash ist ein Zeichen, dass wir etwas verändern. Die menschliche Natur ist aber eben nun mal gegen Veränderung.

**IB:** Sexuelle und geschlechtliche sind zwei Minoritäten, denen grundlegende Menschenrechte abgesprochen werden.

**JE:** Viele wollen die Welt in schwarz-weiß sehen. Das vereinfacht die Navigation durch die Welt. Wie weit dieser binäre Ansatz gehen kann, sieht man beispielsweise bei Geert Wilders: Schwule und Lesben werden akzeptiert,



um Rassismus zu stärken. Da ist die Rede von „unseren Schwulen“ ...

**?** In Ihrer Dankesrede zum Transformative Philanthropy Award der Astraea Foundation im vergangenen Dezember sagten Sie: „We want community, not sameness.“ Diese Aussage erscheint mir sehr zentral. Was genau verstehen Sie darunter?

**IB:** So verstehe ich den von Angela Merkel geforderten Zusammenhalt in Deutschland. Es gibt in Deutschland ein zunehmendes Problem mit der sozialen Zugangsgerechtigkeit. Lösungen für dieses Problem können meines Erachtens nur dann nachhaltig sein, wenn sie auf die menschliche Vielfalt Rücksicht nehmen. Ein Zusammenwachsen findet nicht statt, wenn Mitglieder von bestimmten sozialen Gruppierungen unter sich bleiben. Bin ich nur liberal, wenn ich unter Menschen lebe, die mir recht ähnlich sind? Wir sollten unsere komplexen Realitäten gegenseitig anerkennen.

**JE:** Es geht im Leben um die Unterschiede. Wir sind nicht alle gleich. Dieser Ansatz schließt alle ein, die nicht gleich sind und ist offen für alle Leute, die manches teilen, aber manches eben nicht. Wir sollten uns solidarisch mit weniger Privilegierten verhalten. ▣

► [www.dreilinden.org](http://www.dreilinden.org)

# Warum wir uns kennenlernen sollten?

Fragen Sie doch einfach mal unsere Kunden,  
was ihnen an fundango gefällt!\*

\*Antworten führender Fundraising-  
Verantwortlicher auf die Frage  
„An fundango gefällt mir, ...“

„... viel ... Ideen-  
reichtum & Zuverlässigkeit  
& Profi-Erfahrung!“

„... dass dort viele kreative  
Menschen arbeiten, die ihr Hand-  
werk verstehen und obendrein auch  
noch ausgesprochen nett sind!“

„... die besondere  
Fähigkeit, die Ideen des Kunden  
in Text und Graphik zu veredeln und  
professionell zu realisieren. Es macht  
einfach Freude, mit Ihnen  
zu arbeiten!“

„Unkompliziert,  
schnell,  
professionell.“

„... dass die  
Projekte in den  
schönen Mailings  
lebendig werden.“

„Sehr gute Beratung,  
Kreativkompetenz,  
schnelle Umsetzung.“

**fundango**<sup>®</sup>  
Fundraising ist mehr

Brückenstraße 1-3 · 50667 Köln  
Telefon 0221 / 677 845 - 90  
[www.fundango.de](http://www.fundango.de) · [kontakt@fundango.de](mailto:kontakt@fundango.de)



# Unser erfolgreichstes Fundraising-Instrument

Die einen schwören seit Jahr und Tag aufs Mailing, andere bevorzugen Social-Media-Kampagnen. Welches Fundraising-Instrument die Hitliste anführt, hängt von vielfältigen Faktoren ab. Auch die Branche ist entscheidend. Deshalb fragten wir diesmal drei Protagonisten aus dem Natur- und Umweltbereich: Welches ist Ihr aktuell erfolgreichstes Fundraising-Instrument?



## Guter Mix

Der WWF wächst auch in diesem Jahr. Mehr Unterstützer und mehr Einnahmen generieren wir durch einen Mix an Instrumenten und Möglichkeiten. Wir setzen darauf, mit knackigen Botschaften, einer individuellen Ansprache und sinnstiftenden Angeboten unsere Projekte bedürfnisorientiert zu formulieren. Einen signifikanten Einnahmewachstum erreichte unsere Arbeit in der Akquise von öffentlichen Mitteln, in der transformierenden Zusammenarbeit mit Unternehmen, in der individuellen Betreuung von Großspendern und in der dialogorientierten Ansprache über Telefon und öffentliche Plätze an Unterstützer mit klassischen Jahresförderbeiträgen.

Ricarda Raths  
Leiterin Dialog  
Marketing & Fundraising  
WWF Deutschland



## User Journeys

Kein neues, aber immer noch das mitunter wichtigste Buzz Word – User Journeys. Im digitalen Bereich sind gut durchdachte User Journeys für uns bei Weitem die effektivste und vielseitigste Methode, ein skalierbares Fundraising über einzelne bis mehrere digitale Kanäle hinweg zu betreiben.

Florian Bolka  
Digital Mobilisation  
Greenpeace Österreich



## Mailing und Stiftungen

Die Frage kann ich klar beantworten: Postmailing und Stiftungsanträge. Wir nutzen einige Instrumente und die größten Erfolge bei Privatpersonen erzielen wir mit Postmailings. Sehr zufrieden sind wir auch mit dem Erfolg von Stiftungsanträgen.

Nico Singer  
Fundraising-Manager  
Ökolöwe Leipzig

## Und was sagen Sie?

Welches ist aktuell Ihr beliebtestes oder erfolgreichstes Fundraising-Instrument? Was bringt Ihrer NGO den besten Response? Womit erreichen Sie neue Spender? Wir sind gespannt auf Ihre Erfahrungen. Schreiben Sie uns an [meinung@fundraiser-magazin.de](mailto:meinung@fundraiser-magazin.de)





# In den Projekten angekommen!

Persönliche Gedanken von Markus Kaminski

*Zeitgenossen, die ihre Gegenüber gern in unterwürfiger Demut sehen, die es genießen, wenn sich ihre „Opfer“ stammelnd selbst erklären, finden im Dritten Sektor ihr Schlafraffenland. Sie klopfen bei einer beliebigen NPO an, setzen ein investigatives Gesicht auf, bemühen einen fordernden, schneidenden Tonfall – und fragen nach den Verwaltungskosten.*

*Diese Methode setzt schlagartig alle gängigen Mechanismen von Qualitätssicherung und -nachweis außer Kraft. Reell und marktüblich vergütete Fachkräfte sind plötzlich kein Beleg mehr dafür, dass hier (angestellte) Profis an der erfolgreichen Bewältigung der anstehenden Aufgaben arbeiten. Kontinuierliche Kommunikation sorgt nicht etwa dafür, öffentliches Bewusstsein für die eigentlich breit akzeptierten Zielsetzungen und den dazugehörigen Finanzbedarf zu schaffen. Im schlimmsten Fall haben Fundraiser unter Zeitdruck und damit „schwindelerregenden“ Fundraisingkosten Mittel eingeworben und so Werte vor ihrer irreversiblen Zerstörung bewahrt.*

*NPO-Glücksritter mit der reinweißen Weste kennen solch schlimme Auswüchse natürlich nur von anderen Organisationen. Im eigenen Laden passiert so etwas nicht. Da kommen alle Spenden im Extremfall zu 100 Prozent „in den Projekten an“. Jeder, der in der Lage ist, Einnahmen/Ausgaben auf der einen und eine vollständige Terminübersicht auf der anderen Seite gegenüberzustellen, braucht keine sechs Minuten, um diese Darstellung als vollkommenen Unsinn zu entlarven. Dabei impliziert allein die Frage nach Verwaltungskosten meist kein echtes Interesse an der*



*befragten Organisation, sondern die Unterstellung, dass die Administration lediglich ein Kostenfaktor ist und nichts für die Projekte leistet. Jeder mag für sich selbst entscheiden, ob das Engagement der angestellten Fachkräfte einer NPO, die oft genug weit über ihre dienstlichen Verpflichtungen für ihre Aufgaben am Ball sind, diese Brandmarkung verdient hat.*

*Selbst einmal willkürlich unterstellt, dass Zuwendungen zu 100 Prozent „in den Projekten ankommen“, ist damit noch nicht gesagt, dass die einzelnen Ausgaben wirtschaftlich getätigt wurden oder überhaupt ziel führend waren. Eventuell wurden Lieferanten und Dienstleister finanziert oder sogar ganze Strukturen zementiert, die den Zielsetzungen der Organisation diametral entgegenarbeiten. Die Arbeitsergebnisse, die Leistung, die Wirkung einzelner Projekte, die Gesamtwirkung der Organisation – und damit ihr eigentliches Kapital – geraten völlig aus dem Blickfeld.*

*Ich habe einen Traum (echt – auch ich). Auf die Frage nach den Verwaltungskosten antwortet eine Organisation (Tierschutz an der Nordseeküste – das Beispiel ist austauschbar): „100 Prozent! Wir sammeln die Gelder und Förderungen, wir verwalten sie, unsere Fachleute tätigen nach unseren Vorgaben die Ausgaben vor Ort. Die Ergebnisse unserer erfolgreichen Arbeit entnehmen Sie bitte unserem Rechenschaftsbericht. Aber: Keine einzige Kegelrobbe, kein Bodenbrüter und auch kein Wattwurm hat von uns je einen müden Cent gesehen!“* ■

**Markus Kaminski** ist mit den Tätigkeitsschwerpunkten „Institutional Readiness“ und „Dissemination“ im Dritten Sektor unterwegs. Der zertifizierte EU-Fundraiser ist Autor verschiedener Fach- und Leitartikel zu Stiftungs- und Fundraisingthemen.  
► <http://wortbild.kaminski.sh>

# Spendenhilfsdienst

## digital & menschlich



**Erfahrene  
Fundraiser  
für Ihren  
Erfolg**

### Unser Angebot:

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

### Rufen Sie uns an:

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

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



### „Machen Sie es dem Alten leichter!“



Die Deutsche Stiftung Denkmalschutz erhält seit mehr als 30 Jahren Geschichte. Es geht um mehr als nur „alte Steine“. Ihr Erhalt ist von besonderer Bedeutung, aber auch immer ein Gegenstand der Diskussion. [Seite 22](#)

### So macht man sich Freunde



Besucher zwischen 20 und 35 Jahren in ein Museum zu locken, ist fast schon ein Kunststück für sich. Doch wie können die potenziellen Förderer und Spender begeistert werden? Zum Beispiel mit jungen Freundeskreisen. [Seite 24](#)



## Kleines Budget, große Wirkung



Ein aussichtsloses Unterfangen schien die denkmalgerechte Sanierung einer kleinen spätbarocken Dorfkirche zu sein. Doch dann begann die Fundraising-Aktion „Bring Licht herein!“ alle mitzureißen.

[Seite 26](#)

## Nitropositiv gegen Antisemitismus



Er gilt als einer der wichtigsten Stummfilme überhaupt: „Die Stadt ohne Juden“. Ein Fund auf dem Trödelmarkt führte zu einer mutigen Crowdfundingaktion, die die Restaurierung finanzierte, indem sie auch politische Wirkung genutzt hat.

[Seite 28](#)



# „Machen Sie es dem Alten leichter!“

Die Deutsche Stiftung Denkmalschutz erhält seit mehr als 30 Jahren Geschichte

Es handelt sich um mehr als nur „alte Steine“. Baudenkmale sind Geschichtsträger und damit auch Identitätsstifter. Ihr Erhalt ist deshalb von besonderer Bedeutung, aber auch immer ein Gegenstand der Diskussion. Die Deutsche Stiftung Denkmalschutz konnte bislang mehr als 5300 Objekte fördern.

Von THOMAS MERTZ

Der neugotische Kirchturm der Bochumer Christuskirche ist nach den schweren Kriegszerstörungen des Jahres 1943 als einziger Teil des historischen Kirchenbaus erhalten geblieben. 1959 baute man neben einem flachen Verbindungsbau den neuen Kirchsaal an. Diesen modernen, mit einem flachen Rhombendach überspannten Backsteinbau hat man bewusst von der Turmuine absetzen wollen. Der Turm ist als stadtbildprägendes auch ein wichtiges städtebauliches Element. Mit seiner eindeutigen Silhouette dient er zugleich als Mahnmal gegen die Kriegszerstörung.

## Mehr als 200 000 private Förderer

Das ist nur eins von über 5300 Beispielen für die Fördertätigkeit der Deutschen Stiftung Denkmalschutz, die 1985 unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten gegründet wurde. Nach Öffnung der Grenzen stand sie gerade in den neuen Bundesländern vor einer schier unlösbaren Aufgabe: Unzähligen Dorfkirchen und Schlössern, Bürgerhäusern und Stadtmauern – ganzen Kulturlandschaften – drohte der Verfall. Heute kann die Situation dort als gemindert, wenn auch nicht als abgeschlossen gelten. Letzteres gilt auch für die westlichen Bundesländer.

Dass die in Bonn ansässige private Denkmalschutzstiftung zur Rettung zahlreicher unsere Städte und Landschaften prägenden



Im Herbst 2010 schon einmal Titelbild des Fundraiser-Magazins, heute inzwischen ohne Baugerüste: Moses in der Dorfkirche St. Philippus von Kleinwerther bei Nordhausen in Thüringen.

Denkmale beitragen und über 530 Millionen Euro für die Rettung unseres bedrohten Kulturerbes zur Verfügung stellen konnte, verdankt sie ihren über 200 000 privaten Förderern und der „GlücksSpirale“, der Rentenlotterie von Lotto, deren Destinatär sie seit 1991 ist.

## Zur Sicherung gehört auch Pflege

Steht die Sicherung und Restaurierung akut bedrohter Denkmale auch an erster Stelle, sind dauerhafte Pflege und anhaltende Bewahrung der Bauwerke doch ebenso dringlich. Notrettungsprogramme und „Pflegeversicherungen“ sind gewissermaßen die zwei Seiten der einen Medaille. Die Deutsche Stiftung Denkmalschutz bietet hierzu mehrere Möglichkeiten an: Neben den üblichen Spenden- und Zustiftungsmöglichkeiten für die Satzungsaufgaben im Allgemeinen oder einzelne Projekte im

Besonderen hat sie die Instrumente der Treuhandstiftung und des Stifterdarlehens entwickelt. Derzeit betreut sie über 220 Treuhandstiftungen, die individuell auf die Wünsche und Lebenssituation des Stifters zugeschnitten sind: seien es Einzel- oder Gemeinschaftsstiftungen, Aufbaustiftungen oder Namensfonds. Diese regelmäßige Fördertätigkeit durch kontinuierliche Ausschüttungen aus den Stiftungserträgen macht Denkmal-„Pflege“ im besten Sinne des Wortes möglich.

Dass diese Erfolge in der Vergangenheit möglich waren, verdankt die Deutsche Stiftung Denkmalschutz auch ihrem zweiten Satzungsauftrag. Neben der Bewahrung bedrohter Kulturdenkmale soll sie nämlich das Bewusstsein für den Denkmalschutz in der Öffentlichkeit stärken, um möglichst viele Menschen zur Mithilfe zu gewinnen. Folglich informiert die Stiftung durch eine breite Presse- und Öffentlichkeitsarbeit über

ihre Arbeit, um über die Notwendigkeit und Probleme des Denkmalschutzes zu informieren. Die Herausgabe der Zeitschrift „Monumente“ oder die Koordination des „Tag des offenen Denkmals“, die Benefizkonzertreihe „Grundton D“ mit dem Deutschlandfunk, Ausstellungen und Vorträge oder die „DenkmalAkademie“ sind nur einige Aktivitäten der Stiftung, die der Bewusstseinsbildung für die Belange des Denkmalschutzes dienen.

#### Denkmalschutz im Schulunterricht

Insbesondere junge Menschen für das Kulturerbe und den Denkmalschutz vor Ort zu begeistern, soll durch das Schulprogramm „denkmal aktiv – Kulturerbe macht Schule“ und die Jugendbauhütten gelingen. Während mit der bundesweiten Aktion „denkmal aktiv“ Schulen angeregt werden, das Themenspektrum Kulturerbe und Denkmal-

schutz in den Schulunterricht zu integrieren, können in den Jugendbauhütten junge Menschen an 14 Standorten ein „Freiwilliges Soziales Jahr in der Denkmalpflege“ absolvieren.

Das Gesicht der Stiftung vor Ort sind die Menschen, die sich in dem weiten Netz ehrenamtlicher Ortskuratorien engagieren, mittlerweile sind es über 500 an der Zahl. Sie machen durch konkrete Aktionen auf die Anliegen der Denkmalpflege und der Bonner Stiftung aufmerksam.

Oft können erst durch die privaten Mittel der Stiftung weitere öffentliche Fördermittel in Anspruch genommen werden. Die finanziellen Beiträge der Stiftung ergänzen damit die staatliche Förderung, sie sollen und wollen sie aber nicht ersetzen. Die Aufgabe, unsere Kulturlandschaften zu erhalten, ist groß, viele Bauwerke sind weiterhin gefährdet. Wenn Klosterkirchen verfallen, Schlösser und Bauernhöfe verwahrlosen

oder ganze Städte ihr Gesicht verlieren, ist das Engagement vieler gefragt.

In der Dorfkirche St. Philippus von Kleinwerther bei Nordhausen in Thüringen steht ein steinerner, die Kanzel tragender Moses. Er selbst musste während der Renovierungsarbeiten in vergangenen Jahren gestützt werden. Die Moses-Gestalt veranschaulicht das Anliegen der Deutschen Stiftung Denkmalschutz augenfällig: „Machen Sie es dem Alten leichter!“



**Thomas Mertz** ist Leiter der Pressestelle der Deutschen Stiftung Denkmalschutz.

Er studierte Geschichte, Latein und Philosophie in Bonn und Köln und schloss eine journalistische Ausbildung am Robert Schuman Institut in Brüssel an. Seit 1992 ist er für die in Bonn ansässige private Stiftung tätig.

► [www.denkmalschutz.de](http://www.denkmalschutz.de)



LEIPZIGER MESSE

Internationale Fachmesse  
für Museums- und  
Ausstellungstechnik

8. bis 10. November 2018

MU  
TEC

Gemeinsam stark  
Als Verbund rund um den Erhalt, die Bewahrung und  
Vermittlung des Kulturerbes übernimmt das internationale  
Messeduo MUTEK und denkmal eine Vorreiterrolle.

Parallel:



denkmal

Europäische Leitmesse für Denkmalpflege  
Restaurierung und Altbausanierung

KULTURGUT VERBINDET

[www.mutec.de](http://www.mutec.de)



## So macht man sich Freunde

Neue Ideen und viel Unterstützung durch Junge Museums-Freundeskreise

Besucher zwischen 20 und 35 Jahren in ein Museum zu locken, ist fast schon ein Kunststück für sich. Doch wie können die potenziellen Förderer und Spender von morgen begeistert werden? Das gelingt zum Beispiel mit jungen Freundeskreisen. Die bringen neben jeder Menge Begeisterung und Engagement auch schon den ein oder anderen Euro mit.

Von UTE NITZSCHE

Über 30 junge Freundeskreise gibt es inzwischen an deutschen Museen. Der erste war 1997 der Stoberkreis, die jungen Freunde

der Nationalgalerie in Berlin, benannt nach dem Kunstförderer Hans Hermann Stober. Anfang der 2000er Jahre kamen weitere hinzu, zum Beispiel die Jungen Freunde der Hamburger Kunsthalle, die „ARTgenossen“ der Kunsthalle Mannheim, der Kunstclub der Staatsgalerie Stuttgart, der Städelclub in Frankfurt und die Jungen Freunde der Kunstsammlungen Chemnitz. Ihre Mitglieder waren meist Studenten, Azubis oder Berufseinsteiger und zwischen 18 und 40 Jahre alt, die sich in die Museumsarbeit einbringen, aber vor allem auch Gleichgesinnte begeistern wollten. 2005 wurde schließlich die „Bundesinitiative Junge Freunde Kunstmuseen“

ins Leben gerufen, in der sich zweimal im Jahr die Jungen Freundeskreise aus 20 deutschen Städten treffen.

### Nachwuchs binden

Wer in einem von ihnen Mitglied ist, profitiert von vielen Vorteilen, seien es der freie Eintritt ins Museum, regelmäßige Veranstaltungen wie Künstlergespräche, Einblicke in Ateliers, Besuch von Privatsammlungen, exklusive Themenführungen und Previews von Ausstellungen, ein Mitspracherecht bei Neuerwerbungen von Exponaten, Kunstnächte und nicht zuletzt



Freunde, die die Leidenschaft für Kunst teilen. Genau wie die Fördervereine zahlen auch die Mitglieder der Jungen Freundeskreise einen Mitgliedsbeitrag, der ist jedoch meist wesentlich niedriger. In der Regel gehören sie direkt zum Förderverein, arbeiten aber je nach Museum mehr oder weniger selbstständig. Im Mittelpunkt steht meist nicht die mäzenatische Förderung, sondern vor allem der Gedanke, „Nachwuchs“ ans Haus zu binden.

### Begeisterte Botschafter

Immer häufiger unterstützen sie aber auch mit Geld oder tätigen sogar Ankäufe. So kauft der „PIN. Young Circle“ der Münchner Pinakothek der Moderne zeitgenössische Werke von Künstlern unter 40 Jahren. Auch die Jungen Freunde des Museums für Kunst und Kultur in Münster haben einen eigenen Ankaufsetat, ebenso wie die Jungen Freunde der Kunsthalle Emden, die von ihren Mitgliedsbeiträgen im Jahr rund 6 000 Euro für den Kunstankauf ausgeben. Die Werke werden in den Ausstellungen dann extra gekennzeichnet und sind so super Identifikationsobjekte für die Mitglieder.

Von eigenen Ankäufen kann der Stoberkreis derzeit nur träumen, wie Sprecherin Julia Katz erklärt. Dafür setzt er sich mit viel Engagement und Begeisterung für seine Museen ein; so zum Beispiel beim „Festival of Future Nows“ im letzten September im „Hamburger Bahnhof“ in Berlin. Mehrere Stoberkreis-Mitglieder unterstützten das



Festivalteam, waren am Eröffnungsabend Museumswärter, Infosäule und Beobachter in einem. Bekleidet mit rot beschrifteten T-Shirts waren sie zudem noch Teil einer künstlerischen Arbeit. Seit seiner Gründung organisiert der Stoberkreis aber auch regelmäßig eigene Projekte und Veranstaltungen. 1998 sammelten sie für eine Ausstellung 20 000 DM, die für die Gestaltung der Einladungskarten und des Rahmenprogramms eingesetzt wurden. Als 2004 das New Yorker MoMA in Berlin zu Gast war und in einer legendären Ausstellung über 200 seiner Werke zeigte, entwickelten 70 Stober-Mitglieder die Idee der „MoMANizer“ – Projektbotschafter, die in der Ausstellung Fragen der Besucher beantworteten – und konnten dafür das Café Einstein als Sponsor gewinnen, das prompt 70 000 Euro gab.

### Eigene Spendenaktionen

Dass die Jungen in Sachen Fundraising gute Ideen entwickeln, zeigen viele weitere

Beispiele. Die Jungen Freunde des Museumsvereins Kassel, „einzigART“, übernahmen 2015 die Patenschaft für die Restaurierung einer großen Prunkvase. Unter dem Motto „oh, goldig“ sammelten sie innerhalb eines Jahres Spenden. Jeder Spender erhielt als Dank ein Puzzleteil, auf dem ein Teil der Vase zu sehen war. Die „Jungen Kaiser“ des Berliner Kaiser Friedrich Museumsvereins starteten ein Crowdfunding-Projekt, um zwei Bilderrahmen zu finanzieren. Vor allem mithilfe der sozialen Medien war das Crowdfunding-Ziel von 6000 Euro schnell erreicht. Als Dankeschön gab es unter anderem exklusive Ausstellungsführungen.

### Frischer Wind und schräge Ideen

Museen tun also gut daran, den Nachwuchs ins Boot zu holen. Voraussetzung dafür ist natürlich, dass man sich neuen Einfällen und Kommunikationswegen öffnet. Dr. Kathrin Erggelet, Geschäftsführerin des Bundesverbands der Fördervereine Deutscher Museen für bildende Kunst e.V., bringt es im Vorwort zur Broschüre „How to make young friends“ auf den Punkt: „Junge Freunde tun nicht nur Ihrem Verein und Ihrem Museum gut; Sie und Ihre Vorstandskolleginnen und Vorstandskollegen werden feststellen, dass der frische Wind und die manchmal schrägen Ideen des Nachwuchses auch eine persönliche Bereicherung sind.“

► [www.bundesverband-der-foerderevereine.de](http://www.bundesverband-der-foerderevereine.de)



**hello**

STARTEN SIE 2019 MIT IHRER  
FACE-TO-FACE FUNDRAISING KAMPAGNE.  
GEWINNEN SIE MIT HELLO 1.000  
LANGFRISTIGE FÖRDERER.  
**JETZT TESTEN UND INFOS ANFORDERN!**

KONTAKT

TOBIAS STÜCKROTH  
GESCHÄFTSFÜHRUNG

E-MAIL: [TOBIAS@HELLOHELLO.DE](mailto:TOBIAS@HELLOHELLO.DE)  
WEB: [WWW.HELLOHELLO.DE](http://WWW.HELLOHELLO.DE)

# Kleines Budget, große Wirkung

Fast vergessene Kirche wird restauriert: mit der Spendenkampagne „Bring Licht herein!“

Ein aussichtsloses Unterfangen schien die denkmalgerechte Sanierung einer kleinen spätbarocken Dorfkirche zu sein. Doch dann begann eine Fundraising-Aktion alle mitzureißen.

Von DANIELA MÜNSTER

Ein Kirchlein, das kaum jemand kennt, in einem Dörfchen, das kaum jemand wahrnimmt. Wanderurlauber kommen hin und wieder an der spätbarocken Dorfkirche im sächsischen Röhrsdorf nahe Dresden vorbei. Zu Weihnachten gilt sie unter Anwohnern als Geheimtipp: Christvesper im Kerzenschein, wie romantisch! Tatsächlich gab es bis zum Jahr 2017 kein zeitgemäßes elektrisches Licht. Nur zwei kleine Lampen versuchten, das Kircheninnere zu erhellen.

## Kein Denkmal – kein Geld

Im Jahr 2001 nahm die Gemeinde Dresden-Lockwitz, zu der die Kirche Röhrsdorf seit 1998 gehört, die dringend nötige Außenanierung vor. Innen blieb nahezu alles beim Alten. Das 1749 errichtete evangelische Gotteshaus war 1883 im Innenraum erst- und gleichzeitig letztmalig renoviert worden. Für Denkmalschützer ein Glücksfall – für die Gemeinde eine erhebliche Nutzungseinschränkung. Nicht nur die Beleuchtungssituation, auch der bauliche Zustand war bedenklich: Treppen waren ausgetreten, Risse durchzogen den Putz. Die instabil gewordene Decke drohte herunterzubrechen. An Bildern, Altar und Wänden blätterte die verblichene Farbe ab. Generell schien alles grau und dreckig. Im holzgeschnitzten Wappen der Patronatslogenisteten Vögel. Hier musste dringend etwas geschehen!

Cornelius Neumann lag die Kirche schon immer am Herzen. Der 63-jährige Mathematiker wohnt in der Nähe und engagiert sich im Kirchenvorstand der Gemeinde. Beim



Beantragen von Fördermitteln stellte sich heraus, dass die Kirche gar nicht als Denkmal registriert war. Kein Denkmal – kein Geld. „An einem Frühlingstag 2015 habe ich eine Mitarbeiterin vom zuständigen Denkmalamt eingeladen“, berichtet Neumann. „Als sie die Kirche betrat, blieb ihr vor Staunen der Mund offen stehen. Eine der wenigen Kirchen in der Region, wo man noch den Originalzustand des Spätbarock sehen kann, so ein außergewöhnliches Zeugnis der Baugeschichte – und nichts davon bekannt!“ Kurze Zeit später wurde die Röhrsdorfer Kirche ins sächsische Denkmalregister aufgenommen.

Experten schätzten die Kosten für die denkmalgerechte Innenrestaurierung auf 250 000 Euro. Zehn Prozent Eigenanteil sollte die Gemeinde aufbringen – aus Spenden. Cornelius Neumann war anfangs skeptisch. Röhrsdorf ist nur ein kleines Dorf, auch Lockwitz, zu dem die Kirche gehört, gilt nicht gerade als das Goldstaubviertel der Gegend. Und wie üblich im Osten Deutschlands: Viele Menschen verbindet nichts mit Kirche, sie sind weder getauft noch in Gemeinden engagiert. Dennoch wollte man nichts unversucht lassen.

Der Vorteil einer dörflichen Gemeinschaft ist der, dass jeder jeden kennt. Und so war

Neumann aufgefallen, dass in der Nähe „so eine Spenden-Firma“ ansässig ist: das Fundraiser-Magazin. Die Mitarbeiter halfen nicht nur mit Ideen und Know-how – sie vermittelten auch Zuversicht, innerhalb eines Jahres die benötigte Summe von 25 000 Euro einwerben zu können.

### Bring Licht herein!

Zum Erntedankgottesdienst im Oktober 2016 begann die Fundraising-Aktion unter dem Motto „Bring Licht herein!“. Die Sache sprach sich im Ort herum. In der Nachbarschaft bastelten zwei Hobby-Modellbauer aus Sperrholz ein maßstäbliches Modell der Kirche als Spenden-Sammelbox. Durch einen Schlitz im Dach kann man Geld einwerfen, der Innenraum ist natürlich beleuchtet: Bring Licht herein!

Bis zum Reformationsjubiläum am 31. Oktober 2017 sollte die Kirche innen restauriert und zeitgemäßes elektrisches Licht installiert sein. Das bedeutete: dranbleiben. Die Gemeinde plante Spenden-Mailings – alles Low Budget. Das Pfarrhaus glich zuweilen einem kleinen Postamt. Seniorinnen kuvertierten unter der Regie der Pfarrerin Antje Hinze mehrere tausend Spendenbriefe und Flyer von Hand. Die ehrenamtlichen Boten, welche den Gemeindebrief austragen, brachten die Mailings portofrei in die Haushalte der umliegenden Orte. Auch wer nicht „in der Kirche ist“, bekam Informationen zur Bring-Licht-herin-Aktion. Denn die renovierte Kirche

soll jedem offen stehen, zum Beispiel für Konzerte oder Hochzeiten.

Die Spendenkampagne nahm Fahrt auf und entwickelte sich weiter: Eine Anwohnerin fertigte kleine Kristallanhänger für den Christbaum und verkaufte diese beim Weihnachtsmarkt der örtlichen Feuerwehr. Mit dem Erlös sollte der große Kronleuchter in der Kirche repariert und komplettiert werden.

### Spendenbarometer on- und offline

Eine Facebook-Präsenz „Bring Licht herein!“ informierte aktuell, dazu erstellte eine ortsansässige Agentur pro bono die Kampagnen-Website mit Spendenbarometer und Bautagebuch. Auch direkt in der Kirche gab es ein Spendenbarometer in Form eines 1000-Teile-Puzzels. Eine Nachbarin hatte es anfertigen lassen. Immer wenn 25 Euro an Spenden zusammengekommen waren, klebte sie ein neues Teil auf. „Am Jahresende hatten wir schon 18 000 Euro zusammen“, erinnert sich Cornelius Neumann. Selbst Menschen, die noch nie in der Kirche waren, hatten gespendet: Firmen und Vereine aus der Umgebung, ehemalige Röhrsdorfer, die jetzt in Westdeutschland wohnen. Ohne Internet hätten sie nichts von der Aktion erfahren.

### Die Restaurierung beginnt

Als es im Frühjahr 2017 die Temperaturen zuließen, wurden die Baugerüste aufgestellt. Baustart im Kirchlein, obwohl noch etwa

4000 Euro fehlten. Die Zuversicht hatte alle angesteckt. Die gute Nachricht vom Restaurierungsbeginn spülte nochmals Spenden in die Kasse. Zum Tag des offenen Denkmals im September konnte sich jeder vom Baufortschritt überzeugen. Auch die Glocken waren repariert worden und erfüllten mit ihrem Geläut nach vielen Jahren Stille wieder den Ort.

Zum Erntedank 2017 nahm die Gemeinde überpünktlich ihre denkmalgerecht restaurierte Kirche wieder in Betrieb. Hell und freundlich sieht es jetzt aus, dezentes elektrisches Licht ermöglicht es, in den Gesangsbüchern zu lesen. Und sogar die Kristalle des imposanten Kronleuchters glänzen wieder vollzählig. An einem Sonntagnachmittag Ende Oktober luden Kirchenvorstand und Pfarrerin alle bekannten Spender und Unterstützer zu einem Dankkonzert in die restaurierte Dorfkirche ein. 32 000 Euro wurden insgesamt an Spenden gesammelt. Für jeden Euro, der (z. B. für den Druck von Flyern) eingesetzt wurde, kamen neun Euro zurück.

### Hier könnte die Geschichte enden ...

... wäre da nicht der Deutsche Fundraisingkongress. Im April 2018 belegte die Schlosskirchengemeinde Lockwitz mit der Kampagne „Bring Licht herein!“ den zweiten Platz beim Deutschen Fundraisingpreis. Kategorie: Kleines Budget, große Wirkung. ■

► [www.bring-licht-herin.de](http://www.bring-licht-herin.de)

## ONEFIT NGO Alles was Fundraiser benötigen

„Das Buchen von hunderten oder auch tausenden Datensätzen sollte möglichst schnell und einfach zu handeln sein.“



„Meine Erwartung an an das Controlling einer Fundraising-Software? Kennzahlen auf Knopfdruck!“



„Ich wünsche mir eine Lösung die schnell einzuführen ist und sich nach kurzer Zeit auszahlt.“



„Ich brauche eine Softwarelösung, die intuitiv, einfach und schnell zu bedienen ist.“



„Ich benötige eine funktionsfähige Nebenbuchhaltung, die mir sauber aufbereitete Daten liefert.“



oneFIT®  
solutions of passion

# Ein Nitropositiv gegen den Antisemitismus

Über Crowdfunding sicherte das Filmarchiv Austria „Die Stadt ohne Juden“

Er gilt als einer der wichtigsten Stummfilme überhaupt: Der 1924 in Wien gedrehte Film „Die Stadt ohne Juden“ war lange nur in einzelnen Teilen erhalten. Ein Fund auf dem Trödelmarkt führte zu einer mutigen Crowdfundingaktion, die die Sicherung und Restaurierung finanzierte, indem sie auch eine politische Wirkung genutzt hat.

Von RICO STEHFEST

Man muss hier ganz klar von einem unglaublichen Glücksfall für das Filmarchiv Austria sprechen. Im Jahr 2015 erhielten die Mitarbeiter von einem französischen Sammler den Kauf von einem Trödelmarkt. Es handelte sich dabei tatsächlich um eine vollständig erhaltene Kopie genau jenes Stummfilms, der auf bedrückende Weise die Entwicklungen des Nationalsozialismus vorwegnahm. In einer fiktiven Stadt herrschen Arbeitslosigkeit und Inflation. Für diese angespannte Situation wird die jüdische Bevölkerung verantwortlich gemacht. Ein bürgermeisterlicher Erlass zwingt die Juden dazu, die Stadt zu verlassen.

Mit der Übergabe der Kopie an das Filmarchiv begann jedoch die Uhr rückwärts zu laufen. Das empfindliche Nitropositiv drohte sich zu zersetzen. Für eine Sicherung fehlte dem Archiv allerdings das Geld. Die öffentliche Hand spielte auch nicht mit. Crowdfunding ist in einer solchen Situation wohl nicht die nächstliegende Lösung. Dennoch hat sich das Archiv dafür entschieden und Ende 2016 über die österreichische Plattform „we make it“ mehr als 86 000 Euro eingenommen. Das Ziel waren 75 500 Euro. Dieses Ergebnis kam aber natürlich nicht von allein. Das Risiko, das das Archiv mit der Aktion eingegangen war, war nicht gering. „Es wurde uns zwar davon abgeraten, die Kampagne politisch zu spielen, wir haben aber trotzdem den zu diesem Zeitpunkt laufenden



Bundespräsidenten-Wahlkampf zwischen dem grünen Alexander van der Bellen und dem rechtspopulistischen Norbert Hofer genutzt. Unser Aufhänger war, dass der Film die Themen Migration und Vertreibung aufgreift und Letzteres darf einfach nicht mehr passieren. Diese Vorgehensweise wurde zwar kritisiert, jedoch glaube ich, dass es die richtige Entscheidung war, da es den Geist der Zeit anspricht. Aber es war ein Risiko, ein „Grenzgang“, so Tomá Mikeska, Marketingverantwortlicher des Filmarchivs in einem Interview mit dem KM Kulturmanagement Network aus Weimar.

Bis zur Weltpremiere der restaurierten Fassung im Wiener Metrokino Ende März dieses Jahres war es aber ein aufwendiger Weg. „Wir haben bereits in der Vorlaufzeit eine sehr lange Liste an relevanten Personen und Institutionen erstellt, die wir um finanzielle oder kommunikative Unterstützung angefragt haben“, so Mikeska weiter. Die gesamte Aktion selbst wurde ohne jegliche finanzielle Mittel durchgeführt. Und am Ende lernt man immer etwas dazu. So auch in diesem Fall. „Der größte Aha-Effekt war die Zusammensetzung der Unterstützer, die nicht meinen Erwartungen entsprochen hat. Indirekt waren das über 800 Personen und Einrichtungen, die uns unterstützt haben, jedoch nicht alle über die Crowdfunding-Plattform, weil das nicht alle tun wollten“, erklärt Mikeska. So bot eine anonyme Spenderin gar einen Matching Fund über 20 000 Euro an. Wenn man die richtigen Impulse setzt, funktioniert eine solche Aktion also auch im Bereich der Kultur. ■

Die Ausstellung „Die Stadt ohne – Ausstellung zum Republikjubiläum“ ist noch bis zum 30. Dezember 2018 im Filmarchiv Austria zu sehen.

► [www.filmarchiv.at](http://www.filmarchiv.at)



**VMI**

«**NONPROFIT  
BUT MANAGEMENT**»

**VERBÄNDE UND STIFTUNGEN**

**PROFESSIONELL FÜHREN!**



IHRE PASSENDE **WEITERBILDUNG**

MIT ABSCHLUSS **CAS**, **DAS** ODER **MBA**

FINDEN SIE UNTER

**WWW.VMI.CH**



**Kompetent in Nonprofit-Management**  
Verbandsmanagement Institut (VMI)  
Universität Freiburg/CH

**UNI  
FR**  
UNIVERSITÉ DE FRIBOURG  
UNIVERSITÄT FREIBURG



# Plüschkommando



Erwachsene Menschen im Hasenkostüm? Dazu noch auf dem Motorrad? Da muss man einfach hinschauen. Und genau das ist der Punkt des Motorradvereins Streetbunnycrew aus Nürnberg, von dem es bereits zehn Ableger gibt. Die Mitglieder wollen auffallen, um mit den Leuten ins Gespräch zu kommen. So erhalten sie die Möglichkeit, über ihre gemeinnützige Arbeit zu berichten. Sie sammeln nämlich Spenden, unter anderem für mehrere Kinderheime. Über die Jahre sind da schon mehr als 40 000 Euro zusammengekommen. So einfach kann's gehen.

► [www.streetbunnycrew.net](http://www.streetbunnycrew.net)

# Besondere Spendenboxen

Schicken Sie uns Ihre Fotos aus allen Ecken der Welt!



Gespendet wird überall auf der Welt. Deshalb ähneln sich die Arten, Spenden zu sammeln auch über kulturelle und politische Grenzen hinweg. Spendenboxen sind dabei der absolute Klassiker. Es gibt wohl kein Land, in dem nicht wenigstens irgendwo eine kleine Box steht. Wir möchten, dass Sie uns Ihre Entdeckungen aus dem Urlaub schicken! Zeigen Sie uns, wo welche Arten von Spendenboxen zu finden sind. Wie beispielsweise auf dem nebenstehenden Foto. Diese Spendenbox ist mehr als 1,50 Meter hoch und steht im Cao Dai-Tempel im vietnamesischen Long Xuyen.

Wir freuen uns auf Ihre E-Mail an [redaktion@fundraiser-magazin.de](mailto:redaktion@fundraiser-magazin.de). Bitte nicht den Betreff „Spendenbox“ vergessen! Die Fotos wollen wir in den nächsten Ausgaben veröffentlichen. Ihre Mail-Adressen behandeln wir selbstverständlich vertraulich.

# MEINE MEINUNG

„Sind NGOs tatsächlich böse?“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST



Als freier Journalist bin ich seit mittlerweile fünf Jahren in den Tiefen der Fundraisingbranche und damit in der Welt der

gemeinnützigen Organisationen unterwegs. Täglich sehe ich aufs Neue, wie selbst die kleinsten Organisationen auf Professionalisierung, Transparenz und Impact ausgerichtet sind. Das ist mir alles ein Stück weit zur Normalität geworden, fast schon zur Selbstverständlichkeit.

Genau deshalb macht es mich jedes Mal wieder sprachlos, mit welcher Vehemenz einzelne Gesprächspartner gegen diesen Tätigkeitsbereich verbal zu Felde ziehen. Da ist dann schon mal die Rede von den „Leichenfledderern der Demokratie“. Was damit gemeint sein könnte, kann ich nur errahnen. Oder „die“ gehören allesamt verboten und abgeschafft. Warum? Das habe ich bislang nicht herausfinden können, weil ich feststellen musste, dass ich in einem solchen Moment zwar innerlich emotional reagiere, mir es aber scheinbar völlig an Argumenten fehlt, mit denen ich die Position des Dritten Sektors stärken könnte. An eine Notwendigkeit zur Legitimation denke ich dabei nicht mal im Traum.

Die meisten Menschen haben nur eine ungefähre Vorstellung davon, was eine NGO im Allgemeinen ausmacht. Das klingt ein bisschen nach einem Schattendasein in einer Parallelwelt. Das betrifft auch Fundraiser. Tut die Branche zu wenig für ihr Image? Oder tut sie überhaupt etwas dafür? Mich interessiert Ihre Meinung dazu.

**Was meinen Sie? Schreiben Sie an [meinung@fundraiser-magazin.de](mailto:meinung@fundraiser-magazin.de)**

# Für jedes Projekt der passende Förderer

StiftungSchweiz.ch macht die Suche nach Projektpartnern noch einfacher

StiftungSchweiz.ch, die Schweizer Stiftungsplattform, besteht seit vier Jahren und hat kürzlich neue, innovative Funktionen lanciert, um Projektträger und Stiftungen noch besser zusammenzubringen. Im Online-Gesuchsystem können Projektträger Gesuche an jede Schweizer Förderstiftung stellen, für die ersten zwei Betriebs-Monate kostenfrei. Förderer können online antworten. Neu sind auch sogenannte „Project Calls“. Förderer lancieren dabei Themen, und Projektträger können sich darauf mit ihren Projekten gezielt bewerben.

„Wir wollen mit diesen Innovationen die Chancen erhöhen, den richtigen Förderer oder das richtige Projekt zu finden, das dem



Stiftungszweck entspricht“, erläutert Dr. Peter Buss von der Philanthropy Services AG, der Trägerin des Stiftungsportals.

Noch spannender sind aber die Projektporträts, in denen sich die Träger nun auch

mit Foto und Video präsentieren können. Denn über die neue Funktion Project Scout sollen die Förderstiftungen selbst nach Projekten suchen können, ohne erst auf Gesuche zu warten. Für dieses Scouting wurde eine spezielle Suchfunktion vorbereitet. Es wird freigeschaltet, sobald ausreichend Projekte online sind.

Für jedes Projektporträt, das bis 31. August 2018 auf StiftungSchweiz.ch publiziert wird, verschenkt StiftungSchweiz.ch ein Jahresabo des Fundraiser-Magazins. Für den Erhalt des Abos bitte über [office@stiftungschweiz.ch](mailto:office@stiftungschweiz.ch) eine Versandadresse angeben!

► [www.stiftungschweiz.ch](http://www.stiftungschweiz.ch)

Nach dem  
Ende der  
**CO-REACH**

Die **mailingtage**, die Kongress-Messe für alle, die Crossmedia leben und Dialogmarketing lieben!

Donnerstag, 6. 9. 2018

Location: Westhafen Pier 1, Frankfurt am Main

Präsentiert werden unterschiedlichste Touch-Points der klassischen Offline-Welt, die richtig verzahnt mit den passenden Online-Kanälen eine gelungene Customer Journey garantieren.

Sichern Sie sich bereits jetzt unverbindlich Ihr kostenfreies „Fundraiser-Magazin“-Ticket unter [www.mailingtage.de](http://www.mailingtage.de)

**mailingtage**

2018 Dialogmarketing · Crossmedia

Das **COMEBACK**  
des Jahres

**ALTE LIEBE ROSTET NICHT!  
DIE MAILINGTAGE SIND ZURÜCK!**

[www.mailingtage.de](http://www.mailingtage.de)

## Kunstspenden



Der französische Streetart-Künstler Pascal Boyart bringt seit November letzten Jahres neben seine Graffiti einen QR-Code an, der direkt mit seinem Bitcoin-Konto verbunden ist. Wer ihn unterstützen will, kann auf diesem Weg spenden. Mittlerweile hat er dadurch umgerechnet etwa 1000 US-Dollar erhalten. Auch in London müssen Straßenmusiker keinen Hut mehr aufstellen. Dank des schwedischen Mobile-Payment-Anbieters iZettle können Passanten dort seit Kurzem per Smartphone direkt an den Künstler spenden.

► [www.buskinlondon.com](http://www.buskinlondon.com)

## Lose für die Zukunft

Eine neue Lotterie will  
Bildungsprojekte fördern

Der Stifterverband der Wirtschaft hat sich mit „SOS Kinderdörfer weltweit“ und der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung zusammengetan und eine weitere Form der Lotterie auf den Markt gebracht. Die Bildungs-Chancen-Lotterie ist mit einem Startkapital von 20 Millionen Euro ausgestattet und soll einen jährlichen Umsatz von 100 Millionen Euro bringen. Damit könnten jedes Jahr 30 Millionen Euro in Bildungsprojekte investiert werden. Bis dahin ist es aber ein langer Weg. Bisher gibt es das Solo-Los und das Team-Los für bis zu zehn Spieler. Ein Jahres-Los ist in Planung, im Auge haben die Macher dabei vor allem Firmen, die das Los an ihre Kunden oder Mitarbeiter verschenken. Neu dabei ist, dass es die Lose ausschließlich online gibt. Außerdem sollen die Spieler in einen Dialog einbezogen werden, um bestmögliche Fördermöglichkeiten und -projekte zu finden. Dadurch soll das System an Attraktivität gewinnen.

► [www.bildungslotterie.de](http://www.bildungslotterie.de)

## Klimaschutz

Wie komme ich schnell, komfortabel und kostengünstig zur Arbeit? Wie kann ich meine Heizkosten senken? Ein neues Webportal zeigt Verbrauchern, wie einfach Klimaschutz im Alltag funktionieren kann. Mein-Klimaschutz.de liefert Antworten für zu Hause, unterwegs und beim Einkauf und bietet Tipps für mehr Komfort, weniger Kosten und einen geringeren CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Dabei versteht sich die Plattform als Mitmachkampagne, die Vorbilder zeigt und Erfahrungen schildert. Sie erzählt persönliche Klimaschutz-Geschichten und lädt dazu ein, die eigenen Erfolge zu teilen.

► [www.mein-klimaschutz.de](http://www.mein-klimaschutz.de)

## Blockchain

Mit Bifröst soll ein „Krypto-zu-Fiat“ genannter Zahlungskanal entstehen, der die Zahlungsmöglichkeiten für Hilfsorganisationen vereinfachen soll. Dazu haben sich das Unternehmen für Blockchain Software ConsenSys mit MakerDAO, dem Anbieter der Kryptowährung Dai, und Dether (dezentralisiertes Zahlungssystem) zusammengeschlossen. So soll Bifröst zunächst ermöglichen, dass Spenden in Kryptowährungen eingehe – im Zielland jedoch in der Landeswährung ausgezahlt werden. So wolle man vor allem der Volatilität in den Preisen entgegenreten.

## Gegen Kinderehen

Eine neue App, die gemeinsam von Plan International und der Regierung in Bangladesch entwickelt wurde, soll Kinderehen verhindern: Mit Hilfe einer Datenbank können Standesbeamte, Geistliche oder Heiratsvermittler prüfen, wie alt Braut und Bräutigam zum Zeitpunkt der Eheschließung sind. Häufig werden nämlich von den Eltern die Geburtsurkunden gefälscht, um ihre Kinder so früh wie möglich verheiraten zu können. In der sechsmonatigen Testphase konnten auf diese Weise bereits 3750 Kinderehen verhindert werden.

► [www.plan.de](http://www.plan.de)



## Kurzgefasst ...

### „Stoppt die Rechten!“ wieder online

Nach dem Aus für die Grünen im österreichischen Nationalrat war die Plattform [www.stopptdierechten.at](http://www.stopptdierechten.at), die sieben Jahre lang rechtsextreme und neonazistische Umtriebe in Österreich dokumentiert hatte, offline gegangen. Nach einer Reihe von Spenden ist die Seite wieder aktiv, und zwar seit dem 8. Mai, dem Tag des Gedenkens an die Kapitulation der deutschen Wehrmacht.

► [www.stopptdierechten.at](http://www.stopptdierechten.at)

### Jobkraftwerk

Stuttgart hat eine Online-Plattform entwickelt, die die Integration von Migranten fördern soll. Interessenten finden Hilfe in Themenbereichen wie Arbeit, Teilhabe und Gesundheit bis hin zu Wohnraum. So kann man auch den eigenen Lebenslauf ins Deutsche übersetzen lassen oder Hilfe von Integrationsmanagern und Ehrenamtlichen in Anspruch nehmen.

► <https://stuttgart.jobkraftwerk.com>

### Mehr Ehrenamtler

Das Deutsche Rote Kreuz verzeichnet einen deutlichen Zuwachs bei der Zahl der ehrenamtlichen Helfer. Demnach ist die Zahl im vergangenen Jahr um rund 11 000 auf insgesamt 425 800 aktive Mitglieder gestiegen. Das ist der höchste Stand seit 15 Jahren, wie DRK-Präsidentin Gerda Hasselfeldt bestätigte.

► [www.drk.de](http://www.drk.de)

### Facebook mit Matching-Fund-Option

In den USA hat Facebook eine Matching-Fund-Option für Unterstützer von NGOs eingeführt. Wer eine Fundraising-Seite für eine ausgewählte NGO einrichtet, kann für Beträge zwischen fünf und 2500 US-Dollar ein Matching-Angebot hinzufügen. Damit trägt der User also pro Spende einen vorher gedeckelten Maximalbetrag bei, die Spende wird am Ende der Kampagne fällig.

### Rekord im Schweizer Crowdfunding

Im vergangenen Jahr wurden 374,5 Millionen Franken über Crowdfunding-Plattformen vermittelt und fast dreimal so viel wie im Vorjahr. Größte Wachstumstreiber waren in den letzten Jahren die Finanzierung von KMU mittels Crowdlending sowie Investitionen in Immobilien über Crowdinvesting. Etwa 160 000 Personen haben im Jahr 2017 in der Schweiz ein Crowdfunding-Projekt unterstützt.

► [www.swissfundraising.org](http://www.swissfundraising.org)

## Solidarität

### Glückskette-Jahresbericht: Schweizer Hilfe in Höhe von 62 Millionen Franken

Im Jahr 2017 haben die Unterstützer der Glückskette insgesamt 38,1 Millionen Franken für diverse Katastrophen gespendet. Besonders die Hungersnot in Afrika, zu deren Bekämpfung im April ein Sammeltag durchgeführt wurde, hat die Schweizer Bevölkerung bewegt. Über 19 Millionen Franken konnten für die Betroffenen gesammelt werden. Das gesamte Spendenvolumen wurde für verschiedene Projekte in Somalia, Nigeria und im Südsudan eingesetzt. Auch das Schicksal des Schweizer Ortes Bondo, der durch einen großen Felssturz im August schwere Schäden erlitt, mobilisierte die Schweizer, sodass 5,9 Millionen Franken zusammenkamen. Die Glückskette bewilligte 161 neue Projekte ihrer Partnerorganisationen im In- und Ausland. In der Schweiz wurden im Berichtsjahr 3954 Jugendliche in Not und 17 Projekte im Zusammenhang mit Unwettern finanziert.

► [www.glueckskette.ch](http://www.glueckskette.ch)

## Wenn Ihr Fundraiser-Magazin so aussieht ...



## ... dann brauchen Sie dringend ein Orga-Abo\*

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

[www.abo.fundraiser-magazin.de](http://www.abo.fundraiser-magazin.de)

# Schnell und CI-gerecht

Globales Fundraising im Krisenfall bei SOS Kinderdörfer weltweit

Schnelle Information aus der jeweiligen Region, überzeugende Bilder und Erfahrungsberichte sind für die eigene Kommunikation von Hilfsorganisationen unerlässlich. Mit einem neuen E-Mail-Tem-plate, das die Online-Marketing-Spezialisten von ad pepper media erstellt haben, können SOS Kinderdörfer jetzt Informationen direkt vor Ort aufbereiten und bei Bedarf weltweit ausspielen.

Von SUSANNE PILZ

Ob Erdbeben in Ecuador oder eskalierender militärischer Konflikt im Gaza-Streifen – die Kinderhilfsorganisation SOS Kinderdörfer weltweit bietet Zufluchtsstätten für Kinder, unterstützt im Krisenfall mit Versorgung und Hilfsgütern vor Ort oder hilft bedrohten Eltern, die Sicherheit der eigenen Kinder zu gewährleisten. Dabei entstehen häufig langfristige Engagements, die dauerhaft in den Regionen wirken. Die Arbeit in den Krisenregionen ist nicht nur organisatorisch und logistisch eine große Herausforderung, auch das Fundraising ist fordernd.

## Bedarfsgerechte Hilfe

Es sind solche Katastrophen wie das schwere Erdbeben in Ecuador vor rund zwei Jahren, die eine schnelle Hilfe und Kommunikation notwendig machen. In diesen Fällen konzentriert sich SOS Kinderdörfer weltweit darauf, Kindern zu helfen, die durch die Katastrophe von ihren Eltern getrennt wurden – oder in der unübersichtlichen Situation den Kontakt zu ihren Familien verlieren könnten. Durch Präsenz und lokale Verbundenheit konnten im genannten Beispiel die SOS-Standorte den Bedarf der vom Beben betroffenen Familien in ihrem Umkreis schnell erfassen und Hilfe bedarfsgerecht gestalten. Ab sofort können diese Informationen auch unverzüglich für

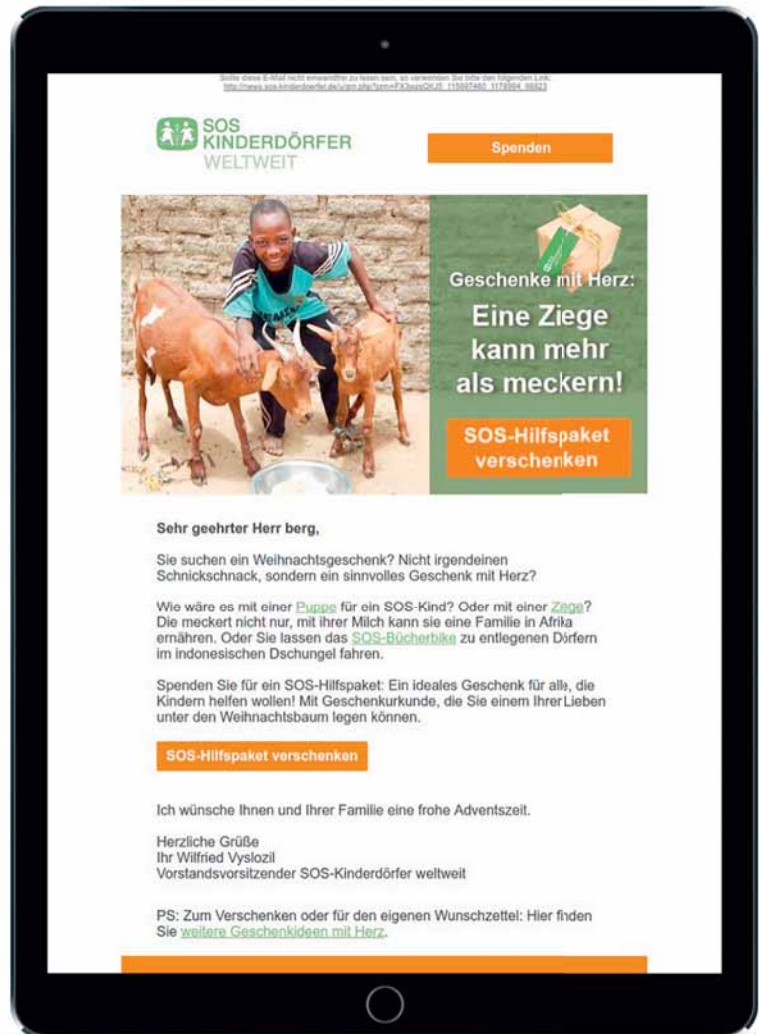
die Kommunikation mit Unterstützern aus der ganzen Welt eingesetzt werden.

### Weit mehr als Design: neuer Newsletter

Für die SOS Kinderdörfer weltweit hat ad pepper media, eine Nürnberger Agentur für Internet-Werbung, das Newsletter-Layout komplett neu überarbeitet. Dabei standen nicht nur Design-Fragen im Vordergrund, sondern vor allem galt es, technische Herausforderungen zu meistern. Im Projekt wurde zunächst der monatlich erschei-

nende Newsletter von SOS Kinderdörfer weltweit mit einem neuen Design auf die Höhe der Zeit gebracht. Ein einheitlicher Look entspricht nun dem Corporate Design und unterstreicht die Bedeutung der Inhalte.

Trotz der Vereinheitlichung des Layouts sollte es im Newsletter noch Möglichkeiten für eine flexible Gestaltung geben. Denn anders als in vielen zentral geführten Organisationen werden die Newsletter von SOS Kinderdörfer weltweit von verschiedenen Reportern mit Inhalt und Bildern gefüllt. Die Lösung ist deshalb ein modular



aufgebautes Template, das sich leicht situationsbedingt für die Regelkommunikation mit Unterstützern genauso wie für den Krisenfall anpassen lässt.

Damit das System aber weltweit Akzeptanz findet und wirklich aktiv genutzt wird, musste das Entwicklungsteam die unterschiedlichen regionalen Kenntnisse von solchen E-Mail-Systemen berücksichtigen, berichtet Sebastian Berg, Senior Account Manager bei ad pepper media: „Für uns bedeutet das ganz klar: Auch ein Reporter ohne große technische Erfahrung muss das Template selbstständig, ohne fremde Hilfe und auch schnell bedienen können. Diese Einfachheit ist entscheidend, um auch im Krisenfall wichtige Themen möglichst unverzüglich zu verbreiten.“

Reporter in den Regionen können nun einfach durch „Copy & Paste“ ein Headerbild austauschen. Dazu müssen sie es lediglich in die Datenbank hochladen und anschlie-

ßend ersetzen. Darüber hinaus können sie auch Buttons selbstständig austauschen, ganze Bereiche ein- oder ausblenden und auch selbst definieren, welche Newsletter-Inhalte nur für bestimmte Personengruppen sichtbar sind. So entsteht ein sehr individueller Newsletter, der dennoch dem weltweit einheitlichen Erscheinungsbild von SOS-Kinderdorf entspricht.

#### Flexibel und leicht bedienbar

Dass die Inhalte bei der Leserschaft auf dem heimischen PC, auf dem Tablet oder auch auf dem Smartphone gleich aussehen, dafür sorgt ein Full-Responsive-Design. Für den Leiter Digital von SOS-Kinderdorf weltweit, Sebastian Spaleck, war die intuitive Nutzung besonders wichtig: „Der Fokus des Re-Designs bestand aus einem klaren Aufbau des Templates, welches durch einfache Bedienbarkeit und die optimale

Darstellung auf allen Devices überzeugt. Die Anforderungen an unser neues, blockbasiertes Newsletter-Template wurden zu unserer vollsten Zufriedenheit umgesetzt.“ Die Reporter von SOS Kinderdorf weltweit haben nun ein flexibles und leicht bedienbares Template, um jederzeit von jedem Ort der Welt aus berichten zu können. ■



Susanne Pilz ist Managing Director D-A-CH der ad pepper media Germany. Die Performance-Marketing-Expertin kann auf über 14 Jahre Erfahrung in der Online-Branche

zurückgreifen. Von der Konzeption über die Planung bis hin zur Umsetzung und Optimierung von Online-Marketing-Maßnahmen betreut sie alle Aspekte des strategischen und operativen Geschäfts.

► [www.adpepper.com](http://www.adpepper.com)



Foto: Beate Stahmer

## Können zwei Flügel die Welt verändern?

Sie sind klein, doch die Bedeutung von Insekten für unser Ökosystem ist groß. Wir glauben an die Kraft von gemeinnützigen Initiativen und unterstützen Organisationen, die sich leidenschaftlich für den Erhalt der Artenvielfalt in Deutschland einsetzen. Nur gemeinsam können wir etwas bewirken.

Auch Ihre Organisation kann Teil vom #PostcodeEffekt werden: Wir fördern Projekte zum Schutz von Natur und Umwelt und Organisationen, die für Chancengleichheit und sozialen Zusammenhalt eintreten. Informationen zur Projektförderung finden Sie unter [www.postcode-lotterie.de/projekte](http://www.postcode-lotterie.de/projekte).



## Schlanke Lösungen

Die Ernährungs-Organisation ProVeg geht globale Problemzonen an

**Kochen ist in. Essen demzufolge auch. An dieser Stelle hörte der Konsens aber bereits auf. Grundlegende Einstellungen zur eigenen Ernährungsweise werden mittlerweile nicht selten militant vermittelt. Die Organisation ProVeg sieht das allerdings etwas entspannter.**

### Von RICO STEHFEST

Woran erkennt man einen Veganer? Er sagt es einem. Ob man Fleischkonsument ist oder nicht, entscheidet heute mitunter über soziale Zugehörigkeit. Die eigene Ernährungsweise als gesellschaftlicher Indikator? So merkwürdig das vielleicht klingen mag, so ist es aber. Wer bio kauft, gilt als verantwortungsbewusst. Wer sich gesund und abwechslungsreich ernährt, gehört eben nicht zu jenen, die sich gehen lassen. Darin liegt Verantwortung gegenüber dem eigenen Körper und auch der Umwelt. Und

vor allem die Umwelt ist es, die aufgrund globalen Handels unter einem weltweit hohen Fleischkonsum leidet.

Die Organisation ProVeg, die im vergangenen Jahr aus dem ehemaligen Vegetarierbund Deutschland hervorgegangen ist, will genau diese Konstellationen nutzen: „Die Gründung von ProVeg war eine Reaktion auf die Vielzahl wachsender globaler Probleme, die alle mit unserer Ernährung zusammenhängen“, erklärt Alexander Schirm, Referent Fundraising bei ProVeg.

### Vielzahl weltweiter Aktivitäten

„Themen wie Klimawandel, Tierleid und Welthunger machen nicht vor Ländergrenzen halt und daher braucht es aus unserer Sicht eine Organisation, die sich weltweit für die Reduzierung des Konsums tierischer Produkte starkmacht. ProVeg ist die erste international tätige Ernährungsorganisation,

die sich für die pflanzliche Lebensweise einsetzt“, so Schirm weiter. Da dem Ganzen also eine komplexe Problemlage zugrunde liegt, verwundert es auch nicht, dass die Organisation von Anfang an international aufgestellt ist. So ist ProVeg auch bereits in Spanien, Polen, den Niederlanden, Südafrika und dem Vereinigten Königreich aktiv. „Wir wollen uns zunächst in Europa gut aufstellen, um dann den Schritt in Länder wie China und die USA zu machen. Das ist für 2018 noch geplant“, erläutert Schirm.

Die Zusammenarbeit über die Ländergrenzen hinweg verläuft mittlerweile auch routiniert, wie Schirm weiter verrät: „Viele Projekte und Kampagnen werden international durchgeführt, zum Beispiel die Beteiligung von ProVeg bei der Weltklimakonferenz COP 24 im Dezember in Katowice. Durch die enge Vernetzung und den wertvollen Austausch von Erfahrungen und Ideen unter den Kollegen aus den einzelnen

Ländern können wir noch effektiver zusammenarbeiten, unseren Handlungsspielraum vergrößern und auf aktuelle Entwicklungen schneller reagieren.“ Das bringt auch klimapolitische Bemühungen voran, wie den Corporate Outreach Summit. „Zusammen mit der amerikanischen Organisation The Humane Society hat ProVeg Ende April das erste Gipfeltreffen für internationale Organisationen veranstaltet, die mit (veganen) Unternehmen zusammenarbeiten oder dies in der Zukunft tun möchten. Die Tierrechts- und Veganbewegung konzentriert sich seit Jahrzehnten auf individuelle Ernährungsumstellung und Tierschutzfragen als primärer Katalysator für Veränderung. Während ProVeg in diesem wichtigen Bereich viel Erfolg hatte, arbeiten viele Organisationen nun auch an institutionellen Veränderungen mit Lebensmittelproduzenten, Food-Service-Unternehmen, Restaurantketten, Supermärkten, Schulen,

Krankenhäusern, Universitätsmensen und vielen anderen Akteuren“, so Schirm.

Erfolgreiche bestehende Projekte und Kampagnen wie die VeggieWorld-Messen, die Aktion Pflanzen-Power und der medizinische Fachkongress VegMed zeigen, wie gesund und eben auch lecker die pflanzliche Küche ist. Seit 2017 koordiniert ProVeg auch die weltweite Kampagne Worldwide Vegan Bake Sale, die jedes Jahr dazu aufruft, selbst gebackene vegane Köstlichkeiten wie Kuchen, Torten, Muffins und Kekse zu verkaufen, um zu beweisen, dass Eier und Milchprodukte nicht nötig sind, um leckeres Backwerk zu zaubern.

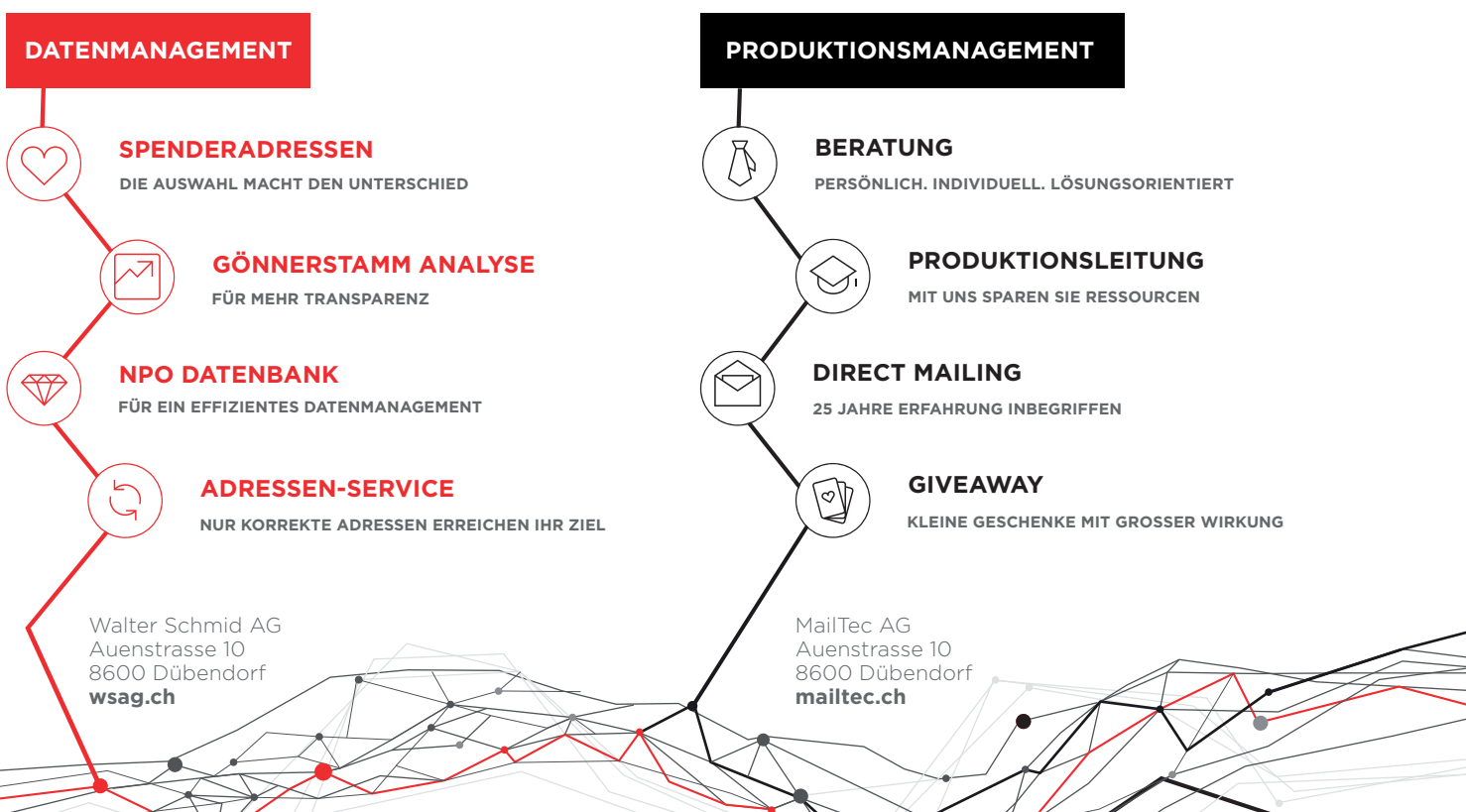
Allerdings scheint es nicht ganz einfach zu sein, für das Thema Fundraising zu betreiben. „Überraschenderweise reagieren gerade langjährige Unterstützer eher verhalten auf unsere Internationalisierung. Wir überprüfen noch, welche Hürden es gibt, die ausgerechnet ‚Early Adopter‘ der von uns

beworbenen Ernährungsform daran hindern, die zunehmende Verbreitung dieser Kostform zu begrüßen. Wer an ProVeg spendet oder ProVeg-Mitglied wird, bearbeitet ja im Grunde mehrere globale Probleme auf einmal. Spenderinnen und Spender tragen dazu bei, den Klimawandel zu bekämpfen und die Zahl leidender sogenannter Nutztiere zu reduzieren. Zudem setzen sie sich für eine gesündere Bevölkerung und mehr Verteilungsgerechtigkeit ein“, sagt Schirm. Aber auch Unternehmenskooperationen spielen eine Rolle für die Organisation. „ProVeg berät Unternehmen, Großküchen und Gastronomen gerne dazu, mit welchen Produkten sie beim Konsumenten punkten können oder wie sie ihr vegan-vegetarisches Angebot verbessern. Die Verfügbarkeit von pflanzlichen Angeboten in der Gastronomie überprüft ProVeg übrigens in regelmäßigen Rankings.“

► [www.proveg.com](http://www.proveg.com)



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





## Jeder hat eine Stimme

Wiener Seniorinnen machen sich gegen rechts stark

In Österreich hat sich eine neue Protestbewegung gebildet. Die „Omas“ sind ungehorsam und protestieren. In wenigen Monaten haben sich tausende Menschen angeschlossen, Medien aus der ganzen Welt berichten.

Von JAN UEKERMANN

Es ist nicht einfach dieser Tage, einen Interviewtermin mit Monika Salzer zu bekommen. Seit November letzten Jahres ist der Terminkalender der 70-jährigen Wienerin prall gefüllt. Sie demonstriert, muss zum Planungstreffen, organisiert die nächsten Veranstaltungen oder besucht die Ortsgruppen. Zwischendrin dann noch die Interviews.

### Gestartet als Facebook-Gruppe

Alles begann am 16. November 2017. Monika Salzer gründet eine Facebook-Gruppe, postet ein Bild ihrer Urgroßmutter, nennt die Gruppe „Omas gegen Rechts“ und löst damit die gleichnamige Bewegung aus. Die Journalistin Susanne Scholl schließt sich Salzer

schnell an, und seither sind sie die treibenden Kräfte der jungen Bewegung.

Bei den Omas stehen drei Themen im Fokus: Erhalt der parlamentarischen Demokratie, Erhalt des Rechts- und Sozialstaats und Frauenrechte.

### Erhalt der Demokratie ist Kernthema

Salzer sagt: „Der Erhalt der Demokratie ist heuer aber das wichtigste Thema. Das macht uns am meisten Sorgen.“ Und in ihrem Grundsatztext für die Bewegung schreibt sie dazu: „Dabei müssen die bedrohlichen Entwicklungen wie Antisemitismus, Rassismus, Frauenfeindlichkeit und Faschismus erkannt, benannt und im Konkreten auch der politische Widerstand und die Bewusstseinsbildung organisiert werden.“

Es gab mehrere Auslöser, warum Monika Salzer auf die Idee der Gruppe kam: Der Bundespräsidentenwahlkampf und die anschließende Wahl der Bundesregierung im vergangenen Jahr. Eine rechte Regierungspartei und ein junger Kanzler, der mit ihnen koalitiert

und sich den ganzen Wahlkampf hindurch damit brüstet, die Balkanroute geschlossen zu haben. Diese Situation habe Monika Salzer sehr beunruhigt. Hinzu kam der Tod ihrer Mutter – die Omas waren für sie auch eine Art Trauerbewältigung. Politisch aktiv ist sie ihr gesamtes Leben. Schon in den 70ern stand die Teilnahme an Demonstrationen auf der Tagesordnung. Der TV-Sender Arte nennt sie liebevoll die „Berufsdemonstrantin“.

### Eigene Biografie als Antrieb

Um zu verstehen, was Salzer und ihre Mitstreiterinnen (Männer sind inbegriffen) antreibt, lohnt ein Blick in das Jahr 1948: Monika Salzer erblickt in Wien das Licht der Welt. Sie wächst in der Nachkriegszeit auf, ihre Kindheit ist geprägt vom Trauma der Eltern. „Und dann haben wir die 68er miterleben dürfen, eine Abkehr von dem autoritären Denksystem der Kriegszeit. Wir konnten neue gesellschaftspolitische Aufbrüche erleben. Wir sind im Humanismus erzogen worden, haben eine sehr moderne Erziehung genossen. Wir sind

die erste Generation, die in Frauenberufen Fuß gefasst hat, die es vorher nicht gab: als Richterinnen, Pfarrerrinnen, Ärztinnen, als Wirtschaftstreibende. Die Nachkriegsgeneration hat die Möglichkeiten der akademischen Ausbildung nutzen können – darum gibt es laut Salzer auch gute Ressourcen bei den Omas.

„Können sie uns alle mal gern haben“

„Wir brechen mit dem Klischee der alten Oma und gehen auf die Straße“, sagt sie und fügt in schönem Wienerisch an: „Können sie uns alle mal gern haben. Das lassen wir uns nicht gefallen.“ Vorbild für ihre Bewegung seien auch die vielen zivilen Gruppen gewesen, die im Wahlkampf aufgestanden sind, Lieder komponiert haben und demonstrierten. Da hat sich Monika Salzer gedacht: „Das können wir auch“ – und meinte ihre Generation.

Schnell waren Salzer und Scholl nicht mehr allein. Seit ihrer Gründung haben sich über 3500 Unterstützerinnen (auch Männer) der Bewegung angeschlossen. Sie organisieren sich in Bundesländer-Gruppen und zeigen sich der Öffentlichkeit. Sie sind ausgerüstet mit einfachen Schildern, Buttons und auffälligen, selbst gehäkelten pink-orange-roten Mützen. Sie demonstrieren, singen und suchen den Dialog. Sie wollen Bewusstsein schaffen und aufrütteln. Die Jugend sei dabei eine wichtige Zielgruppe für die Omas – viele andere schließen ja nur, und wer kümmere sich denn schon um die Jugend, fragt Salzer rhetorisch. „Viele vertrauen halt dem Herrn Kurz, weil er so hübsch ist. Das reicht manchmal in Österreich.“ Doch vor allem sind es die Jugendlichen, die sie motivieren, die applaudieren und mittanzen. „Für die sind wir cool. Sie sind überhaupt nicht abwertend, das hat uns total ermutigt.“

Angekommen ist Monika Salzer mit ihrer Bewegung auch in der Berufspolitik. „Sie bekämpfen uns halt“, sagt sie mit Genugtuung. So sah sich Heinz-Christian Strache, rechtspopulistischer Politiker der Freiheitlichen Partei Österreichs, gezwungen, die Bewegung öffentlich zu kommentieren. Er bleibt jedoch wie erwartet bei seinen Prinzipien und berichtet von „seinen Omas“, die Angst vor Verbrechen und Flüchtlingen hätten. „Omas gegen Rechts“ war schnell ein Thema, auch in der „Washington Post“ oder auf BBC. Der Grund dafür ist laut Salzer einfach: „Das ist einfach so selten.“

Und so geht es für Monika Salzer weiter zum nächsten Flashmob, Speed-Dating, Oma-Rave, Argumentationstraining, Stadtspaziergang oder der Vienna Art Week. Inzwischen finden Aktionen im Wochentakt statt. „Das hätte ich nicht gedacht, dass ich einfach eine Idee hatte und dann so viel Arbeit.“ Dennoch hofft sie, dass ihre Bewegung weiter wächst und sie nicht müde werden. Doch da ist sie sich bei auch ihren Gegenspielern sicher: „Sie liefern uns ja jeden Tag unglaublich viel Material, über das wir uns aufregen könnten.“

► [www.omasgegenrechts.com](http://www.omasgegenrechts.com)

**Manchmal machen die Menschen den Unterschied, von denen man es am wenigsten erwartet:**

„**Natürlich spenden wir!**“  
Nur keiner spricht uns dazu an.“



**Milieubeschreibung Hedonisten:**

- spaßorientierte, moderne Unter- und Mittelschicht
- nonkonform und gesellschaftskritisch
- konsumfreudig

**Erreichbarkeit:**

- viral und digital
- crossmedial
- persönliches Gespräch

**Spenden für:**

- Umweltthemen
- Tierschutz
- Bildung

**SCAN ME**



Weitere Informationen, etwa wo Sie diese Spendergruppe finden, erhalten Sie auf unserer digitalen Karte über den QR-Code oder unter [www.microm.de](http://www.microm.de)

# Gießen in Gießen



Da waren die Gießkannen im Großesinsatz. Stipendiatinnen und Stipendiaten des Studienförderwerks Klaus Murmann der Stiftung der Deutschen Wirtschaft haben im Mai bei einer Frühjahrsaktion tatkräftig für den guten Zweck angepackt. In einem Seniorenheim in Gießen kümmerten sie sich zum Beispiel um die Frühjahrsbepflanzung (Foto). Andere bauten einen Zaun in einer Jugendeinrichtung oder verpassten den Wänden in einem Bildungszentrum einen neuen Anstrich.

► [www.sdw.org](http://www.sdw.org)

## Wer kann helfen?

### Neue Plattform vermittelt Experten an Stiftungen

Stiftungen, aber auch Vereine und andere NGOs, die Infos und Hilfe zu einer bestimmten Fragestellung benötigen, können ab jetzt auf das Onlineportal [stiftungsmarktplatz.eu](http://stiftungsmarktplatz.eu) zurückgreifen. Auf der Plattform sind bereits über 2000 Experten gelistet, kontinuierlich kommen weitere hinzu. Ein Großteil von ihnen stellt sich individuell mit einer Multi-Channel-Visitenkarte vor, sodass suchende Stiftungen innerhalb von 20 Themenfeldern und anhand ihrer speziellen Fragen einen Profi auswählen und auch direkt kontaktieren können. Geplant ist außerdem eine Funktion, bei der Stiftungen ihre Fragen direkt formulieren können und diese dann auf der Website zirkulieren. Stiftungen haben kostenlos und werbefrei Zugriff auf das komplette Angebot der Website. Dieses ist bewusst nicht nur auf Deutschland beschränkt, sondern will Experten und Gemeinnützige in ganz Europa vernetzen.

► [www.stiftungsmarktplatz.eu](http://www.stiftungsmarktplatz.eu)

## MEINE MEINUNG

„Wissen die eigentlich, wofür sie so nett lächeln?“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE



Täglich erreichen mich über hundert E-Mails aus der Stiftungsszene. Fast jeden Tag dabei: Meldungen über groß angelegte Charity-

Events, Gala-Dinner oder Weißwurst-Wettessen für den guten Zweck, dazu Fotos mit Promis, die einen Spendenscheck in der Größe eines Küchentischs in die Kamera halten. Schön, wenn man auf so einfache Weise viele tausend Euro einnehmen kann. Doch eben das können nur die Großen, die mit den vielen Kontakten in die glitzernde Welt der Stars, Sternchen und Wirtschaftsbosse. Da ist es egal, um was es geht, dabei sein ist alles.

Beispiel: Die Felix-Burda-Stiftung, Mitte Mai, Hotel Adlon Kempinski in Berlin. Gäste unter anderem: Hardy Krüger Jr., Sarah Wiener, sogar der deutsche Gesundheitsminister Jens Spahn – der verliehene Felix-Burda-Award gilt als der erfolgreichste Gesundheitspreis in Deutschland. Und es geht „nur“ um Darmkrebsvorsorge! Es gibt noch viele weitere Beispiele.

Doch was ist mit den vielen kleinen Stiftungen, die nicht mit Häppchen, Champagner und wohlklingenden Namen um sich werfen können, aber deren Anliegen nicht weniger wichtig, ja vielleicht sogar wichtiger sind? Warum geben sich dort nicht die Promis die Klinke in die Hand? Und dann drängt sich mir die Frage auf: Geht es besagten Schauspielern, Sportlern oder Castingshow-Teilnehmern bei den pompösen Abendveranstaltungen tatsächlich nur um die Sache? Und wissen die eigentlich genau, wofür sie so nett lächeln? Ein Schelm, wer Böses dabei denkt ...

**Was meinen Sie? Schreiben Sie an [meinung@fundraiser-magazin.de](mailto:meinung@fundraiser-magazin.de)**



## Kurzgefasst ...

### Anmelden zum Stiftungsfrühling

Wer mit seiner Stiftung beim Münchner Stiftungsfrühling (MSF) im nächsten Jahr dabei sein will, kann sich dafür noch bis 10. September anmelden. Vom 23. bis 29. März 2019 informieren rund 150 Münchner Stiftungen und ihre Partner in Workshops, Vorträgen, Lesungen, Führungen und weiteren Veranstaltungsformaten über ihre Arbeit. Den MSF gibt es seit 2013, er findet alle zwei Jahre statt.

► [www.muenchnerstiftungsfruehling.de](http://www.muenchnerstiftungsfruehling.de)

### Herausragende Forschung geehrt

Den Ernst Jung-Preis für Medizin 2018 erhalten Professor Dr. Ruth Ley und Professor Dr. Marco Prinz. Jung wird für ihre Arbeiten am intestinalen Mikrobiom ausgezeichnet, Prinz bekommt den Preis für die Forschung zur Entwicklung und Funktion der Mikrogliazellen. Der Preis der Jung-Stiftung für Wissenschaft und Forschung ist mit 300 000 Euro dotiert und zählt zu den höchstdotierten Medizinpreisen Europas.

► [www.jung-stiftung.de](http://www.jung-stiftung.de)

### Neue Stiftung mit viel PS

Der Autohersteller Porsche hat eine Stiftung gegründet, die in den Bereichen Bildung und Soziales sowie in der Kinder- und Jugendförderung aktiv werden will. Die Ferry-Porsche-Stiftung, benannt nach dem Sohn des Fahrzeugkonstruktors Ferdinand Porsche, ist zunächst mit zehn Millionen Euro ausgestattet, jährlich soll weiteres Kapital aus der Porsche AG hinzukommen.

### Gebündelte Schul-Kompetenz

Die Robert Bosch Stiftung, die Deutsche Schulakademie und die Heidehof Stiftung haben in Zusammenarbeit mit der „Zeit-Verlagsgruppe“ das Deutsche Schulportal ins Leben gerufen. Auf der Onlineplattform werden aktuelle Infos zu den Themen Schulpraxis, Bildungspolitik und Wissenschaft ebenso vorgestellt wie erfolgreiche pädagogische Konzepte.

► [www.deutsches-schulportal.de](http://www.deutsches-schulportal.de)

### Preise für guten Journalismus

Das Kuratorium der Johanna-Quandt-Stiftung hat in diesem Jahr einen Beitrag über ein Start-up-Unternehmen, eine Reportage über Influencer, eine Fernsehsendung über die kommerzielle Apfelproduktion und eine Doku über die Milchwirtschaft für den Herbert Quandt Medien-Preis ausgewählt. Die verantwortlichen Journalistinnen und Journalisten teilen sich ein Preisgeld von insgesamt 50 000 Euro.

► [www.johanna-quandt-stiftung.de](http://www.johanna-quandt-stiftung.de)

## Täglich eine Stiftung

### Schweizer Stiftungsreport: hohe Dynamik

Eine neue gemeinnützige Stiftung pro Tag wurde im letzten Jahr durchschnittlich in der Schweiz errichtet, in Summe waren es 364. Damit ist die Anzahl der gemeinnützigen Stiftungen weiter gestiegen, wie Swisfoundations, der Verband der Schweizer Förderstiftungen, im aktuellen Stiftungsreport mitteilt. Insgesamt gibt es damit 13 129 Stiftungen, die zusammen über ein Kapital von fast 100 Milliarden Franken verfügen. Spitzenreiter mit 57 Neugründungen ist der Kanton Zürich, gefolgt von Genf mit 55 und Zug mit 47. Mit einer Dichte von 15,6 Stiftungen auf 10 000 Einwohner nimmt die Schweiz einen internationalen Spitzenplatz ein. Die Hälfte aller Stiftungen sind in den letzten 20 Jahren entstanden.

Diesen Zahlen gegenüber stehen aber im Jahr 2017 auch 187 Stiftungsliquidationen. Das ist der zweithöchste Wert nach 2014, als 206 Stiftungen aufgelöst wurden. Besonders betroffen ist der Kanton Aargau. Dort sind für das letzte Jahr lediglich vier Neugründungen, aber 14 Liquidationen verzeichnet. Hauptursache sind meist die anhaltend niedrigen Zinsen.

► [www.swissfoundations.ch](http://www.swissfoundations.ch)



**DEUTSCHER  
FUNDRAISING  
VERBAND**

Wir stärken die Kultur des Gebens

### SEIEN SIE DABEI!

Werden Sie jetzt Organisationsmitglied im Deutschen Fundraising Verband.

#### Vorteile im Überblick

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

Mehr über die Vorteile einer Organisationsmitgliedschaft unter [www.dfrv.de](http://www.dfrv.de)





## Music Camp und Metal Battle

Die Wacken Foundation fördert Hard-Rock- und Heavy-Metal-Musiker

Seit Musikphänomenen wie Helene Fischer oder Andreas Gabalier stehen die Zeichen auf weich gespülter Schlagermucke statt stahlharter Gitarrenriffs – und das vor allem auch bei einem Publikum, das dem Teenie-Alter gerade so entwachsen ist und das Metal-Haudegen wie Metallica oder Motörhead eher in die Generation ihrer Großeltern einordnen würde. Doch Nachwuchs ist in Sicht.

Von UTE NITZSCHE

Wacken? Da klingelt was bei Musikfans – und zwar mit ohrenbetäubender Lautstärke. Seit 1990 wird das schleswig-holsteinische Dorf regelmäßig zum Mittelpunkt der Metal-Szene. Mehr als 70 000 Fans pilgern mittlerweile jedes Jahr zum Wacken Open Air und versetzen die nicht einmal 2000 Einwohner zählende Gemeinde ein Wo-

chenende lang in Ausnahmezustand. Die beiden Gründer des Festivals, Holger Hübner und Thomas Jensen, sind auch die Stifter der Wacken Foundation, die 2008 ins Leben gerufen wurde. Mit ihrer Idee, Hard Rock und Heavy Metal zu fördern und jüngeren Bands unter die Arme zu greifen, konnten sie gleich bekannte Größen der Musikszene begeistern. So ist zum Beispiel Sängerin Doro Pesch Mitglied im Kuratorium.

Zwischen 50 000 und 60 000 Euro schüttet die Stiftung jährlich aus, um Künstler und Projekte zu fördern. Das kann die Veröffentlichung einer CD sein, Geld für Tourneen, bei denen die Bands zum Beispiel als Support-Acts auftreten und sich so eine internationale Fanbase aufbauen können, oder auch das Sponsoring einer Jugendhilfe-Einrichtung. Außerdem unterstützt die Wacken Foundation Musikprojekte aus dem Bereich Heavy Metal und Hard Rock,

wie den Metal Battle, einen internationalen Musik-Contest für junge Underground-Metalbands, oder das Wacken Music Camp für Jugendliche ab 13 Jahren. Vielen jungen Musikern in der Szene fehlt es einfach an Geld und Know-how, für den Aufbau jüngerer Bands sind kaum Mittel vorhanden, und bekannte Labels wollen kein unternehmerisches Risiko eingehen und sie unter Vertrag nehmen. „Viele der etablierten Top-Acts und Künstler sind schon im fortgeschrittenen Alter und das, was von unten nachkommt, hat oft nicht ausreichend Möglichkeit, sich zu entwickeln und auszuprobieren“, sagt Kurator Enno Heymann. Hier will die Foundation ansetzen.

Und wie finanziert sich die Stiftung? Im Sommer geht es auf Tour zu verschiedenen Festivals und Veranstaltungen in und um Deutschland, um dort auf die Arbeit der Foundation aufmerksam zu machen und um

Spenden zu sammeln. Vor Ort werden dann zum Beispiel bei einer Tombola oder am Glücksrad Preise verlost, welche die Stiftung alle gespendet bekommt, unter anderem vom Wacken Open Air selbst oder auch von Musikausstattern und ehemaligen Bands, die einst von der Foundation gefördert wurden. Ansonsten gibt es weitere mehr oder weniger originelle Aktionen. Pfahlsitzen zum Beispiel, bei dem die Teilnehmer beim Wacken Open Air sechs Stunden auf einem Pfahl ausharren müssen, erlaubt sind nur zehn Minuten Pause alle zwei Stunden. Die Pfahlsitzer können ein VIP-Upgrade gewinnen, Firmen übernehmen Partnerschaften für die Pfähle und spenden für jede abgessene Stunde zehn Euro an die Stiftung. In einem Kunstzelt auf dem Festivalgelände stellen Künstler ihre Werke aus, wovon die Foundation einige zu ihren Gunsten versteigern kann oder einen Teil der Einnahmen aus dem Verkauf erhält. An der Wacken-Wall

kann sich jeder mit einem personalisierten Stein verewigen lassen. 35 Euro von jedem verkauften Stein gehen an die Stiftung. Oder auch die „Metal4Nature-Pfandsammelaktion“: Ehrenamtliche Helfer sammeln Getränkebecher, PET-Flaschen und Pfand-Dosen und spenden die Erlöse an die Stiftung. VIPs werden auch ganz direkt gebeten, am Einlass 20 Euro zugunsten der Foundation zu geben. Und auch der Verkauf von Feuerzeugen, Kugelschreibern und T-Shirts generiert Einnahmen.

Und es gibt auch Privatpersonen, denen die Ziele der Stiftung einfach am Herzen liegen. „Unsere privaten Spender sind meistens Metalfans, die den Fortbestand des Metal-Genres mit seiner Vielfalt sichern wollen. Einer der regelmäßigen Spender hat beispielsweise den ‚Hobby Wacken Foundation Caravan‘ ersteigert. Der Auktionserlös ging dann 2014 direkt an die Wacken Foundation. Das stärkt uns dann sehr den Rücken“, be-

richtet Linda Nowak, die bei der Stiftung für das Marketing zuständig ist.

Förderung kann jederzeit beantragt werden, egal aus welchem Land die Band kommt. Die Foundation gibt zinslose Darlehen und möchte damit Hilfe zur Selbsthilfe leisten, aber, so Vorstand Manfred Lack, „es muss dann auch eine wirtschaftliche Verantwortung mit übernommen werden. Wir sind keine Stiftung, die das Geld rausschmeißt, sondern es muss ein richtiger Antrag gestellt werden und das muss Hand und Fuß haben“. Außerdem verlangt die Stiftung eine Einnahmen- und Ausgaben-Kalkulation. Dass das Konzept aufgeht, zeigt ein Blick auf die Zahlen: War es vor ein paar Jahren noch ein Antrag pro Monat, sind es mittlerweile bis zu acht in der Woche. Da sollte einem doch um die nächste Metal-Generation nicht bange sein. Und irgendwann müssen Metallica ja auch mal abtreten. ■

► [www.wacken-foundation.com](http://www.wacken-foundation.com)

UNKOMPLIZIERTE SEMINARE STATT TRALLALA.

ALTE BORSE  
MARZAHN

AUTHENTISCH  
TAGEN IN BERLIN.

GEBAUT ALS ALTER HANDELSHOF. GENUTZT ALS NEUE TAGUNGSLOCATION.  
3000 QM VERANSTALTUNGSFLÄCHE. 20 RÄUME. BIERGARTEN. BRAUEREI. ALTE LINDEN.  
MODERNSTE VERANSTALTUNGSTECHNIK. PERFEKT FÜR TAGUNGEN UND SEMINARE.

TELEFON 030/55074074  
ALTE-BOERSE-MARZAHN.DE

# Posten und twittern nach Plan

## Digitale Strategien in der Stiftungsarbeit

Kommunikationskanäle gibt es viele, doch welche sind für Stiftungen sinnvoll? Und wie kann man sie nutzen, sodass sie die bisherige Kommunikation nicht ersetzen, sondern ergänzen? Die Braunschweigische Stiftung hat dafür zusammen mit einem Profi ein komplettes Konzept erarbeitet und macht Facebook, Instagram und Co. nicht mehr nur nebenbei, sondern nach Plan.

Von **INSA HEINEMANN**  
und **FRIEDEMANN SCHNUR**

Digitale Strategie und soziale Medien! Abstrakte und bedeutsame Begriffe, die in aller Munde sind und alles und nichts sagen können. Die Braunschweigische Stiftung will ihrem Anspruch, zentrale Ansprechpartnerin und Akteurin in der Kulturlandschaft des Braunschweigischen Landes zu sein, auch kommunikativ Rechnung tragen und die Botschaften des eigenen Tuns direkt und modern transportieren. Die Möglichkeiten der digitalen Kommunikation sollen hierfür genutzt werden.

### Gute Website, aber analoge Kommunikation

Auch wenn die Website der Stiftung zentral war und ist, transportiert die Stiftung die Inhalte vornehmlich analog und dies immer in Abwägung der Kosten-Nutzen-Relation und anlassbezogen. Aufwendige Kampagnen werden nicht realisiert, insbesondere da die dafür aufzuwendenden Mittel in der Zweckverwirklichung eingesetzt werden sollen. Die bisherige Kommunikation soll nicht ausgetauscht, sondern durch die digitale Strategie und die Kanäle Facebook, Twitter und Instagram sinnvoll ergänzt werden. Ziel dabei ist es, mehr als bisher direkt auf Augenhöhe mit Projekt- und Kooperationspartnern zu kommunizieren und



Intensive Workshoparbeit zum Thema Social Media

sich selbst vor allem auch die Kompetenzen anzueignen, digital zu kommunizieren.

Von Frühjahr 2016 bis Februar 2017 wurden das Grob- und Feinkonzept für die Umsetzung erarbeitet. Die Stiftungsgremien waren entsprechend eingebunden. Dabei stellte sich heraus, dass die Auseinandersetzung mit modernen Kommunikationsformen nicht nur bei den Gremien, sondern auch bei den Mitarbeitern der Geschäftsstelle Überzeugungsarbeit bedurfte und ein schnellerer Prozess möglicherweise kontraproduktiv gewesen wäre.

### Prozess wurde durch Spezialisten begleitet

Da sich die Stiftung Inhalte und Strategie selbst erarbeitete und nicht auf einen externen Social-Media-Manager angewiesen sein wollte, ließ sie sich während des Prozesses von dem Social-Media-Spezialisten Frank Tentler begleiten. Er gab wichtigen Input und Feedback, verschaffte so die nötige Sicherheit und gab der Strategie die richtige Ausrichtung.

Der passende Ansatz, Zielgruppen, Themenschwerpunkte sowie die Tonalität und die Struktur und Systematik der Umsetzung wurden intensiv in Workshops erarbeitet. Die Wahl fiel schließlich auf die Kanäle Facebook, Instagram und Twitter – Youtube und Vimeo werden hingegen nur als Mittel zum Zweck genutzt, wenn Videos einzubinden sind. Als Instrumente für die Umsetzung wurden die Tools Hootsuite und Netvibes ausgewählt.

### Redaktionsplan für alle Instrumente

Um Posts in den unterschiedlichen Kanälen quantitativ auswerten zu können, kommt ein Redaktionsplan auf Excel-Basis zum Einsatz. Hootsuite ist dabei die zentrale Kommandozentrale, um zum einen Inhalte in die Kanäle einzuspeisen und zu planen, aber zum anderen auch, um relevante Partner und interessante Inhalte zu beobachten. Netvibes dient der Beobachtung von Websites von Partnern und Multiplikatoren auf Basis von RSS-Feeds.

Im Durchschnitt produziert die Stiftung monatlich circa 90 Beiträge, teilweise überlappend im Inhalt, da die meisten Themen auf mehreren Kanälen, beispielsweise Twitter und Facebook, veröffentlicht werden. Für die Planung der Beiträge, das Monitoring, die Auswertung der Zahlen und die Evaluation sind zwei Mitarbeiter zuständig. Die redaktionelle Planung des Monats und die Erstellung der Beiträge am Monatsanfang nimmt dabei pro Person etwa einen Arbeitstag in Anspruch. Zudem sind täglich etwa 20 Minuten eingeplant, um spontan auf Beiträge zu reagieren, zu liken, zu kommentieren und relevante Themen und Multiplikatoren zu beobachten sowie das Netzwerk zu pflegen und auszubauen.

Im August 2018, wenn ein Jahr digitale Strategie hinter der Braunschweigischen Stiftung liegen wird, soll die bisherige Arbeit evaluiert werden. Diese Rückschau

soll vor allem auch die Möglichkeit bieten, Anpassungen im Konzept und der Strategie vorzunehmen. Sie soll auch – von der Kommunikation ausgehend – die übrigen Bereiche der Stiftung auf die Möglichkeit der digitalen Weiterentwicklung prüfen. Das bisherige Fazit ist differenziert positiv. Mit ihrer digitalen Strategie hat die Stiftung viel gewonnen: Kompetenzen, Austausch, Netzwerk und nicht zuletzt eine Vielfalt an Themen, die sie vorher in der Fülle nicht im Blick hatte. Beachtung und positives Feedback gab es darüber hinaus im regionalen, aber auch im nationalen Rahmen. Ein passender Anlass für den Austausch war das im März 2018 herausgegebene E-Paper, das einen tiefen und authentischen Einblick in das Projekt bietet. Demgegenüber stehen natürlich auch enorm viel Aufwand und Disziplin, Zeit und Ressourcen, die bisher in das Projekt investiert wurden. Einige Eckpunkte sollen deshalb noch einmal über-

dacht, manche Dinge in Zukunft vielleicht anders gemacht werden. Entscheidend ist letztendlich aber, dass sich die Stiftung auf den Weg gemacht hat. ■



Seit 2017 sind **Friedemann Schnur** und **Insa Heinemann** für die Braunschweigische Stiftung auch digital unterwegs. Der stellvertretende Geschäftsstellenleiter und Projektreferent Friedemann Schnur verantwortet darüber hinaus den gesamten kommunikativen Auftritt der Stiftung. Die Stiftungsmanagerin Insa Heinemann ist Ansprechpartnerin im Sachgebiet Projektmanagement und koordiniert dabei unter anderem das Marketing der operativen und geförderten Projekte, die der Verwirklichung des Stiftungszweckes dienen.



► [www.die-braunschweigische.de](http://www.die-braunschweigische.de)



## Meine Software bringt mich weiter

**BENEFIT**  
Informationssysteme AG

Demonstration verfügbar auf [www.benefit.de](http://www.benefit.de)

### Fundraising mit dem neuen OpenHearts

- modern, leicht verständlich, web-fähig
- ⚙ konfigurierbar nach Ihren Bedürfnissen
- 📊 mit flexiblen Analysen und interaktiven Grafiken
- ☎ Ihr Benefit-Team garantiert persönlichen Service



Kampagnen · Mitglieder · Patenschaften · Bußgeld · Projekte · Finanzen · Analysen · u. v. m.

# Weiter Weg mit Hindernissen

## Von der Stiftung zu einer gemeinnützigen GmbH

Was tun, wenn fast 40 Menschen mit erworbenen Hirnschäden ihre Tagesstruktur verlieren, weil ihre Einrichtung schließt? So erging es der Helene-Maier-Stiftung (HMS) im letzten Jahr. Die Geschäftsführung entwickelte einen Plan und entschied sich, die Stiftungsarbeit in einer gemeinnützigen GmbH weiterzuführen. Die Fundraiserin der Stiftung, Susanne Tharun, blickt auf bewegte Monate zurück.

Von **SUSANNE THARUN**

Viele der von der Helene-Maier-Stiftung betreuten Teilnehmer kommen mit den Strukturen von Werkstätten für behinderte Menschen (WfbM) nicht zurecht und entscheiden sich bewusst für den Arbeitsalltag bei „anderen Leistungsanbietern“. Nach über 20 operativen Geschäftsjahren beschloss das Kuratorium der Stiftung (HMS) aber im Frühjahr 2017 zum 31. Dezember 2017 dessen Ende. Die HMS musste im Spätsommer 2017 ihren Standort im sächsischen Theisewitz verlassen und wurde in ein anderes Quartier umgesiedelt. Als Lösung für 2018 mit Option auf Verlängerung bis 2019 wurde schnell klar, dass dies wegen des Platzmangels nur übergangsweise funktioniert.

Eine Lösung wäre gewesen, dass sich die Mitarbeiter neue Jobs suchen. Die Teilnehmer hingegen hätten, da am ersten Arbeitsmarkt nicht vermittelbar, ihr tagtägliches Dasein wieder allein in ihrem privaten Umfeld gefristet. Die Leiterin der Stiftung, Susanne Beckert, beschloss deshalb mit einer Partnerin die Gründung einer gemeinnützigen GmbH als Folgeeinrichtung. Nach Prüfung der Gemeinnützigkeit wurde der notariell beglaubigte Gesellschaftervertrag der „Gut Leben gemeinnützige GmbH“ zum Handelsregister eingereicht.

Parallel zum Unternehmensaufbau fand im September 2017 eine große Kostenträgerkonferenz statt mit dem Ziel, eine Vereinba-



Kamil Kubis, Sebastian Flor, Steffen Friedo und Patrick Griepentrog (v.l.n.r.) kochen während des Arbeitstrainings Himbeer-Fruchtaufstrich.

rung hinsichtlich der Anerkennung als „anderer Leistungsanbieter“ zu den etablierten Werkstätten vorzubereiten. Ernüchternd war, dass noch keine Rahmenbedingungen verhandelt wurden und die Finanzierung der circa 40 Maßnahmenplätze hinterfragt wurde. Wir waren schlicht zu klein und zu teuer. Ein Teufelskreis, wenn man bedenkt, dass wir nicht nur die Übergangsräume verlassen mussten, sondern auch die Finanzlücke wegen nicht kostendeckender Tagessätze der HMS „erbt“. Letzteres wurde durch einen befristeten Zuschussvertrag mit dem Stifter der HMS geregelt. Die übergangslose Finanzierung aller Plätze – wenn auch nicht kostendeckend – fand auf Basis der Anerkennung aller getroffenen Vereinbarungen mit der HMS durch Trägerwechsel statt, war aber befristet bis Ende 2018.

Nun standen alle Zeichen auf Grün, und so nahm die „Gut Leben gGmbH“ den Betrieb auf. Als bald wurde uns aber die zugesagte Mietoption für 2019 gestrichen. So begann neben dem Aufbau des Geschäftsbetriebs eine zeitaufwendige Immobiliensuche. Derzeit verfolgen wir zwei aussichtsreiche Objekte, unterstützt durch einen Architekten aus unserem Freundeskreis. Unsere

Freundeskreismitglieder aus HMS-Zeiten haben unseren Wechsel mitgetragen und sind weiter für uns aktiv. Wer sich jetzt fragt, warum wir uns nicht Unterstützung von kommunaler Ebene geholt haben – das haben wir. Bei Gesprächen mit Bürgermeistern legten wir unsere Visionen dar. Umliegende Gemeinden haben jedoch leider keine geeigneten Immobilien. Die Zeit rennt und wir werden uns mit dem Gedanken, zusätzlich eine Interimslösung für kurze Zeit zu benötigen, anfreunden müssen. Aber wir haben ein unsagbar motiviertes Team und viele dankbare Teilnehmer und Angehörige. ■



**Susanne Tharun** hat von 2005 bis 2015 beim Landesverband der CDU Sachsen im Bereich Sponsoring und Öffentlichkeitsarbeit ihre Erfahrungen in der Unternehmenskommunikation so-

wie im Netzwerken ausgebaut. 2015 kam sie zur Helene-Maier-Stiftung. Da die Stiftung zum 31.12.2017 das operative Geschäft niederlegte, wechselte sie als Fundraiserin und Marketingverantwortliche 2018 in die Folgeeinrichtung „Gut Leben gGmbH“. Sie studiert berufsbegleitend Fundraising-Management und Philanthropie an der Uni Ludwigshafen. ► [www.gut-leben.de](http://www.gut-leben.de)

Newsletter?  
Newsletter!



Grüße Dich, wie geht wie steht's?  
Kennst Du einen Personalberater?  
VG

Alles gut soweit. Für was brauchst  
Du denn so jemanden?  
Gruß zurück ...

Muss in meinen Gremien was  
umbesetzen, brauche da Hilfe.

Verstehe. Probier's mal auf  
[www.stiftungsmarktplatz.eu](http://www.stiftungsmarktplatz.eu),  
da müsstest Du fündig werden.

Was ist das?

So was wie Gelbe Seiten, nur für  
uns. Schau's Dir einfach mal an,  
ansonsten RUMIA.

Klingt gut, danke Dir.

Apropos: was ist denn RUMIA?

[www.stiftungsmarktplatz.eu](http://www.stiftungsmarktplatz.eu)  
Europas großer Experten-Marktplatz für Gemeinnützige.



## „Kooperationen verdoppeln die Ressourcen“

Zum Themenkreis Kooperationen  
kurz nachgefragt bei  
Lucy Schweingruber, Referentin  
Stiftungskooperationen  
beim Deutschen Roten Kreuz

### Was ist für Sie die Idee einer Kooperation?

*Lucy Schweingruber:* Das Wort Kooperation stammt vom lateinischen cooperatio ab, was so viel wie Zusammenwirkung bedeutet. Ich übersetze das in „Gemeinsam eine Wirkung erzielen“. Um möglichst wirksam zu handeln, braucht man ein gemeinsames Ziel. Die Idee einer Kooperation ist es, dass Stiftung und Partner ihre unterschiedlichen Expertisen, Erfahrungen und Kontakte einbringen. Die Ressourcen verdoppeln sich dadurch, idealerweise entstehen im Dialog auch neue Ideen und Ansatzpunkte, auf welche ein Partner alleine nicht gekommen wäre. Wissen und Erfahrung bilden oft die Grundlage für kreative Ideen. Durch die Kooperation und den offenen Austausch von zwei Partnern ist diese Grundlage folglich viel breiter. Beide Partner erhöhen damit die Chance ihr Ziel erfolgreich zu erreichen.

### Wann wird eine Kooperation für Stiftungen bzw. zwischen NGOs und Stiftungen erfolgreich?

*Schweingruber:* Ich bin der Meinung, dass jede erfolgreiche Kooperation von Offenheit und Vertrauen lebt. Je besser beide Partner über den Wissensstand, die Erfahrungen und auch die Misserfolge im angestrebten Zielbereich informiert sind, umso eher zeichnen sich Schnittmengen ab und es entsteht ein gemeinsames Verständnis der Sachlage. Das ist einfacher gesagt als getan. Um Vertrauen zu schaffen, muss es genügend Raum für Gespräche geben.

Eine Kooperation unterscheidet sich in meinen Augen nicht vom Beziehungsaufbau im „wahren Leben“. Dieser braucht Zeit und gemeinsame Erfahrungen werden am besten in kleinen Schritten gemacht. Durch ein stetiges Ablasten kristallisiert sich immer mehr heraus, ob man Projekte zum gemeinsamen Gelingen planen, ausführen und evaluieren kann. Wenn die Kooperation langfristig sein soll, dann ist diese nur erfolgreich, wenn beide Partner gleichermaßen Nutzen daraus ziehen und ihre Ziele erreicht sehen.

### Wo helfen Tools/Plattformen wie [stiftungsmarktplatz.eu](http://stiftungsmarktplatz.eu) dabei, dass eine erfolgreiche Kooperation entsteht?

*Schweingruber:* Plattformen wie [stiftungsmarktplatz.eu](http://stiftungsmarktplatz.eu) dienen als Türöffner für Kooperationsgespräche.

Die Stiftungslandschaft in Deutschland ist sehr groß, jedes Jahr kommen neue Akteure hinzu. Die Plattform ist für mich ein Tool, durch welches ich mich informiere, wer alles in meinem Bereich arbeitet und ähnliche Ziele hat. So kann ich mit potentiellen Partnern in Kontakt treten. Je mehr Akteure es nutzen, umso wertvoller wird es für den Einzelnen.

### Das Deutsche Rote Kreuz [www.stiftungsmarktplatz.eu](http://www.stiftungsmarktplatz.eu):

<https://stiftungsmarktplatz.eu/dienstleister/deutsches-rotes-kreuz-e-v/>

### Vorstandsmitglied



Seit März 2018 ist Tafel Deutschland Mitglied im Dachverband der europäischen Lebensmittelbanken (FEBA). Die jährliche Mitgliederversammlung der FEBA fand dieses Jahr vom 24. bis 26. Mai 2018 in Budapest statt. **Jochen Brühl**, Vorsitzender Tafel Deutschland e.V., wurde dort in den Vorstand der FEBA gewählt. Die Wahlperiode beträgt drei Jahre. „Ich freue mich, unsere jahrzehntelangen Erfahrungen mit den Tafeln in den Vorstand der FEBA einbringen zu können. Wir wollen die Sichtbarkeit von FEBA in Deutschland steigern, aber auch die Kooperation zwischen den Mitgliedern unterstützen und vertiefen“, so Brühl.

### Wiederwahl zum Präsidenten



Bei der 71. Hauptversammlung des Österreichischen Roten Kreuzes wurde der amtierende Präsident **Gerald Schöpfer** Anfang Juni in seiner Position bestätigt und für die nächste Periode wiedergewählt. Damit übernimmt er in den kommenden vier Jahren die Präsidentschaft des Österreichischen Roten Kreuzes. „Ich bedanke mich für die tolle Unterstützung und freue mich über das große Vertrauen. Mit mehr als 87000 freiwilligen und hauptberuflichen Mitarbeitern hat das Rote Kreuz gemeinsam bereits viel bewegt. Aber es gibt noch viel zu tun“, so Schöpfer, der diese Funktion ehrenamtlich und unentgeltlich übernimmt.

### Leitung Freundeskreis



Nach viereinhalb erfolgreichen Jahren als Geschäftsstellenleiterin verlässt **Karin Götz** die Münchener Universitätsgesellschaft beim Deutschen Stiftungszentrum. Ab Juli 2018 übernimmt sie die Leitung der Geschäftsstelle des „PIN. Freunde der Pinakothek der Moderne“ e.V. Ziel des Vereins ist es, den vier Häusern unter dem Dach der PdM und dem Museum Brandhorst zu größtmöglicher Aufmerksamkeit und Lebendigkeit zu verhelfen. Für die Betriebswirtin und Kulturmanagerin eine spannende Aufgabe, auf die sie sich schon sehr freut.

### Stiftungsberatung aus der Praxis



**Carsten Frederik Buchert** verantwortet seit über zehn Jahren die Stiftungskommunikation der Felix Burda Stiftung in München. Mit buchertberatung gründet er nun eine private Initiative für Stiftungsberatung, um diejenigen seiner Kollegen zu unterstützen, die über keine ausreichenden Kompetenzen für Kommunikation im eigenen Haus verfügen. Kollegenrabatt inklusive. „In Gesprächen mit Stiftungskollegen höre ich immer wieder vom dringenden Wunsch, ‚etwas machen‘ zu wollen, aber gleichzeitig auch von Ängsten und der Überforderung im Angesicht des vermeintlich großen Themas Marketing“, so Buchert zu den Hintergründen.

**Stiftung der Cellitinnen zur hl. Maria**

**Der Mensch in guten Händen**  
**Anspruch. Ansporn. Tag für Tag.**

**Für den Auf- und Ausbau unseres Spenderbereiches suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt Unterstützung**

- in Vollzeit, zunächst befristet auf 3 Jahre
- Sie berichten direkt an die Geschäftsführung

Die detaillierte Stellenbeschreibung finden Sie unter: [www.ergaenzen-sie-uns.de](http://www.ergaenzen-sie-uns.de)

Für weitere Informationen steht Ihnen Susanne Bieber, Bereichsleitung Unternehmenskommunikation, gerne zur Verfügung, Tel: 0221-974514-8661.



**Vorsitzender Bundesverband**

**Joachim Rogall**, Vorsitzender der Geschäftsführung der Robert Bosch Stiftung, ist im Mai zum neuen Vorsitzenden des Bundesverbands Deutscher Stiftungen gewählt worden. In seiner Antrittsrede kündigte er an, die Grundsätze guter Stiftungspraxis gemeinsam mit den Mitgliedern überarbeiten zu wollen und um Aspekte wie internationale Zusammenarbeit, Wirkung von Stiftungsvermögen und Digitalisierung zu erweitern.

**Schirmherrin für Förderpreis**

Moderatorin und Schauspielerin **Fernanda Brandão** ist 2018 die neue Schirmherrin des Deichmann-Förderpreises. Sie kam selbst als Neunjährige mit ihrer Mutter aus Rio de Janeiro nach Hamburg und kennt die Herausforderungen der Integration. Der Preis zeichnet Unternehmen, Vereine, Schulen und öffentliche Initiativen aus, die es sich zum Ziel gesetzt haben, benachteiligten Kindern und Jugendlichen die Integration zu erleichtern.

**Evangelische Schulstiftung beginnt mit Fundraising**

Seit April arbeitet **Thomas Martens** für die Evangelische Schulstiftung in der EKD und baut dort über die nächsten fünf Jahre das Fundraising auf. Er kommt ursprünglich vom Fundraising für den Tierschutz und arbeitete auch für die Christoffel Blindenmission. Er freut sich auf die Herausforderung, von ganz vorne anzufangen und das Fundraising dort zu etablieren. Als aktives Mitglied im Deutschen Fundraisingverband tauscht er sich gerne mit anderen Kolleginnen und Kollegen über seine Erfahrungen aus.

**Bundesverdienstkreuz I**

**Lutz Beisel**, Gründer von terre des hommes Deutschland, erhält das Bundesverdienstkreuz. Damit würdigt die Bundesrepublik Deutschland seinen Einsatz für Kinder in Not und sein jahrzehntelanges bürgerschaftliches Engagement für Humanität und Menschenrechte. Er rief am 8. Januar 1967 in der Stuttgarter Waldorfschule zur Hilfe für kriegsverletzte vietnamesische Kinder auf. Aus dieser spontanen Hilfsaktion entstand der deutsche Zweig des Kinderhilfswerks terre des hommes, dessen Geschäftsführer er einige Jahre war.

**Bundesverdienstkreuz II**

**Felix Finkbeiner** gründete als 9-Jähriger im Jahr 2007 die Initiative Plant-for-the-Planet, um durch Baumpflanzungen dem Klimawandel zu begegnen und in der Öffentlichkeit ein vermehrtes Bewusstsein für Umweltprobleme zu schaffen. Seitdem sind für die Organisation mehr als 15 Milliarden Bäume gepflanzt worden. Für sein Engagement wurde er Ende Mai mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet. Der 20-Jährige ist damit der jüngste Träger der Auszeichnung.

**Stiftungsbotschafter**

Die Stiftung Licherzellen, die sich für Patienten, Angehörige und die Erforschung der seltenen Blutkrankheiten PNH und Aplastische Anämie einsetzt, gewinnt **Horst Lichter** als Botschafter. „Wir freuen uns sehr, dass wir Horst Lichter als prominenten Botschafter für unsere Stiftung gewinnen konnten. Durch seine vermittelnde Art und die große Sympathie, die er ausstrahlt, ist Herr Lichter der ideale Botschafter für unsere Stiftung“, so Stiftungsgründer Hans-Jürgen Riegel.



## Fundraising-Mix

### Das Erfolgs-Rezept:

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

Vereinbaren Sie ein kostenloses Beratungsgespräch.

### van Acken – mehr als nur eine Agentur:

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

### Begleitung und Umsetzung durch Profis.

**van Acken Fundraising GmbH**

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

Wikimedia Deutschland – Gesellschaft zur Förderung Freien Wissens e.V. ist ein gemeinnütziger Verein und eine von 41 Ländervertretungen der Wikimedia-Bewegung weltweit, die sich für Projekte zur Erstellung, Sammlung und Verbreitung freier Inhalte einsetzen. Der Bereich Fundraising verantwortet unter anderem die Durchführung der jährlichen Wikipedia-Spendenkampagne – Deutschlands erfolgreichste Online-Spendenkampagne. Für das Team Fundraising suchen wir ab sofort eine(n) kompetente(n) und engagierte(n) Kollegen(in) für die Position als



## Fundraiser (m/w) in Vollzeit (40 Stunden) / Teilzeit möglich

### Aufgaben

- ▶ Konzeptionalisierung, Durchführung, Weiterentwicklung und Auswertung von digitalen und analogen Fundraising-Aktionen
- ▶ Aufbau und Implementierung eines integralen CRM-Systems zur langfristigen Bindung unserer Unterstützerinnen und Unterstützer
- ▶ Enge Zusammenarbeit mit dem Online-Fundraising-Team bei der Durchführung der großen Bannerkampagne in der Wikipedia
- ▶ Weiterführung des Wissensmanagements komplexer und empiriebasierter Fundraising-Aktionen
- ▶ Zusammenarbeit mit Dienstleistern bei der Umsetzung von großangelegten postalischen und digitalen Fundraising-Aktionen

### Qualifikation

- ▶ Mehrjährige Berufserfahrung im Fundraising
- ▶ Nachweisliche Erfahrung in der Durchführung von großangelegten Fundraising-Kommunikationsmaßnahmen
- ▶ Gute Erfahrungen im Online-Fundraising
- ▶ Interesse und idealerweise Erfahrung in empiriebasiertem Fundraising durch A/B-Tests
- ▶ Kenntnisse über Potentialerkennung von Zielgruppen
- ▶ Erfahrungen im Umgang mit komplexen Datenbanken
- ▶ Hohe Affinität zu agiler online-gestützter kollaborativer Zusammenarbeit
- ▶ einen zielgruppengerechten Schreibstil sowie Erfahrungen im Verfassen von Texten
- ▶ Fähigkeit komplexe Inhalte überzeugend und einfach zu vermitteln
- ▶ Lust, eigene Akzente zu setzen, um das Fundraising von Wikimedia auf eine neue Stufe zu heben

### Freuen Sie sich auf

- ▶ Möglichkeit, sich in einem jungen Team von derzeit neun Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu entfalten und eigene wichtige Akzente zu setzen
- ▶ Verantwortung für den nachhaltigen Aufbau eines Fundraising-Bereichs, der vor Automatisierungen, Datensegmentierungen, Zielgruppen, Tracking und Testing nicht Halt macht
- ▶ eine wichtige Rolle bei der größten Online-Spendenkampagne in Deutschland zu spielen
- ▶ abwechslungsreiche und herausfordernde Aufgaben in einem engagierten und internationalen Umfeld
- ▶ ein offenes, transparentes und gemeinschaftliches Arbeiten, das auch gelebt wird
- ▶ eine offene und moderne Arbeitsumgebung sowie eine weltweite, lebhafte Community
- ▶ nette und aufgeschlossene Kolleginnen und Kollegen, für die Videokonferenzen, Homeoffice und gelebtes kollaboratives Arbeiten keine Fremdwörter sind
- ▶ zusätzlich: gratis Getränke und frisches Obst, Zuschuss ÖPNV-Ticket, Zuschüsse zur beruflichen Altersvorsorge, Lohnfortzahlung im Betreuungsfall eines erkrankten Kindes

Das Arbeitsverhältnis ist zunächst auf 2 Jahre befristet.

### Interessiert?

Dann bewerben Sie sich jetzt! Senden Sie uns Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen über unser Jobportal (<https://wikimedia-deutschland.softgarden.io>). Unser Personalteam steht Ihnen unter [personal@wikimedia.de](mailto:personal@wikimedia.de) gerne bei Rückfragen zur Verfügung. Von Bewerbungsfotos und Angaben zu Geburtsdatum, Familienstand und Eltern bitten wir abzusehen. Wir freuen uns darauf, Sie kennenzulernen!

Wikimedia Deutschland verpflichtet sich der Chancengleichheit und diskriminiert nicht auf der Basis von beispielsweise ethnischer Herkunft, Staatsbürgerschaft, Religion, politischer oder sonstiger Anschauung, Geschlecht, Alter, Behinderung oder sexueller Identität oder Orientierung.

### DBU-Kuratorinnen



Neue Gesichter im Kuratorium der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) in Osnabrück: Nach Zustimmung des Bundeskabinetts berief Bundesumweltministerin Svenja Schulze die Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesministerium der Finanzen, **Bettina Hagedorn** MdB (62, SPD, Foto rechts), und **Sylvia Kotting-Uhl** MdB (65, Bündnis90/Die Grünen, Foto links) als Vorsitzende des Umweltausschusses des Deutschen Bundestages zum 1. Juni in den Vorstand der größten Umweltstiftung Europas.

### Kommunikation für die Volkssolidarität



Seit 1. Mai 2018 ist **Peter Baumann** als Leiter der Stabsstelle Kommunikation bei der Volkssolidarität Dresden tätig. Er verantwortet die interne und externe Kommunikation, Veranstaltungen und das Fundraising. Wichtig ist ihm, insbesondere auf die geleistete ehrenamtliche

Arbeit in den zahlreichen Mitgliedergruppen des Dresdner Sozial- und Wohlfahrtsverbandes hinzuweisen, was die Volkssolidarität wesentlich von anderen Trägern unterscheidet. Baumann war zuvor 20 Jahre Geschäftsführer der Brücke-/Most-Stiftung in Dresden.

### Fundraising beim ASB Schleswig-Holstein



Seit Mitte Mai ist **Eva Strehler** als Fachreferentin Fundraising für den Arbeiter-Samariter-Bund im nördlichsten Bundesland tätig. Von Kiel aus wird sie das landesweite Fundraising aufbauen. Erfahrungen sammelte sie sowohl bei Geschenke der Hoffnung e.V. als auch bei der McDonald's Kinderhilfe Stiftung, für die sie viereinhalb Jahre lang die spendenfinanzierte Arbeit des Ronald McDonald Hauses Kiel sicherte. Die passionierte Motorradfahrerin hat in Göttingen Anglistik und Romanistik studiert. Sie ist Alumna der Fundraising Akademie.

### Fürsprecherin der Menschlichkeit



**Sissy Mayerhoffer**, „oberste Spendensammlerin des ORF“, ist Anfang Juni verstorben. „Mit ihr verlieren wir eine engagierte Fürsprecherin der Menschlichkeit, die uns allen schmerzlich fehlen wird“, sagt Rotkreuz-Präsident Gerald Schöpfer. „Sie hat mit Formaten wie ‚Nachbar in Not‘ als Leiterin des Humanitarian Broadcasting im ORF Herausragendes geleistet und wird uns und all den Menschen, denen wir durch ihre Unterstützung helfen konnten, immer in Erinnerung bleiben. Auch als Rotkreuz-Ambassadorin wurde sie nie müde, selbst nach der Arbeitszeit noch für andere da zu sein. Danke Sissy.“

### Haben Sie Neuigkeiten?



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





Wie vielfältig und spannend kann Werbung für soziale und gesellschaftliche Fragen sein? Wer hat innovative und aufmerksamkeitsstarke Kampagnen umgesetzt? Das sind die Leitfragen des „Wettbewerbs Sozialkampagne“, den die Bank für Sozialwirtschaft derzeit zum elften Mal ausschreibt. Teilnahmeberechtigt sind Organisationen aus der Sozialwirtschaft sowie deren Agenturen, die in den letzten zwei Jahren eine Werbekampagne zu einem sozialen Thema realisiert haben. 2017 waren die Platzierten (Foto) die Initiative EXIT-Deutschland mit der Agentur Grabarz & Partner, die Initiative „WhatsGerman“ mit der Plan.Net Campaign GmbH sowie die Agentur Leo Burnett für ihre Kampagne „Gif Freedom“ zugunsten von Amnesty International. Der „Wettbewerb Sozialkampagne“ ist mit insgesamt 18 000 Euro dotiert, die sich auf drei Gewinner verteilen. Die zehn bestplatzierten Kampagnen veröffentlicht die Bank für Sozialwirtschaft zudem in einer Wettbewerbsdokumentation und auf ihrer Website. Einreichungsschluss ist der 31. Oktober 2018. ► [www.wettbewerb-sozialkampagne.sozialbank.de](http://www.wettbewerb-sozialkampagne.sozialbank.de)

## Sie wollen ein eigenes Magazin machen?

– Print und/oder Online –

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

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

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

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



**MediaVista KG**

[www.mediavista.de](http://www.mediavista.de)  
Die Macher des Fundraiser-Magazins

## Mehr Geld im Topf

Deutsche Postcode Lotterie erhöht die Fördersumme auf 25 000 Euro je Projekt

Sechsstellige Teilnehmerzahlen, mehr als 650 geförderte Projekte in ganz Deutschland – seit der ersten Ziehung im Oktober 2016 hat die Soziallotterie mit Sitz in Düsseldorf eine erfreuliche Entwicklung durchlaufen, von der bald auch gemeinnützige Organisationen profitieren können: Zur neuen Förderrunde im November 2018 hebt die Deutsche Postcode Lotterie den Förderbetrag je Projekt auf 25 000 Euro an.

„Mit dieser Summe können wir dank des Engagements unserer Teilnehmer viele kleine und lokale Projekte unterstützen“, sagt Petra Rottmann, Leiterin der Projektförderung bei der Deutschen Postcode Lotterie.

Die Soziallotterie unterstützt bundesweit Projekte aus den Bereichen Chancengleichheit, Natur- und Umweltschutz und sozialer Zusammenhalt. Lotterie-Teilnehmer können jeden Monat nicht nur bis zu 250 000 Euro gewinnen, sie tun vor allem Gutes. Von jedem Los, das die Deutsche Postcode Lotterie verkauft, gehen 30 Prozent an gemeinnützige Organisationen, die in der Nähe der Teilnehmer sind. Bis Ende September können online noch Anträge gestellt werden unter

► [www.postcode-lotterie.de/projekte](http://www.postcode-lotterie.de/projekte)

## Kurzgefasst ...

### SpeedFolder: Millionenaufgaben kurzfristig

Gerade im Fundraising ist schnelles Reagieren auf unvorhersehbare Ereignisse entscheidend. Hier war die Ansprache von Zielgruppen, die vor allem mit Print erreicht werden, bislang aufgrund langer Papierliefer- und Produktionszeiten recht schwierig. Die Firma ELLER repro+druck bietet mit dem „SpeedFolder“ eine kostengünstige und sofort lieferbare Lösung an.

► [www.eller.de/speedfolder](http://www.eller.de/speedfolder)

### Kultur Management Network: Website-Relaunch

Das wichtigste Portal für Kulturmanager und -Managerinnen geht komplett renoviert online. Damit knüpft das Unternehmen an den Relaunch seines monatlichen Fach-Magazins im Dezember 2017 an. Die überarbeitete Website bildet auch die technische Grundlage für den Anspruch, den Kulturbetrieb unter dem Leitmotiv „Kultur weiter denken“ in die Zukunft zu bringen.

► [www.kulturmanagement.net](http://www.kulturmanagement.net)

### Orte der Kindheit helfen beim Spenden sammeln

Postkarten als Geschenk – so wird häufig versucht, bei einer Spendenaktion mehr Geld zu sammeln. Aber die postalische Ansprache und die Postkarten dazu kosten Geld, sind nicht individualisiert und haben keine großen Netzwerkeffekte. Mit der Online-Plattform der WaldExperten GmbH verschwinden diese Nachteile: Spenden sammeln mit personalisierten Digitalfotos.

► [www.waldexperten.de](http://www.waldexperten.de)

### Mehr Chancengleichheit im Studium

Die Stiftung Mercator und das Deutsche Studentenwerk schlossen zusammen das Programm „Studium+M – Programm für mehr Studierende mit Migrationshintergrund“ ab. In den Jahren 2015 bis 2018 förderte die Stiftung Modellprojekte. Das Programm wurde vom Deutschen Studentenwerk begleitet und von der Stiftung Mercator mit rund 1,4 Millionen Euro unterstützt.

► [www.studentenwerke.de/de/content/studium+m](http://www.studentenwerke.de/de/content/studium+m)

### Vertrauensstelle gegen sexuelle Belästigung

Verbände und Gewerkschaften der Film- und Fernsehbranche haben mit Vertretungen der Produzenten, Sender, Theater und Orchester einen Verein als Träger für eine unabhängige Vertrauensstelle gegen sexuelle Belästigung und Gewalt gegründet. Diese soll Beschwerden entgegennehmen und prüfen, Betroffene unterstützen und Fälle aufarbeiten. Wann genau sie startet, war bei Redaktionsschluss noch nicht bekannt.

## Interaktiver Workshop



## Gamification4Good

### Gemeinwohl spielerisch stärken

26. September 2018  
Berlin

Frühbucherpreis bis  
15. August  
2018

Gamification – die Nutzung von Spielelementen in spielfremden Umgebungen – erlebt zurzeit einen wahren Siegeszug. Im gemeinnützigen Sektor werden ihre Potenziale aber noch kaum genutzt. Obwohl die innovative Methodik gerade dort, wo Zeit, Geld und personelle Kapazitäten immer knapp sind, viele neue Chancen bietet, Ziele effektiver zu verfolgen.

### Inhalte

- Grundlagen von Gamification
- Erarbeitung eigener Lösungsideen im Team
- Kollegiale Beratung

### Referenten

**Prof. Dr. Hans Fleisch** lehrt an der Universität Hildesheim Non-Profit-Management und war bis 2016 Generalsekretär des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen.

**Arne Gels** ist bei der TÜV Rheinland Akademie GmbH Berater für virtuelle Marken-, Produkt- und Lernwelten, digitale Bildung und Blended Learning Konzepte.

**Dr.-Ing. Jörg Niesenhaus** ist bei Centigrade's Nord-West Niederlassung für Gamification und Interaktionsdesign verantwortlich. Er arbeitete über 11 Jahre für Spielefirmen.

Weitere Informationen und Anmeldung:

[www.ESV-Akademie.de/Gamification4Good](http://www.ESV-Akademie.de/Gamification4Good)

## ESV AKADEMIE

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · ESV-Akademie  
Genthiner Straße 30 G · D-10785 Berlin · info@ESV-Akademie.de  
Tel. +49 (030) 25 00 85-856 / -858 · www.ESV-Akademie.de

**PLZ-BEREICH 0**

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



**Spendenagentur**

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

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



**MediaVista KG**

**Sprechen Sie Klartext!**

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

**MediaVista KG**

Agentur für Medien, Public Relations & Werbung  
► Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
► Spendenbriefe richtig schreiben  
► Sponsoren erfolgreich ansprechen  
► Corporate Design  
► Entwicklung Ihres Leitbildes  
► Ganzheitliche Kommunikation  
► Zeitschriften, Newsletter, Internet  
Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie richtig verstehen.

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

**PLZ-BEREICH 1**

**direct. Gesellschaft für Direktmarketing mbH**

Die Direktmarketing-Agentur mit eigenem Lettershop. Speziell für NPO: Mailings zur Spenderbindung, Upgrading, Reaktivierung inaktiver Spender, Neuspendermailings, Versand von Zuwendungsbestätigungen, Förderzeitung  
► Konzept und Idee  
► Adressen  
► EDV-Service  
► Druck  
► Personalisierung  
► Bildpersonalisierung  
► Handschriften  
► Lettershop  
► Fulfillment  
Sie finden uns außerdem in Hamburg und Köln.

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

**Institut für Kommunikation in sozialen Medien**

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

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

**Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin GmbH**

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

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

**Hahn Kommunikation & Fundraising**

**Geldauflagenmarketing, Direktmarketing, Fundraisingberatung**

Gemeinsam Potentiale entdecken!  
Geldauflagenmarketing  
► Adressvermittlung  
► Administration  
► Produktion  
► Konzept

Direktmarketing  
► Ausschreibungen  
► Abwicklung / Produktion / Kreation  
► Mailingstrategie  
Fundraisingberatung  
► Prozesse / Strukturen  
► Instrumente  
► Strategische Planung

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

**FRC Spenden Manufaktur GmbH**

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

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

**ANF Agentur für Nachlass-Fundraising GmbH**

► Datenbank-Analysen, Spenderprofile  
► Identifikation neuer Testamentspender  
► Strategie, Konzeption  
► Beziehungsaufbau und -pflege – postalisch, telefonisch, persönlich  
► Broschüren, Newsletter, Webpräsenzen  
► Sparring rund um Veranstaltungen  
► Vermittlung eines Kooperationspartners für Nachlass-Abwicklung  
► Herausgeber von Regionalverzeichnissen  
Wir beraten und unterstützen Sie gerne – mit Herz, Verstand und Feingefühl!

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

**probono berlin GmbH**

probono berlin unterstützt Akteure des gesellschaftlichen Wandels – gemeinnützige Organisationen und Unternehmen, die sich zum Wohle der Gesellschaft engagieren.

Wir kommunizieren gesellschaftliche Themen und beraten in den Bereichen Fundraising-Strategie, Organisationsentwicklung, Markenkommunikation und CSR.

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

**IBV Informatik GmbH**

Die NPO/NGO Applikation 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

**RaiseNow GmbH**

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

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

**AKB Fundraisingberatung**

**Arne Kasten**  
Passgenaues Fundraisingmanagement  
Strategische Planung, integriertes Fundraising, 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. Mehr Spenden! Weniger Arbeit.

Spendenlösungen:  
► Spendenbutton, Spendenformular, Spendenwidget, Hilfeleiste, Facebook App  
► SMS-Spenden  
► Spendenverwaltung, Statistiken, Spendenbelege, Datenaustausch  
► Dauerspender, Bezahlfverfahren, Sicherheit  
► E-Mailing-Tool

Mehr Spenden! Weniger Arbeit:  
Online-Fundraising mit spendino beinhaltet: Spender gewinnen, Daten einfach verwalten und somit mehr Zeit für die gemeinnützige Arbeit. Für jeden Euro spendino-Kosten erhalten Organisationen im Schnitt 11,50 Euro Spenden.

Zuverlässig:  
10 Spenden in der Sekunde, 300.000 Euro an einem Tag, 14 Millionen Seitenaufrufe pro Stunde. spendino ist einfach verlässlich.  
Kostenlose Beratung: 0800/0044533

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

**twingle GmbH**

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

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

**emcra GmbH – Europa aktiv nutzen**

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

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

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

**PLZ-BEREICH 2**

**Bauer Vertriebs KG**

**BAUER POSTAL NETWORK**  
BPN ist der Post- und Logistikspezialist für die Zustellung von Presse- und Dialogpost mit eigener Zustellstruktur. BPN befördert jedes Jahr mehr als 140 Mio. Sendungen für namhafte Kunden. Persönlich, preiswert und planungssicher.

► eigenes Zustellnetzwerk  
► planbare, taggenaue Zustellung  
► persönliche Beratung  
► Formalfreiheit für Dialogpost  
► bis zu 30 % Portoersparnis

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

**PP Business Protection GmbH**

Versicherungsmakler für beratende Berufe und 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

Tesdorffstraße 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 23786006  
service@directpunkt.de  
www.directpunkt.de

**hello. die Dialog Agentur**

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

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

**Zentrum für Systemisches Fundraising GmbH**

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

Im Soll 25 · 22179 Hamburg  
Telefon: +49 (0)40 3009923  
Mobil: +49 (0)177 6791057  
info@Systemisches-Fundraising.de  
www.Systemisches-Fundraising.de

**stehli software dataworks GmbH**

Die Komplettlösung für Fundraiser

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

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

Mehr entdecken.  
koopmann.de

Eine Technik,  
1000 Möglichkeiten  
für Ihr Fundraising



**koopmann Druck**

**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 Patenkarde 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

Ihr Unternehmen  
fehlt hier noch?

Gleich eintragen unter:

**[fundraising-dienstleister.de](http://fundraising-dienstleister.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

**PLZ-BEREICH 3****adfinitas****adfinitas GmbH**

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

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

**marketwing GmbH**

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

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

**KomServ GmbH**

KomServ bietet professionelle Mitgliederverwaltung für Non-Profit-Organisationen, damit sich gemeinnützige Organisationen noch besser ihren eigentlichen Aufgaben widmen können!

Mit professionell gemanagten Daten verbessern Sie den Kontakt zu Ihren Förderern. Die Folge sind weniger Austritte, höhere Einnahmen und eine bessere Kommunikation.

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

**service94 GmbH**

Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984:

- Promotion und Öffentlichkeitsarbeit an Informationsständen
- Mitgliederwerbung
- Leistungen außerhalb des Fundraisings:
- Mitgliederverwaltung
- Call-Center
- Mailings
- Pressearbeit

Zu unseren Kunden gehören bundesweit namhafte Vereine und Verbände.

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

**AZ fundraising services GmbH & Co. KG**

Über 25 Jahre Fundraising-Erfahrung:

- Psychografische Spenderanalyse
- Themenaffine Zielgruppenadressen
- Zuverlässige Datenpflege
- Spendenaffines Online-Marketing
- Partnerschaftliches Kooperationsmarketing
- Effiziente Werbemittelproduktion
- DDV-Qualitätssiegel für Datenverarbeitung, Adressverlag und Listbroking.

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

**Sievert Druck & Service GmbH**

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

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

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

**PLZ-BEREICH 4****oneFIT NGO****EC Consulting GmbH**

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

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

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

**microm****Micromarketing-Systeme und Consult GmbH**

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

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

**DONUM Zuwendungsverwaltung****Rüdiger Fresemann**

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

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

**OPTIGEM GmbH****Softwarelösungen für Vereine, Stiftungen und gemeinnützige Werke**

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

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

**Benefit Informationssysteme AG**

OpenHearts unterstützt alle 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

**caretelligence Media Monitoring GmbH****Media Monitoring für den Nonprofit-Sektor**

- caretelligence hilft Ihnen, das Internet besser zu verstehen und strategisch einzusetzen.
- tagesaktuelle Analyse Ihrer Organisation im Netz
- Krisenvorerkennung durch rechtzeitige Alarmierung
- Finden von neuen Themen, Spendern und Personal
- Beobachtung Ihrer Wettbewerber
- Entwicklung von Strategie

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

**Maik Meid Content Fundraising****Digitale Inhalte für Nonprofits**

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

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

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

**eliteONE®**

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

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

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

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

**Fundraising und System**

**Analysen Software Beratung**

„Du verstehst unsere Sprache“ – Dolmetscherin zwischen NPO und Software

- Unabhängige Beratung zu Fundraising-Software
- Analyse von Spendendaten
- Seminare Database-Fundraising und Fundraising-Kennzahlen
- Unterstützung für neues SEPA-Lastschriftverfahren
- Informationen zur Potenzialberatung NRW (Fördermittel für Beratungsprozesse)

Doris Kunstdorff  
 Hermann-Löns-Straße 137 · 47199 Duisburg  
 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.)

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

Das Erfolgs-Rezept für Ihren persönlichen Fundraising-Mix

**vanacken**  
Fundraising

**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  
 Telefon: +49 (0)2151 4400-55  
 info@van-acken.de  
 www.van-acken.de

**unitop NPO Fundraising** – die marktführende Software für NPOs

200 Spendenorganisationen  
 25 Millionen Spender  
 1 Fundraisinglösung

[www.gob.de/fundraising](http://www.gob.de/fundraising)

**GOB Software & Systeme**

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

Europark Fichtenhain A5 · 47807 Krefeld  
 Telefon: +49 (0)2151 349-3000  
 Telefon: +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  
 Telefon: +49 (0)251 48435-03  
 info@hp-fundconsult.de  
 www.hp-fundconsult.de

**PLZ-BEREICH 5**

Fundraising-Wahrheit Nr. 9

**Herz über Kopf!**

**fundango®**  
Fundraising ist mehr

**fundango GmbH**

Die Fundraising-Experten aus Köln. Gewinner des Mailingwettbewerbs 2012 in der Kategorie Effizienz & Auflagenstark!

fundango unterstützt Ihr Fundraising nach allen Regeln der Kunst – online wie offline. Wir konzipieren und realisieren Kampagnen und Aktionen, die Spender überzeugen – kreativ, authentisch, verlässlich und vor allem: erfolgreich!

Brückenstraße 1 – 3 · 50667 Köln  
 Telefon: +49 (0)221 67784590  
 Telefon: +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 Dauerspender | Reaktivierung von Inaktiven | Testamentspenden | Aktivierung Ehrenamtlicher | Konzept, Text, Grafik und Produktion von Materialien | Internetauftritt, Newsletter, Social-Media | Events | Sponsoren und Unternehmenskooperationen | Pressearbeit

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

**GOLDWIND – gemeinsam wirken**

**Dipl.-Psych. Danielle Böhle**

GOLDWIND bietet psychologisches Fachwissen plus praktische Umsetzbarkeit. Gemeinsam gehen wir die Herausforderungen Ihrer Spenderkommunikation an – bis Sie es selbst können. GOLDWIND ist „Hilfe zur Selbsthilfe“.

- Schwerpunkte: Spenderansprache, Spenderbindung
- Beratung & Strategie
  - Spenderbefragungen
  - Mitarbeiterentwicklung (Seminare, Trainings)

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

**Deutscher Spendenhilfsdienst -**

**DSH GmbH**

„Wir sprechen mit Erfahrung“  
 Seit über 10 Jahren telefonieren wir ausschließlich für NGOs und bieten

- Beratung zum Auf- und Ausbau von Telefon-Fundraisingmaßnahmen.
- Durchführung von Telefonkampagnen (Outbound- und Inbound)
- Beratung zum Aufbau eigener „Telefon-Lösungen“
- Seminare/Schulungen für haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter

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

**Mailing gefällig?**

**Fundraising Profile GmbH & Co. KG**

**Menschen berühren und zum Spenden bewegen – das ist unser Geschäft.**

Unsere Kunden profitieren von

- kreativen Konzepten
- zuverlässiger Produktion
- vielen Jahren Erfahrung

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

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

**ifunds germany GmbH**

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

**ifunds engage**

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

**analyse-it**

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

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

**Christian Gahrmann Philanthropy Consulting GmbH**

**Experts for Strategic and International Fundraising**

Wir helfen NPOs weltweit, ihre Projekte zu finanzieren. Als Ihr Partner und Dienstleister akquirieren wir zusammen mit Ihnen und in Ihrem Auftrag, diejenigen Ressourcen, die Sie benötigen, um die Welt zu einem besseren Ort zu machen.

Beratungsfelder: Strategische Fundraising-Planung | Internationales Fundraising | EU-Förderung | Fundraising-Startpaket | Großspenden | Stiftungen | Sponsoring | Philanthropie in China

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

**direct. Gesellschaft für**

**Dialogmarketing mbH**

Die Direktmarketing-Agentur mit eigenem Lettershop. Speziell für NPO: Mailings zur Spenderbindung, Upgrading, Reaktivierung inaktiver Spender, Neuspendermailings, Versand von Zuwendungsbestätigungen, Förderzeitung

- Konzept und Idee
- Adressen
- EDV-Service
- Druck
- Personalisierung
- Bildpersonalisierung
- Handschriften
- Lettershop
- Fulfillment

Sie finden uns außerdem in Berlin und Hamburg.

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

**GRÜN Software AG**

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  
 Telefon: +49 (0)241 1890-555  
 verwaltung@gruen.net  
 www.gruen.net





Alle Erträge gehen zu 100% an Patienten mit Blutkrebs!

[www.tagungsschmiede.de](http://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

**SYSTOPIA Organisationsberatung**

Peth, Endres, Schuttenberg GBR

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

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

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

**BUSCHCONSULT**

Fundraising | Projektmanagement | Antragsprüfung

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

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

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

**Trust Fundraising**

Jürgen Grosse & Team

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

Agenturmotto: Innovation, Zuverlässigkeit und Transparenz.

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

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

**Kensik.com Datenanalysen.**

Dipl.-Psych. Andreas Kensik

Seit 20 Jahren Analysespezialist und unabhängiger Berater im Fundraising und Dialogmarketing

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

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

**probono Geldauflagenmarketing**

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

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



Gutes Fundraising begeistert, weil es mit Herz gemacht wird.

**GFS Fundraising Solutions GmbH**

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

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

**Andreas Berg**

Analyse · Beratung · Strategie

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

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

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

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



Für ansprechende Adress-Ideen: Sprechen Sie uns an!

Adressberatung/Listbroking  
Scoring/Optimierung  
Emergency-Mailings  
E-Mail-Kampagnen

**GECKO international GmbH**

Ihr Ansprechpartner für Adressen zur Neuspendergewinnung!

Wir bieten Ihnen:

- ▶ starkes Portfolio in den Bereichen Spenden- und Seniorenmkt
  - ▶ 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

**PLZ-BEREICH 6****DIALOG FRANKFURT**

... the communication company

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

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

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

**<em>faktor**

Die Social Profit Agentur GmbH

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

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

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

**Fundraising Akademie gGmbH**

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

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

**Agentur Zielgenau GmbH**

Unser Fokus liegt auf der Entwicklung & Umsetzung individueller Konzepte.

Dabei bieten wir umfassende Leistungen in folgenden Bereichen:

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

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

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



Neue Generation  
**ENTERBRAIN 2.0**

schneller · moderner · einfacher · sicher

Weitere Leistungen:  
Rechenzentrum · Outsourcing  
ASP-Lösungen und Consulting

[www.enterbrain.ag](http://www.enterbrain.ag)

**ENTERBRAIN Software AG**

FIT für die Zukunft mit ENTERBRAIN

Software und Fundraising-Dienstleistungen aus einer Hand

Wir bieten Ihnen sämtliche Services für Ihre kompletten Fundraising-Kampagnen – Kernstück dabei ist die eigens für NPOs konzipierte Fundraising-Software ENTERBRAIN 2.0. Ebenso übernehmen wir für Sie Consulting, Layout, Druck, Kuvertierung und Versand unter einem Dach. Und das bei absoluter Datensicherheit – dafür steht unser ISIS 12 Gütesiegel. Darüber hinausgehend entwickeln wir unsere Lösungen ständig weiter – neu ist z.B. ENTERmed, die Speziallösung für den Gesundheitsmarkt.

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

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

**Scharrer Social Marketing**

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

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

**GEMINI DIRECT marketing solutions GmbH**

Leistungen für Ihr Fundraising:

- ▶ spendenaffine Zielgruppenadressen
- ▶ Spenderprofile zur Spendergewinnung, -rückgewinnung und -bindung
- ▶ Datenverarbeitung und -pflege
- ▶ Ermittlung passender Werbemedien
- ▶ Mailingproduktion und Fulfillment
- ISO 27001-Zertifizierung auf Basis von IT-Grundschutz des BSI, Qualitätssiegel Datenverarbeitung des DDV

Black-und-Decker-Straße 17 C · 65510 Idstein  
Telefon: +49 (0)6126 95196-10  
Telefax: +49 (0)6126 95196-29  
mail@gemini-direct.de  
www.gemini-direct.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 (Erbchaftsmarketing, Unternehmenskooperationen, Beantragung von Fördermitteln, Vernetzung)
- ▶ Kommunikation
- ▶ Stiftungstreuhand

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

**Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen, Universität Heidelberg**

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

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

**PLZ-BEREICH 7**

**<em>faktor**

**Die Social Profit Agentur GmbH**

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

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

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

**Arnold, Demmerer & Partner**

25 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg. Gratis Arbeitshilfen und Case Studies zum Fundraising finden Sie auf:

- www.zielgruppenmarketing.de
- ▶ Neuspendergewinnung
- ▶ Reaktivierung inaktiver Spender
- ▶ Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen
- ▶ Kosten-/Nutzenanalysen
- ▶ Scoring / Optimierung
- ▶ EDV-Verarbeitung

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

**pbdirekt**

**Praun, Binder und Partner GmbH**

Neutraler DV-Dienstleister für die Verarbeitung von Adressen mit feinjustierten Abgleichen, intelligentem Scoring und unerreichter Datenvielfalt.

Mit qualifizierten Adressen sinken die Retouren-/Produktions- und die Portokosten gleichermaßen. Ob Fremddaten für Ihre Neuspendergewinnung oder Steigerung des Spendenvolumens bei Ihren Spendern. Setzen Sie für Ihre Offline-Kommunikation auf erstklassiges Adressmaterial. Damit aus Namen Spender werden.

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

**G&O CreativeAgency GmbH**

**Die Adresse für Dialogmarketing 4.0 und Fundraising**

Sie möchten wissen, wie Sie alte und neue Spender erreichen? Sie möchten über alle relevanten Offline- und Online-Kanäle kommunizieren?

Als ausgemachte Experten im Fundraising wissen wir, wie Conversion funktioniert und unterstützen Sie mit unserem kombinierten Angebot aus Expertise, Strategie, Listbroking, Konzeption, Kreation, Produktion, Erfolgskontrolle und Follow-up. Wir beraten Sie gerne persönlich.

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

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



**P Direkt**

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

**P Direkt – Ihr Fullservice-Partner:**

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

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

**www.bussgeld-fundraising.de**

**Mit Geldauflagen erfolgreich Projekte finanzieren**

- ▶ über 9.000 personalisierte Adressen von Strafrichtern, Amts- und Staatsanwälten mit Kontaktdaten
- ▶ zielgruppengenaue Selektion
- ▶ einfach als Excel-Tabelle herunterladen
- ▶ ohne Nutzungsbegrenzung: „preiswert kaufen statt teuer mieten“
- ▶ Adresspflege und -updates
- ▶ Fullservice: Mailingabwicklung und Geldauflagen-Verwaltung
- ▶ kostenlose Software

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

**PLZ-BEREICH 8**

**AGENTUR FÜR ERBEN**

**Karla Friedemann**

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

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

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

**Altruja GmbH**

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

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

**Brakeley GmbH**

**Fundraising & Management Consultants**

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

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

**Fundraising&More**

**Professional Fundraising Solutions**

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

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

**SCHÖNER SPENDEN**

**Eine Idee der Allplast GmbH**

Die Spendenprodukte von SCHÖNER SPENDEN werden von Fundraisern für Fundraiser entwickelt. Die Produktpalette umfasst

- ▶ Spendendosen
- ▶ Spendenboxen
- ▶ Spendenteller
- ▶ Spendenhäuser
- ▶ Spendensäulen
- ▶ und Pfandmarkenboxen aus hochwertigem Acryl.

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

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



**TeleDIALOG**  
 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**

**c/o Wikando GmbH**

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

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

**compact dialog GmbH**

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

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

**PLZ-BEREICH 9**

**Mittel & Wege**  
 Fundraising, Beratung, Fortbildung, Coaching



**Mittel & Wege**  
 Fundraising, Beratung, Fortbildung, Coaching

Seit 17 Jahren Beratung von kleinen und großen Organisationen zu ihren Fundraising-Themen und Möglichkeiten.

- ▶ fachliches Coaching
- ▶ Konzeptentwicklung der Fundraisingstrategie
- ▶ Beratung und Weiterbildung zu einzelnen Fundraising-Werkzeugen im Spendenmarketing, Erbschaftsmarketing, Geldauflagenmarketing, Stiftungsanträge
- ▶ Projektentwicklung

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

**Förderlotse T. Schmotz**

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

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

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

**ÖSTERREICH****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 Notfälle und Patenschaften
- Qualifizierte Agents sprechen sensibel und authentisch
- Innovationen wie SMS-Spende

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

**DIRECT MIND GmbH**

Fundraising aus Leidenschaft

- Sie suchen neue Spender?
  - Wollen „nur“ Adressen mieten?
  - Brauchen eine Datenbank, mit Kennzahlen als Entscheidungshilfe?
  - Wollen eine Telefon-Aktion starten?
  - Suchen frische Kreationen mit einer Strategie, die den aktuellen Trend am Markt berücksichtigt?
- Dieses erfahrene Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.

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

**SCHWEIZ****NonproCons****Management und Fundraisingberatung**

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

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

**StiftungSchweiz.ch****Die Schweizer Stiftungsplattform**

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

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

**Harry Graf****Organisations- und Datenberatung**

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

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

**getunik AG****Digital-Agentur für Non-Profit Organisationen**

Wir machen das Web und die Welt seit 1998 ein bisschen besser. Wir kreieren digitale Auftritte, die begeistern. Mittels digitaler Fundraising-Massnahmen steigern wir Ihren Erfolg.

Mit unserer langjährigen Erfahrung in den Bereichen User Journey, Content-Strategie, Informationsarchitektur sowie User Experience Design machen wir Ihren digitalen Auftritt für die Besucher zum Erlebnis. Technik entwickelt sich stetig weiter. Wir uns auch. Durch agiles Vorgehen ermöglichen wir Ihnen ein hohes Mass an Flexibilität.

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

**RaiseNow AG**

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

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

**Corris AG**

Corris ist eine 1995 gegründete Agentur für nachhaltiges Spendenmarketing. Von unseren Büros in Zürich, Lausanne und Bellinzona aus organisieren und realisieren wir Fundraising-Kampagnen in der ganzen Schweiz – mit Hilfe modernster Tablet-Computer und 3D-Datenbrillen.

Non-Profit-Organisationen erhalten bei Corris alles aus einer Hand: Beratung, Standaktionen (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

**comconsult**

Zuverlässiger Outsourcing-Partner für alle Datenbank-Dienstleistungen rund ums Fundraising.

- Pflege Spenderbestand über ein EDÖB-zertifiziertes Secure Hosting
- tägliche Adressaktualisierung
- Datenanalysen und Potenzialermittlung
- wirksame Selektionen
- Spendenerfassung und Verdankungen
- transparente Abbildung Spenderverhalten

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

**asm Agentur für Sozial-Marketing**

Professionelle Mittelbeschaffung für NPOs seit über 35 Jahren. Von der Kreation bis zur Postaufgabe, von der Responseverarbeitung bis zur Adresspflege:

- Strategische Fundraising-Planung
- Mailing-Konzepte und Marketing-Mix
- Spendergewinnung, -bindung und -upgrading
- Spenderbefragungen
- Major Donor Fundraising
- Legatmarketing

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

**ANT-Informatik AG****Nonprofit-Branchenlösung**

Die ANT-Informatik wurde 1991 gegründet und hat sich seither mit ihrer Software SextANT zum führenden Anbieter integrierter Gesamtlösungen für Nonprofit-Organisationen entwickelt.

Wir bieten für folgende Branchen komplette Lösungen an:

- Spendenorganisationen
- Vergabe Stiftungen
- Internationale Hilfswerke
- Zoos und Museen

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

**Arenae Consulting AG**

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

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

**fundraiso.ch****by InternetTime GmbH**

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

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

**BLICKLE & HÄFLIGER Directmarketing AG**

Wir beraten Sie seit über 25 Jahren kompetent von der Adresse bis zur Postaufgabe

NPOs vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen, dank unseres grossen Know-hows und unserer Flexibilität.

Blickle & Häfliger Directmarketing AG – Ihr unabhängiger Partner für:

- Zielgruppenberatung
  - Adressvermittlung
  - EDV-Dienstleistungen
  - Laser-Personalisierung
  - Lettershop
  - Fulfillment-Abteilung
- Wir freuen uns auf Sie!

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

**Walter Schmid AG****Die beste Adresse für Adressen**

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

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

**IBV Informatik AG**

Die NPO/NGO Applikation 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.

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

**SAZ Services AG**

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

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

# „Die Spender wollen immer

Seit April stehen erstmals zwei Frauen an der Spitze des Schweizer Fundraisingverbands. Sibylle Spengler (rechts im Bild), Marketing Director bei Greenpeace Schweiz, ist als ehemalige Vizepräsidentin von den Verbands-Mitgliedern zur Präsidentin gewählt worden. Neue Vizepräsidentin ist nun Felizitas Dunekamp. Die Fundraising-Expertin ist bereits seit 2012 Vorstandsmitglied. In unserem Interview äußern sie sich nicht nur zu den Positionen von Frauen im Fundraising, sie wagen auch einen Blick in die Zukunft des Fundraisings in der Schweiz.



**?** Überall ist zu lesen: „Mehr Frauen in die Vorstandsetagen!“ Bei Swissfundraising ist der Vorstand überwiegend weiblich. In welchen Punkten entscheiden Frauen besser als Männer?

**Sibylle Spengler:** Würden Sie diese Frage stellen, wenn zwei Männer ins Präsidium gewählt worden wären? Vermutlich nein, und das ist genau der Punkt. Lassen Sie mich deshalb kurz ausholen: Der Weg zur Gleichstellung ist noch weit. Gemäß UNO werden zwei Drittel der Arbeit weltweit von Frauen erledigt. Die Hälfte der Lebensmittel werden von Frauen produziert, dennoch verdienen sie nur rund zehn Prozent des weltweiten Einkommens und besitzen nur ein Prozent des Eigentums. Auch in der Schweiz verdienen Frauen für gleiche Arbeit durchschnittlich 20 Prozent weniger als Männer. Deshalb stehe

ich voll hinter der Forderung „Mehr Frauen in die Vorstandsetagen!“ (und Führungsetagen). Aber alleine schon die Tatsache, dass gemischte Teams und Diversität über das Geschlechterverhältnis hinaus nachweislich zu besseren Ergebnissen führen, sollte Grund genug sein, diese Forderung zu stellen. Noch vor einigen Jahren waren bedeutend mehr Männer im Vorstand von Swissfundraising als Frauen. In Anbetracht dessen, dass mehr Frauen im Fundraising arbeiten, ist die aktuelle Überzahl von Frauen bei Swissfundraising heute nicht erstaunlich.

**Felizitas Dunekamp:** Die Zusammensetzung des Vorstands hat sich im Laufe der Jahre entwickelt. Nach einem gewissen Bedarf des Verbands haben wir den Vorstand so zusammengesetzt, dass Fundraiserinnen und Fundraiser mit unterschiedlichem Hin-

tergrund und Erfahrungen, und dass die Sprachregionen vertreten sind. Das hat dann zu dieser Zusammensetzung geführt. Bei der Besetzung hat das Geschlecht keine Rolle gespielt.

**?** Was machen Frauen noch anders?

**FD:** Der Vorstand hat schon immer mit großem Respekt, konstruktiv und auch mit viel Humor den Austausch gepflegt und wird es auch mit den vielen Frauen im Vorstand weiterhin so tun.

**Sis:** Statistische Zahlen, ob eine Frauendominanz im Vorstandsalltag eine Rolle spielt, gibt es vermutlich keine, da schlicht aus eben genannten Gründen zu wenig Beispiele für eine Untersuchung vorhanden sind. Da muss wohl noch einige Zeit vergehen. Aber in unserem Fall ist es so, wie Felizitas es beschreibt.

# näher an die Projekte rücken“

**? Verbände im NGO-Bereich sind ja eher männerdominiert – können Schweizer Frauen mit Führung und Verantwortung besser umgehen?**

**FD:** Ich nehme die NPO-Branche zunehmend als frauendominiert wahr und somit spiegelt der Vorstand von Swissfundraising seine Mitglieder wider. Gerade in den Führungspositionen im Fundraising und auch in der Geschäftsleitung und den Vorständen wird sehr sorgfältig nach Qualifikation ausgesucht. Frauen haben in den letzten zehn Jahren die Branche entdeckt, sich ausgebildet und damit gute Positionen in den Führungsetagen der NPO besetzen können.

**SiS:** Von den aktuell 711 Mitgliedern bei Swissfundraising sind 414 Frauen und 297 Männer. Die Wahrnehmung von Felizitas wird von den Zahlen untermauert. Aber in der Tat sieht das Geschlechterverhältnis in den Geschäftsleitungen und Vorständen doch recht oft noch umgekehrt aus.

**? Der Vorstandsposten bei Swissfundraising ist ein Ehrenamt. Was hat Sie bewogen, diese Aufgabe zu übernehmen?**

**SiS:** Mitglied eines Vorstandes zu sein bringt Ehre, aber auch Verantwortung, sich engagiert und seriös für den Stiftungs- oder Organisationszweck einzusetzen. Als Herzblut-Fundraiserin sehe ich es als große Chance, sich für den Schweizer Fundraisingmarkt respektive die Fundraiserinnen und Fundraiser in der Schweiz einzusetzen. Auch wenn wir in einem gesättigten Markt agieren, sehe ich immer noch viel Entwicklungspotenzial.

**FD:** Ich bin mittlerweile seit acht Jahren im Vorstand von Swissfundraising und meine Motivation war damals und ist es heute noch, den Beruf der Fundraiserin bzw. des Fundraisers bekannt zu machen, ihn als Beruf im

Arbeitsmarkt zu positionieren, Ausbildungen für unseren Beruf zu ermöglichen – es wäre schön, wenn man eine Lehre als Fundraiserin bzw. Fundraiser machen könnte – und damit etwas zur weiteren Professionalisierung der NPO-Branche beizutragen.

**? Der bisherige Präsident Odilo Noti hat den Schweizer Fundraisingverband stark geprägt. Welche Spuren wollen Sie hinterlassen?**

**SiS:** Wenn ich die Schweiz mit anderen Ländern in Lateinamerika und Asien vergleiche so glaube ich, dass wir an der Schwelle zu einem neuen Fundraising-Zeitalter stehen. In diesen aufstrebenden Fundraising-Destinationen herrscht eine außerordentliche Dynamik. Davon sind wir noch weit entfernt, weil die „alten“ Fundraisinginstrumente immer noch gut funktionieren, wenn auch nicht mehr so wie auch schon. Deshalb wäre es schön, einen Beitrag zur erfolgreichen Entwicklung von Fundraisinginstrumenten leisten zu können.

**FD:** In der Rolle der Vizepräsidentin sehe ich mich als die Innenministerin, also Netzwerkerin, unter den Mitgliedern und Trendscout für Bedürfnisse unserer Mitglieder. Ich wünsche mir, dass ich den Fundraiserinnen und Fundraisern eine gute Partnerin im Austausch bin und dass wir im Vorstand die richtigen Themen aufnehmen und damit den Mitgliedern weiterhin ein guter Dienstleister sind.

**? Swissfundraising im Jahr 2025 – Was hat sich im Schweizer Fundraising gegenüber heute verändert?**

**FD:** Das sind ja nur noch sieben Jahre. Bis dahin wird der Schweizer Spendenmarkt, dank professionellem Fundraising immer noch gewachsen sein. Die nachfolgende Spendergeneration wird über digitale Medien sen-

sibilisiert und später online spenden. NPO werden in ihrer Fundraisingkommunikation verstärkt auf Projekte, Wirkung und Outcome setzen müssen und können sich nicht mehr auf ihre Bekanntheit und ihr Image verlassen. Der Verband wird sich diesen Themen frühzeitig annehmen und mit Arbeitsgruppen diese Themen erarbeiten – wie jetzt geschehen mit der Arbeitsgruppe Datenschutz oder Digital Fundraising Panel.

Wie wird es in 20 Jahren sein? Menschen werden immer näher an die Projekte rücken wollen. Die Wirkung ihrer Spende muss immer stärker nachzuvollziehen sein und Spenderinnen und Spender werden in Projekte mit einbezogen werden wollen. Wie die Spende dann getätigt wird? Vielleicht über Bitcoins, vielleicht über ganz neue Währungen, die wir heute noch nicht kennen, vielleicht aber auch weiterhin mit dem starken Franken.

**SiS:** Ich denke, dass der Spendenmarkt in der Schweiz stagnieren wird, außer im Erbschaftsbereich, dort gibt es noch ein Wachstumspotenzial. Ich glaube, wir werden bis 2025 insofern eine Veränderung erleben, dass jüngere Spenderinnen und Spender sich nicht mehr unbedingt einer Organisation oder einem Hilfswerk verbunden fühlen, sondern dann spenden wollen, wenn sie das Projekt gerade unterstützungswürdig finden. Zudem werden weiterhin neue Player auf den Markt kommen, die ganz anders funktionieren und für ganz andere Projekte Geld sammeln als NGOs.

Auch wird die digitale Transformation weiter voranschreiten, was einen tiefgreifenden Wandel bei den herkömmlichen NGOs zur Folge haben wird. Das alles ist ressourcenintensiv und eine große Herausforderung, gibt uns aber auch die Chance, kompetitiver zu werden in dem Sinne, dass wir supporterzentrierter agieren müssen. Als Spenderin kann ich sagen, dass dies jedenfalls nichts schadet. ■

# Das alles – und noch mehr – finden Sie

## Neu bei uns: der Shop



### Fachbücher und Co. bestellen

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



### Aktuelle Berichte

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

## Karriere im Fundraising



### Super-Held/in (Vollzeit)



### Dossier zum Thema Karriere

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

## Fundraising-Kalender



### Seminare + Tagungen auf einen Blick

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

## Fundraisingtage



### Gleich direkt zur Tagung anmelden

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

auf [www.fundraiser-magazin.de](http://www.fundraiser-magazin.de)



## Fundraising-Jobs



### Kostenlose Job-Börse für Jobs in Non-Profit-Organisationen

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

## Abonnement buchen



### Fachlektüre, die Spaß macht

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

## Dienstleister-Verzeichnis



### Wer kann was, wer unterstützt wo?

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



## Mitschreiben



### Ihr Text im Magazin: So geht's

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

## So geht Online-Fundraising



### Mit Technik Herzen öffnen

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

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

# Hochschulfundraising in der Bürgergesellschaft

Die Stiftung Universität Hildesheim punktet mit viel Nähe

Das Fundraising an deutschen Hochschulen gilt immer noch als unfähig. Es gibt aber schon jetzt erfolgreiche Beispiele. Eine kontinuierliche Entwicklung nahm die Stiftung Universität Hildesheim, die 2018 für ihr Konzept des Fundraisings und der Spenderpflege den Deutschen Hochschulfundraisingpreis verliehen bekam.

Von **MARKUS F. LANGER**

Hochschulfundraising ist anders als das Fundraising anderer Organisationen: Zum einen ist die Bedeutung der Fundraisingeinnahmen in Relation zum Gesamtbudget bei den meisten kontinentaleuropäischen Hochschulen überschaubar. Fundraisingmittel können helfen, neue Akzente zu setzen, eine Hochschule zu profilieren und Entwicklungen zu beschleunigen. Die Grundrichtung geben indes die staatlichen Mittel vor. Zum anderen sind Studium, Lehre und Forschung Themen, bei denen der Effekt eingesetzter Spendenmittel im Vergleich zu beispielsweise mildtätigen Spendenzwecken häufig weniger klar und vor allem oft erst mit Zeitverzug erkennbar ist. Spenderinnen und Spender müssen ein hohes Maß an Vertrauen und Verbundenheit mit der jeweiligen Hochschule besitzen, um sich – finanziell – zu engagieren.

## Vergleichsweise kleiner Spendenmarkt für Hochschulen

Das bedeutet zunächst, dass Fundraising an Hochschulen in aller Regel auf größere Einzelspenden abzielt. Hochschulfundraising ist kein Massengeschäft, sondern setzt stark auf individuelle Beziehungen. Es gibt in aller Regel – das zeigen auch viele Studien – keinen großen Spendenmarkt für Bildungszwecke. Diese Spendenkategorie folgt seit Jahren „auf den Plätzen“. Zum



Feierliche Übergabe der Deutschlandstipendien in der Aula der Universität

anderen entstehen Beziehungen nur dort, wo es eine Verbindung zwischen Fördernden und Geförderten gibt. An einer Hochschule kann diese Beziehung auf die eigene Geschichte von Spendenden an der jeweiligen Hochschule zurückgehen, wie bei Alumni, oder einen inhaltlichen Bezug haben, wie bei Unternehmen und späteren Arbeitgebern. Der dritte Motivator zu spenden ist der regionale Bezug der Fördernden zur Hochschule vor Ort.

Die Universität Hildesheim verfügt über ein eher wirtschafts- und industriefernes Profil. Personalmarketing und Forschungsinteressen der Industrie spielen

als Fördermotiv eine nachgeordnete Rolle. Hinzu kommt ein wirtschaftliches Umfeld, das vor allem durch kleine und mittlere Unternehmen geprägt ist und eine regionale Lage, die sich dadurch auszeichnet, zwischen anderen starken Standorten „eingebettet“ zu sein. Strategischer Ansatzpunkt ist daher das Werben um den philanthropischen Gedanken an sich. Und dieser stößt in einer Stadt, die aufgrund ihrer Geschichte eine starke und engagierte Bürgergesellschaft entwickelt hat, auf fruchtbaren Boden.

Natürlich erhält die Stiftung Universität Hildesheim auch eine Förderung durch Unternehmen. Im Mittelpunkt des Fund-



raisings steht aber der Aufbau einer starken Stiftergemeinschaft aus der Mitte der Hildesheimer Bürgergesellschaft heraus. Wir suchen keine Förderer – wir bieten Teilhabe an der Entwicklung und am Leben unserer Stiftung Universität Hildesheim. Das nennen wir Stiftungsentwicklung. Und der Erfolg gibt uns recht. Der Kreis der Bildungstifter wächst kontinuierlich. Und das finanzielle Engagement zieht nach. Immer mehr Fördernde steigern ihr Engagement von Deutschlandstipendien zu Projektförderungen, von dort zu Stiftungsprofessuren, Stiftungen und Zustiftungen.

Diese gelebte Idee des Bildung-Stiftens, des Eintretens für Studium, Lehre und Forschung ist die Basis für die wachsende Stiftergemeinschaft. Sie bereichert das universitäre Leben und führt in letzter Konsequenz auch zu den intendierten finanziellen Erfolgen. Wir fördern wiederum diese Gemeinschaft der Bildung-Stiftenden,

indem wir sie am universitären Leben in Form von Tagungen, Vorträgen, Feiern und Festen bis hin zum großen Sommerfest, der Uni-Mittsommernacht, teilhaben lassen.

#### Bürgergesellschaft fördert Universität

In Verbindung mit der in der Stiftung Universität Hildesheim tief verwurzelten Kultur von Dank und Anerkennung macht dies den Erfolg der vergangenen Jahre aus. So stieg die Zahl der gestifteten Deutschlandstipendien von 23 im Jahr 2011 auf 91 im Jahr 2017. Im gleichen Zeitraum verdoppelte sich das Volumen der übrigen Spenden (ohne Stiftungsprofessuren). Allein 2017 konnten Mittel für neue Stiftungsprofessuren in Höhe von 1,75 Millionen Euro eingeworben werden. Kleinere Stiftungen von ehemaligen Angehörigen der Universität wurden in den vergangenen drei Jahren errichtet. Neben einer Fortführung der korrespondie-

renden Fundraisingaktivitäten wird derzeit ein Konzept für das Erbschaftsfundraising entwickelt. Eine Capital Campaign für ein Großprojekt des Center for World Music wird in Kürze starten.

Der Deutsche Hochschulfundraisingpreis 2018 des Deutschen Hochschulverbands und der Hochschulrektorenkonferenz ist vor allem Motivation für die Bildungstifter, ihr Engagement fortzusetzen. ▣



**Markus F. Langer** ist Leiter Friend- und Fundraising der Stiftung Universität Hildesheim. Der Diplom-Ökonom hat seinen Schwerpunkt im Non-Profit-Marketing, unter anderem an der

Universität in Hannover und dem Centrum für Hochschulentwicklung in Gütersloh. Langer ist Lehrbeauftragter an der Hochschule Osnabrück.

► [www.bildung-stiften.de](http://www.bildung-stiften.de)



# GRÜN VEWA7 optimiert Ihre Fundraising-Aktivitäten und Spendenprojekte

## Marktführende Branchensoftware für Spendenorganisationen

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



# Big Data bestehen aus kleinen Teilen

Erkennen Sie den Charakter im Daten-Porträt Ihrer Spender?

Was Sie über sich denken, deckt sich nicht immer mit dem, was andere über Sie sagen. Und manchmal nicht einmal mit dem, was Sie tun. Aber die Tat ist letztlich das, was zählt.

Von CHRISTOPH MÜLLER-GATTOL

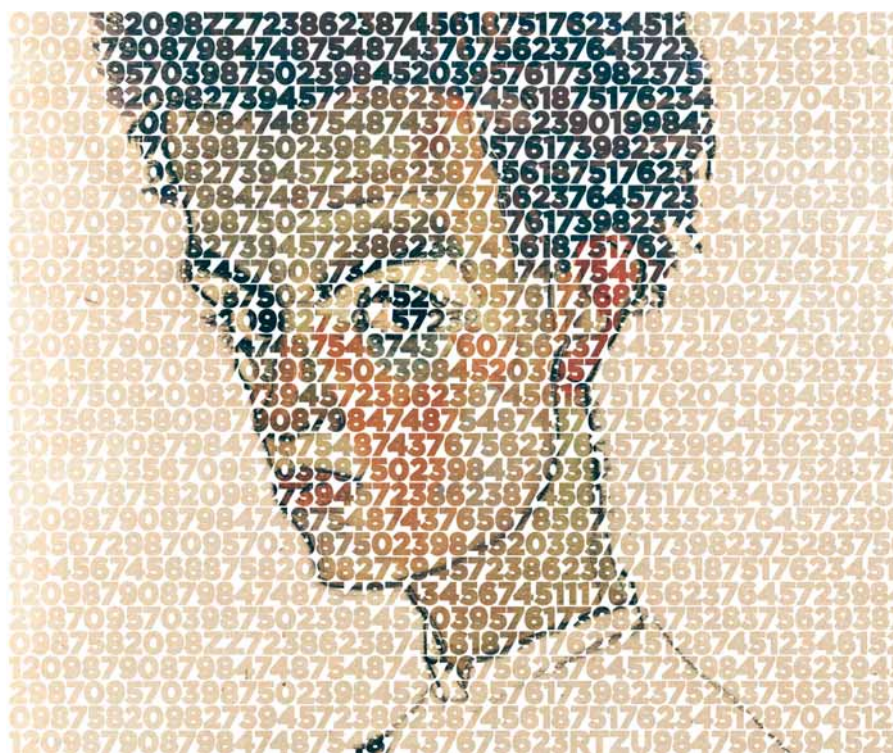
Wollen Sie nicht auch Ihre Spender besser kennenlernen; ihnen die passenden Informationen schicken, damit die Zuwendung möglichst großzügig ausfällt? Nur, wie stellt man das am besten an – auch in Zeiten der neuen Datenschutzgrundverordnung?

Blicken wir zuerst über den Tellerrand, in das digitale Universum. Was machen Facebook und Co., um Ihnen die passenden Informationen auszuspielen? Diese Internet-Größen analysieren, was Sie interessiert. Mit jedem Like und Klick setzen Sie eine Handlung. Daraus entwickelt sich ein Profil. Aber wie?

Beginnen wir bei Facebook – noch vor dem jüngsten Datenskandal – mit den Forschungsarbeiten des Psychologen Michal Kosinski. Seine Untersuchungen sind eine Empfehlung, wenn Sie sich für Big Data interessieren. Er unterrichtet im Silicon Valley an der Stanford University und hatte sich eine Frage gestellt: Lassen sich Persönlichkeitsmerkmale über Facebook-Likes erkennen? Die Antwort ist: Ja. Das alleine ist noch nicht spannend. Viel interessanter ist, was er wie entdeckt hat – und mit welchen Folgen.

## Selbst- vs. Fremdeinschätzung

Stellen Sie sich vor, zigtausende Menschen füllen einen Persönlichkeitsfragebogen aus. Der Klassiker dazu bezieht sich auf die sogenannten Big Five in der Psychologie. Das sind fünf Dimensionen, die den Charakter eines Menschen beschreiben, wie beispielsweise Offenheit für neue Erfahrungen. All diese



Big Data bildlich dargestellt: Egon Schieles bekanntes Selbstporträt inspirierte unseren Autor zu „Egon in Zahlen“ ...

Menschen schalten dann ihr Facebook-Profil für die anschließende Analyse frei, damit die Dimensionen mit den Likes korreliert werden können. Plus: Sie beantworten nicht nur die Fragen für sich, sondern schätzen auch Arbeitskollegen, Freunde und Partner ein.

Fassen wir zusammen: Wir haben ein Charakterprofil durch einen psychologischen Fragebogen – als Selbst- und als Fremdeinschätzung. Und: Wir haben die Likes aus dem Facebook-Profil.

Das Spannende daran ist, dass es nach dieser Analyse keinen Fragebogen mehr braucht, um die fünf Charakter-Dimensionen zu erkennen. Der „Computer“ kann sie aus den Likes errechnen. Erstaunlich gut sogar: Mit nur elf Likes ist das Modell genauso gut wie ein Arbeitskollege, also mit nur elf Informationen. Mit knapp 300 Likes ist der Computer so exakt wie der langjäh-

rige Partner! Noch einmal: Niemand muss mehr befragt werden, nur die Likes werden analysiert.

## Und im Fundraising?

Millionen Klicks, tausende Likes. Internet-Giganten verwalten unglaublich viele Daten, analysieren mit Deep-Learning-Algorithmen und künstlicher Intelligenz. Können wir irgendwie mithalten? Wir im Fundraising mussten schon immer wissen, wer wofür gegeben hat. Das sind wichtige Daten über Taten. Harte Fakten. Auch damit lassen sich Porträts skizzieren.

Kann ich aus den Taten der Spender auf Charaktereigenschaften schließen, aus ganz „normalen“ Informationen in der Datenbank? Sehen Sie es mal so: Sie wissen, wann Sie einen Brief verschicken. Und

Sie wissen in der Regel, wann jemand darauf spendet. Wer zwischen Aufruf und Spende immer wenig Zeit verstreichen lässt, ist vermutlich besser organisiert als jemand, dessen Reaktionszeit sehr unterschiedlich ausfällt. „Conscientiousness“, also Gewissenhaftigkeit, ist eine Dimension der Big Five. Damit haben Sie schon ein Indiz. Testen Sie es und schreiben Sie die „Gewissenhaften“ extra an. Passender, gezielter.

Welche Menschen auf welche Inhalte spenden, lässt sich auch feststellen. Denn Sie wissen, was Sie den Spendern schreiben. Die Reaktion auf diese Inhalte ist eine wichtige Informationsquelle und auch für die Datenschutzgrundverordnung kein Stolperstein; solange die Entscheidungen nicht automatisiert fallen und Ihre Spender die Information erhalten, wie das passiert. Profile zu erstellen ist nicht verboten. Für den schnellen Überblick empfiehlt sich die

Wortwolke, die sich je nach Zielgruppe unterscheiden kann.

#### Die hohe Kunst

Gruppen mit ähnlichen Merkmalen zusammenzufassen und daraus einen neuen Zugang zu entwickeln, ist die größte Herausforderung. Beginnen Sie bei Ihren Überlegungen – neben dem Spendenverhalten – mit Kategorien, die meist recht valide und auch zu finden sind: wie Altersklassen, Geschlecht, Haushalts- und Ortsgrößen. Versetzen Sie sich zum Beispiel in die Lage der Menschen, die vermutlich alleine leben. Schreiben Sie den Brief aus diesem Blickwinkel. Das kann helfen, Ihr Anliegen in dieser Gruppe besser verständlich zu machen. Oder überlegen Sie sich, was die Zielgruppe mit der höchsten Spendensumme – meist in der Altersklasse zwischen 70 und 80 Jahren – in der prägenden Zeit

erlebt hat, als sie zwischen 15 und 20 Jahre alt war. Wenn Sie so denken, müssen Sie sich über die Fundraising-Zukunft keinen Kopf machen. Sie arbeiten schon an einem wirkmächtigen Spender-Porträt!

Und das Wichtigste zum Schluss: Keine Analysen, keine Segmentierung ersetzt eine emotionale Geschichte; aber Sie werden weniger Pinselstriche brauchen: für ein eindrucksvolles Werk. ▣



**Christoph Müller-Gattol** ist Werbe- und Wirtschaftspsychologe, ehemaliger Skispringer und Marketing-Manager. Er entwickelt seit 20 Jahren Ideen als Creative Director und vereint

Gehirnforschung und Big Data mit der täglichen Praxis. Sein Motto: Das Neue beginnt mit einem neuen Blickwinkel auf das Alte.

► [www.directmind.at](http://www.directmind.at)

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



**Ihre Daten ...**

*... unser Know-how!*

**ifunds**  
nonprofit CRM solutions

T 0221 6699520 | [www.ifunds-germany.de](http://www.ifunds-germany.de)

# Der Mensch steht im Mittelpunkt

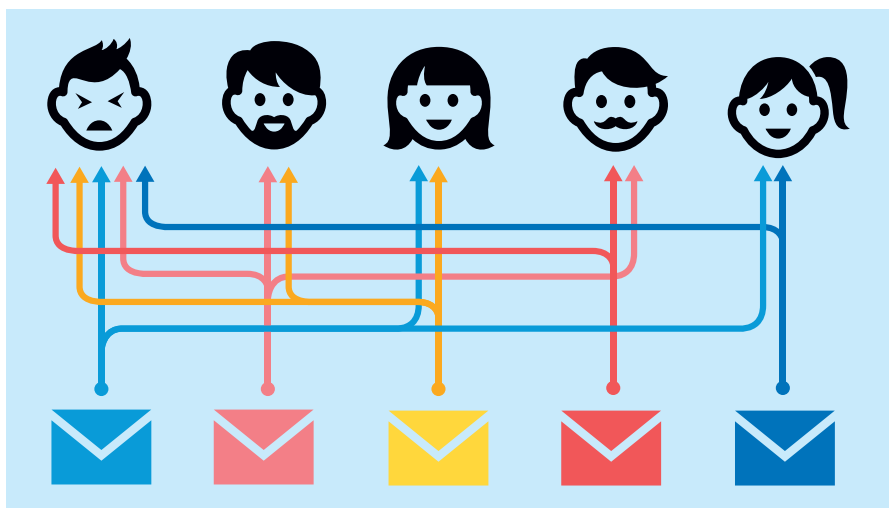
## Spenderzentrierung mit Marketing-Automation

Früher war nicht alles besser. Aber vieles war einfacher. Auch im Fundraising. Über Jahrzehnte hinweg mussten Organisationen lediglich ihren Postversand und die Anzahl ihrer Telefonaktionen konzipieren und abstimmen. So steht auch heute noch oft die Fundraising-Maßnahme im Zentrum. Zuerst wird eine Maßnahme konzipiert, und dann wird überlegt, welche Personen aus der Datenbank ein Profil aufweisen, das dazu passt. Das hat bis vor einigen Jahren gut funktioniert.

Von EVA HIENINGER  
und GREGOR NILSSON

Mit dem Aufkommen der digitalen Kanäle hat sich etwas radikal geändert. Es steht nicht nur eine Vielzahl an Kanälen zur Verfügung, sondern auch die Taktung ist massiv schneller. Statt einem Mailing pro Monat werden heute zusätzlich mehrere Posts, E-Mails und Push-Notifications pro Tag verschickt. Durch die große Anzahl der Interaktionen und Touchpoints taucht dieselbe Person plötzlich in einer (zu) hohen Anzahl Selektionen auf. Das Ergebnis: Spender werden mit einer Flut von Botschaften konfrontiert, die oftmals kaum aufeinander abgestimmt sind. Sie werden oft von verschiedenen Abteilungen verschickt, die teilweise mit unterschiedlichen Systemen arbeiten. Das ist nicht nur ineffizient, sondern überfordert oder verärgert sogar den Empfänger.

Doch wie kann man dem entgegenwirken? Die Lösung heißt Spenderzentrierung. Statt in Maßnahmen zu denken, müssen wir anfangen, die Bedürfnisse des Spenders in



den Mittelpunkt zu stellen. Konkret heißt das, dass wir die richtigen Maßnahmen für jeden Spender identifizieren müssen, und nicht andersrum. Das ist ein kleiner, aber wichtiger Unterschied: Denn mit diesem Ansatz stellen wir sicher, dass jeder Spender nur eine bestimmte Anzahl Botschaften erhält und dass diese aufeinander abgestimmt sind.

### Ohne Daten läuft es nicht

Um die unterschiedlichen Spender-Typen zu identifizieren, brauchen Sie vor allem eins: Daten. Denn wer die Daten seiner Spender richtig sammelt und pflegt, der versteht ihre Bedürfnisse und kann damit bessere und langfristige Beziehungen aufbauen. Doch die große Herausforderung liegt nicht im Sammeln der Daten, sondern darin, diese effizient, zielgerichtet und datenschutzkonform zu nutzen, um personelle und finanzielle Ressourcen zu schonen. Denn die

Kommunikationsmaßnahmen sollen nicht von Mitarbeitern händisch orchestriert werden und zu noch mehr Arbeit führen. Hier kommt Marketing-Automation ins Spiel.

### Was ist Marketing-Automation?

Mit Marketing-Automation laufen verschiedenste Prozesse und Aufgaben der Lead-Generierung und Spenderentwicklung automatisch im Hintergrund und lösen manuelle Vorgänge wie die Zielgruppen-Selektion für Newsletter, das Posten eines Facebook-Beitrags oder die Beauftragung des Printmailings und des Telefonmarketings ab. So sparen Sie langfristig Geld, Zeit und Nerven.

Sogenannte Marketing-Clouds dienen als Erweiterung zum CRM-System und vereinen Web-Tracking, E-Mail-Marketing, SMS-Marketing und Social Media Listening in einem. Die zentrale Verwaltung und Messung aller Online- wie Offline-Marketing-Aktivitäten ermöglicht eine globale Übersicht aller Interaktionen mit den Spendern.

Über Schnittstellen können zusätzliche Daten importiert werden, zum Beispiel Informationen aus dem CRM-System zu den offline getätigten Zahlungen. Damit liegen



Auslöser



Bedingungen



Aktionen

sämtliche wichtigen Daten aus allen Kanälen in einem System bereit, was den Grundstein für eine personalisierte, automatische und orchestrierte Omni-Channel-Kommunikation bildet.

Mit diesen Daten können Abfolgen von Aktionen definiert werden, die das System automatisiert ausführt. Dies baut typischerweise auf drei Kategorien auf: Auslöser (z.B. „hat E-Mail geöffnet“), Bedingungen (z.B. „gehört zur Zielgruppe x“) und Aktionen (z.B. „einen Mitarbeiter benachrichtigen“). So können komplexe kanalübergreifende Donor Journeys automatisiert und on- und offline integriert werden. Das Aufsetzen einer solchen Journey ist zwar aufwendiger als bei simplen Einmal-Versand-Newslettern, dennoch ist der Return on Investment aus mehreren Gründen deutlich höher:

Zum einen kann die Kampagne über mehrere Monate laufen und bringt so beständig neue Leads oder Spender. Zum an-

deren werden die einzelnen Schritte durch Trigger des Spenders ausgelöst. Sie sind also eine direkte Reaktion auf das Verhalten der Person und haben damit eine viel höhere Relevanz als klassische Kampagnen nach dem Gießkannen-Prinzip. Online- und Offline-Fundraising leben nicht mehr in verschiedenen Welten. So kann aus einer digitalen Donor Journey auch ein individualisiertes Print-Mailing getriggert werden.

Das Resultat sind bessere und längerfristige Beziehungen zum Spender, was höhere Einnahmen und geringere Akquisitionskosten bedeutet. Nicht zuletzt hat diese Methodik einen positiven Einfluss auf die interne Zusammenarbeit: Denn beim Konzipieren einer Donor Journey wird allen Beteiligten rasch klar, dass ein stimmiges Erlebnis für den Spender nur durch echte Zusammenarbeit und Abstimmung über die Abteilungsgrenzen hinweg erreicht werden kann. ▣



► [www.getunik.com](http://www.getunik.com)



► [www.getunik.com](http://www.getunik.com)

**Eva Hieninger** ist Partnerin und Managing Director der getunik GmbH und berät NGOs, Non-Profit-Organisationen, Verbände, Parteien und Stiftungen zu den Themen Online-Marketing, Fundraising und Campaigning.

**Gregor Nilsson** ist Geschäftsführer der getunik AG, einer Schweizer Agentur mit Fokus auf der digitalen Transformation von Non-Profits. Als ehemaliger Chief Digital Officer des WWF

Schweiz kennt er die Bedürfnisse und Anforderungen seiner Kunden besonders gut.

► [www.getunik.com](http://www.getunik.com)



# frc Spenden MANUFAKTUR

## Fundraising Communicators

### Liebe in Zeiten von ePrivacy

Wie gestalten sich die Kontaktaufnahme und somit auch die Beziehungen zu Spendenden und Unterstützenden in Zeiten von ePrivacy? Wird es ein vollmundiges ‚Ja, ich will‘ oder doch eher eine Interessensabwägung? Und

die Verflorenen? Besser in Ruhe lassen? Wir beraten Sie gerne kompetent und umfassend, damit die Liebe nicht erkaltet. Sprechen Sie uns an, denn: **Persönlicher Kontakt ist immer die beste Wahl.**

Holger Menze  
Geschäftsführer  
Spenden Manufaktur  
Vorsitzender QTFR



FRC Spenden Manufaktur GmbH  
Alt-Moabit 89, 10559 Berlin  
+49 30 23 32 91 17  
[h.menze@spenden-manufaktur.de](mailto:h.menze@spenden-manufaktur.de)  
[www.spenden-manufaktur.de](http://www.spenden-manufaktur.de)



## Die Zukunft ist schon da!

Warum uns Big Data, Smart Data und Digitalisierung nicht abschrecken sollten

**Spricht man heute von Big Data haben viele Menschen den Eindruck, sie werden überwacht, durchleuchtet oder zumindest besser identifizierbar. Ganz von der Hand zu weisen ist das nicht. Aber eigentlich soll datengestütztes Marketing erst mal nur eins: Kosten sparen.**

**Von MATTHIAS DABERSTIEL**

Daten – das ist nicht zuletzt durch die aktuelle Einführung der Datenschutzgrundverordnung der EU das beherrschende Thema. Erst kürzlich wurde die Deutsche Post an den Pranger gestellt, weil sie mikrogeografische Daten an Haustür-Wahlkampfteams abgegeben hatte. Wirklich rechtswidrig war das allerdings nicht. Oliver Jörns von microm, einem Anbieter von mikrogeografischen Daten, klärt auf: „Sinn und Zweck von Mikrogeografie ist es in erster Linie, Daten anonymisiert und kleinräumig, das heißt eben nicht personenbezogen, aggregiert zu verwenden. Der Behördenleitfaden zum

Datenschutz bei Geodaten und -diensten bestätigt daher, dass bei dieser Aggregation der Personenbezug hinreichend verschleiert wird. Zudem ist microm TÜV-zertifizierter Auftragsdatenverarbeiter.“

### Daten senken Kosten

In der ganzen Diskussion entsteht offenbar der Eindruck, dass mit Hilfe von Daten aus verschiedenen Quellen viel zielgerichteter auf Menschen zugegangen werden kann, um sie dann zu manipulieren. Andreas Jungherr, Juniorprofessor für Social Science Data Collection and Analysis an der Universität Konstanz, schreibt dazu in der Zeitschrift für Politikberatung: „Dies ist natürlich Unsinn. Datengestützte Verfahren dienen der Verringerung von Unsicherheit und damit der Senkung von Kosten vergeblicher Kontaktversuche für Kampagnen.“ Er hält die Wirkung von datenbasierten Kampagnen für überschätzt.

Wir sind also bei klassischen Segmen-

tierungsstrategien, die im Fundraising normal sind. Es geht darum, die richtige Person zur richtigen Zeit mit der richtigen Methode anzusprechen. Es kommen jetzt nur neue Daten hinzu, meint auch Helga Schneider, Geschäftsführerin des Fundraising-Software-Anbieters I-funds. „Die Vielfältigkeit der Datenquellen und die Anforderungen an die Verarbeitung nehmen zu. Daten über mobile Apps, Landingpages, Plattformen, soziale Netzwerke im digitalen Bereich, aber auch Daten unterschiedlicher Dienstleister, seien es Lettershops oder F2F-Agenturen, wird es weiterhin geben.“ Entscheidend sei, wie die Daten jeweils aggregiert würden.

### Qualität statt Masse

Die Fülle der möglichen Datenquellen schreckt schon ab. Dabei kommt es zum Beispiel in der Mikrogeografie gar nicht auf Masse an. „Wichtig ist insbesondere die Qualität der Datenerhebung“, er-

läutert Jörns weiter: „Hier sprechen wir nicht mehr nur von Big Data, sondern von Smart Data. Also die Erklärungskraft der inhaltlichen Merkmale und die Feinheit des räumlichen Rasters. Durch den regionalen Bezug mikrogeografischer Daten ist die Marketinganwendung auch für kleinere Organisationen sinnvoll. Statistisch signifikante Aussagen lassen sich bereits aus wenigen tausend Adressen ableiten“, so Jörns. Um Daten sinnvoll zu nutzen, braucht es also eine Marketing-Prozessoptimierung. „Das sollte von Spendenorganisationen aber gut überlegt sein. Datengetriebenes Marketing ist auch immer Testmarketing. Das heißt: die Probe im Kleinen, die Anwendung im Großen, aber erst bei nachvollziehbaren Return-on-Investment-Modellen für Dienstleister und Organisationen“, warnt er davor, den Aufwand zu unterschätzen.

Auch Schneider sieht in der Größe der

Organisation nicht den entscheidenden Faktor: „Meine Erfahrung ist, dass Online- und Offline-Kommunikation derzeit meist zwei parallele Welten in den Organisationen sind. Das Fundraising bewegt sich bei den etablierten Organisationen noch in großen Teilen in der analogen Welt, jüngere, kleinere oder international verankerte Organisationen sind oft einen Schritt weiter. Den Fundraisern selbst ist die Technik, die beim digitalen Fundraising doch eine erhebliche Rolle spielt, nicht immer so vertraut. Ich denke, hier wird sich in den kommenden Monaten und Jahren viel bewegen müssen.“

#### Organisationsgröße nicht entscheidend

Der Meinung ist auch Oliver Jörns, der einen großen Nachholbedarf bei den Non-Profit-Organisationen sieht. Aus seiner Sicht könnte man bereits heute mittels

des Einsatzes mikrogeografischer Daten zu wichtigen Erkenntnissen über seine Spender kommen und diese zielgerichtet beispielsweise für die Neuspenderwerbung nutzen, auch ohne personenbezogene Daten zu sammeln. Helga Schneider sieht ebenfalls Einsparpotenzial, zum Beispiel bei der Automatisierung von Marketing-Prozessen durch sogenannte Donor-Journeys. Arbeiten wie das Schreiben von Dankbriefen könnten schon heute der Vergangenheit angehören. „Im Rahmen einer Donor Journey reagiert man ‚quasi individuell‘ auf das vorherige Verhalten des Spenders und kann vor allem im digitalen Bereich ganze ‚Betreuungsserien‘ implementieren, die auf die vom Spender direkt oder indirekt geäußerten Vorlieben automatisch eingehen.“ Die Zukunft ist also nach Meinung der Experten näher, als man denkt. ▣

— Advertorial —

## Outsourcing – die Alternative zum Software-Kauf

GFS activeDONOR speziell für die Anforderungen des Fundraisings programmiert

Eine leistungsfähige Datenbank ist die Basis für nachhaltige Erfolge im Fundraising. Allerdings stellt die Anschaffung einer eigenen Datenbank viele Organisationen vor große Herausforderungen.

Doch das kann man mit Outsourcing der Datenbank lösen und sich so ein eigenes Rechenzentrum und Personal sparen. Auch die Leistungen der Spender- und Mitgliederverwaltung lassen sich komplett auslagern: von der Adresserfassung bis zur Zuwendungsbestätigung. Eine optimale Spenderbetreuung ist so bei minimalem Personalaufwand gewährleistet. Da alle Dienstleistungen weitgehend auf Stückpreisbasis abgerechnet werden, fallen nur

Kosten für tatsächlich geleistete Arbeiten an. Somit sind die Kosten gut budgetierbar und transparent.

Mit mehr als 30 Jahren Outsourcing-Erfahrung ist die GFS Fundraising Solutions GmbH der kompetente Partner. Die haus-eigene Datenbank GFS activeDONOR ist eine Weiterentwicklung auf Microsoft Dynamics NAV-Basis, speziell für die Anforderungen des Fundraisings programmiert. Eigene Experten sind für Pflege und regelmäßige Updates zuständig. GFS-Kunden können, dank permanenten Zugriffs auf ihre Daten, jederzeit beispielsweise Erfolgsmessungen von Kampagnen durchführen und Maßnahmen für die weitere

Fundraisingaktionen ableiten. Und noch ein Vorteil: die Daten sind gemäß der aktuellen EU-DSGVO gesichert.

So bekommt der Kunde das Beste aus beiden Welten: vollständige Datenhoheit, höchste Sicherheitsstandards und stets aktuelle Software bei geringen Initialisierungskosten und minimalem Personalaufwand.

**GFS Fundraising Solutions GmbH**  
**Mathias Jäger**  
 Linzer Straße 21, 53604 Bad Honnef  
 Telefon: +49 (0)2224 918-250  
 Telefax: +49 (0)2224 918-260  
 ► [www.gfs.de](http://www.gfs.de)

# Initiative Vergissmeinnicht

Das Nachlass-Fundraising in Österreich befindet sich auf Wachstumskurs

Ob Hilfe für Kinder und Jugendliche, Pflege bedürftiger Menschen oder Tier- und Umweltschutz: Gemeinnützige Organisationen im Testament zu bedenken liegt in Österreich im Trend. Rund 60 Millionen Euro – beinahe zehn Prozent des gesamten Spendenaufkommens in Österreich – wurden 2017 für den guten Zweck hinterlassen.

Von **MARKUS AICHELBURG**

Größere gemeinnützige Projekte wie etwa ein Waisenhaus werden oft erst durch den maßgeblichen Beitrag einer Erbschaft oder eines Legats möglich gemacht. Für Günther Lutschinger vom Fundraising Verband Austria repräsentieren Testamentsspenden daher den „Samen für Neues und Außergewöhnliches“. Aktuelle Umfragen und Studien bestätigen, dass Nachlass-Fundraising in Österreich einen stark wachsenden Spendensektor darstellt.

Die Österreichische Initiative Vergissmeinnicht wurde 2012 gemeinsam mit 28 Organisationen gegründet, um dem Bedürfnis der Österreicher nach neutralen Informationen zu den Möglichkeiten beim Vererben nachzukommen. Seit nunmehr sechs Jahren informiert die heute 78 Mitglieder zählende Initiative in Kooperation mit der Österreichischen Notariatskammer über die Optionen, gemeinnützige Organisationen im Nachlass zu bedenken.

In dieser Zeit ist das Interesse der Menschen kontinuierlich angestiegen. 76 Prozent der Österreicher über 40 wissen bereits, dass man auch gemeinnützige Organisationen im Testament berücksichtigen kann, 13 Prozent können sich vorstellen, dies auch selbst zu tun. Dass Nachlass-Fundraising in Österreich großes Wachstumspotenzial aufweist, verdeutlicht auch eine Studie des WU-Ökonomen Stefan Humer. Einerseits werden immer mehr Vermögenswerte vererbt, und andererseits steigt die Zahl der Menschen



ohne Erben. Laut Humer wird die Zahl der unentgeltlichen Vermögensübertragungen insgesamt bis 2030 auf 18,2 Milliarden Euro steigen.

## Regelmäßige Kampagnenarbeit

Hier setzt die Fundraising-Initiative Vergissmeinnicht mit ihren vielfältigen Informations- und Serviceangeboten an. Die Palette reicht vom kostenlosen Erbrechtsratgeber über österreichweite Informationsveranstaltungen bis hin zur Google-Adwords-Kampagne. Mehrere Tausend Menschen werden jährlich allein bei Seniorenmessen erreicht. Eine österreichweite Plakatkampagne, Radiowerbung, Kino-Spots, Pressearbeit sowie Medienkooperationen mit „Die Presse“, „Kurier“ oder „Die ganze Woche“ tragen wesentlich dazu bei, mehr öffentliche Aufmerksamkeit auf das Thema zu richten. Im Rahmen der sogenannten „Woche des guten Testaments“ informiert Vergissmeinnicht zudem jeweils im Mai und im September in Form einer großen Info-Tour durch ganz Österreich.

Für die Mitglieder-Organisationen von Vergissmeinnicht bietet der Fundraising

Verband Austria – Initiator und Träger der Initiative – ganz spezifische Fachbereichs-Angebote. Nachlass-Fundraiser erhalten in diesem Rahmen Zugang zu speziellen Aus- und Weiterbildungsangeboten in ihrem Tätigkeitsfeld ebenso wie zu Marktdaten und internationaler Expertise. Auch der regelmäßige Vergissmeinnicht-Brunch zum Netzwerken und zum informellen Austausch hat sich bewährt. Darüber hinaus fungiert Vergissmeinnicht mit seiner Recherchearbeit und regelmäßigen Meinungsumfragen als Informationsdrehscheibe im österreichischen Nachlass-Fundraising. ■



**Mag. Markus Aichelburg-Rumerskirch** leitet die Initiative Vergissmeinnicht im Fundraising Verband Austria seit 2015. Nach ersten Arbeitserfahrungen in der Pharmaindustrie

und in einer Werbeagentur wechselte er in den NGO-Bereich. Er war neun Jahre beim Diakoniewerk Gallneukirchen im Spendenmarketing tätig und danach beim Kinderhospiz der Caritas in Wien, wo er für Sponsoring und Großspenden verantwortlich zeichnete.

► [www.vergissmeinnicht.at](http://www.vergissmeinnicht.at)



# Zugriff auf 6,3 Millionen Privatpersonen mit „OMselect“

Mit der Organisations-Software OM unterstützt Creativ Software Non-Profit-Organisationen, Verbände, Schulen und Parteien dabei, organisatorische Abläufe massgeblich zu vereinfachen. Durch „OMselect“ bietet OM den Nutzern auch integrierten Zugriff auf die AZ Data World mit Adressen von 6,3 Millionen Privatpersonen.

Seit über 20 Jahren konzentriert sich Creativ Software AG aus der Schweiz darauf, ihren Kunden Arbeitsabläufe organisatorisch zu vereinfachen. Ihr Motto: „Wir machen Komplexes einfach“. Auf diesem Weg ist sie sehr erfolgreich unterwegs: Creativ Software gehört zu den führenden Schweizer Softwareherstellern für Verbände und Non-Profit-Organisationen. OM ist flexibel. Individuelle Anforderungen lassen sich in hochoptimierte Prozesse umwandeln.

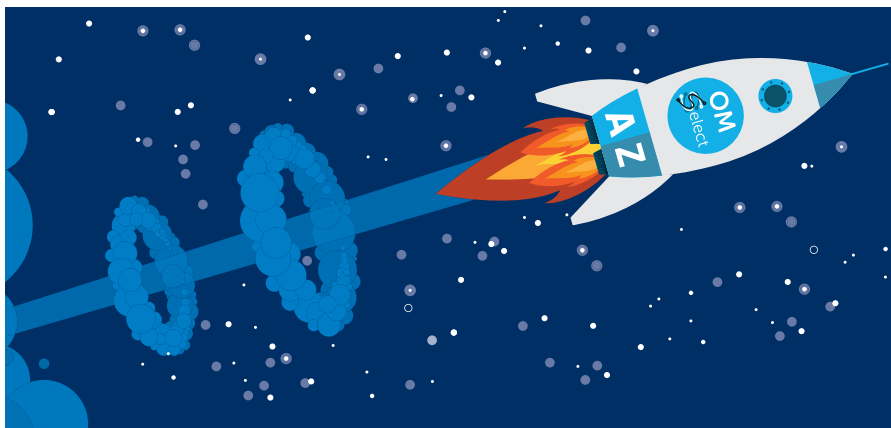
## „OMselect“ mit integrierten Daten von AZ Direct

Auch AZ Direct ist auf dem Markt führend unterwegs. Das Unternehmen bietet seinen Kunden Analysen, Daten, Reichweiten und Services für ein erfolgreiches, datengetriebenes Multichannel Marketing an. Zum Angebot gehört auch die Schweizer Referenzdatenbank „AZ Data World Consumer“ mit Kontaktdaten von 6,3 Millionen Privatpersonen. Unter „OMselect“ nutzen Kundinnen und Kunden von Creativ Software seit Ende 2017 diese umfassende, in OM integrierte Datensubstanz zu ihrem Vorteil.

## Grosser Nutzen – keine Mehrkosten

So profitieren Unternehmen von „OMselect“:

- Höhere Datenqualität dank der integrierten Erfassungshilfe: Einzelne



Adressen lassen sich einfach suchen und direkt in den OM-Produktiv-Bestand aufnehmen.

- Rascher, einfacher Dubletten-Check auf dem eigenen Bestand über die AZ Data World.
- Adresssuche über Telefonnummer: Ist die Telefonnummer bekannt, lässt sich darüber die Adresse im Bestand von OM und der AZ Data World ermitteln.
- Kosten senken dank Erreichbarkeits-Check. OM zeigt, welche Adressen des Kundenbestandes gemäss der AZ Data World noch zustellbar sind.
- Multichannel-Ansprache einer einheitlichen Zielgruppe: OM zeigt, welche Adressen über die AZ Data World auch per E-Mail und/oder Facebook erreichbar sind.

## Auf kürzestem Weg zu neuen Spenderadressen

Wollen Sie sich neue Spenderpotenziale erschliessen? Dann befinden Sie sich dank „OMselect“ im Selektionsparadies. Stellen Sie sich Zielgruppen nach eigenen Vorstellungen aus über 100 Merkmalen zusammen oder greifen Sie zurück auf eine von acht definierten Fundraising-Zielgrup-

pen. Jede Selektion lässt sich schnell und einfach in die geplante Kampagne importieren. Ausserdem wird angezeigt, welche gewählten Kontakte Sie auch per E-Mail oder Facebook erreichen können. Die Selektionsfunktion lässt sich kostenlos nutzen – Fremdadressen stellt AZ Direct zum Spezialpreis von 250 Schweizer Franken pro tausend Adressen zur Verfügung.

Mit „OMselect“ profitieren Sie von einem Analyse-Tool, mit dem sich auch Restpotenziale ermitteln lassen. Lesen Sie mehr darüber in der kommenden Ausgabe des Fundraiser-Magazins.

Die Vision von Creativ Software ohne Worte: [www.creativ.ch/de/wir/vision](http://www.creativ.ch/de/wir/vision).

### Kontakt:

Für „OMselect“:

**creati**  SOFTWARE

[www.creativ.ch](http://www.creativ.ch)

+41 (0)71 717 2170

[aschwengeler@creativ.ch](mailto:aschwengeler@creativ.ch)

Für Multichannel-Reichweiten in der Schweiz:

**AZ Direct**

[www.az-direct.ch](http://www.az-direct.ch)

+41 (0)41 248 4444

[tobie.witzig@az-direct.ch](mailto:tobie.witzig@az-direct.ch)

**JULI**

- Social Impact Camp Austria**  
02. & 03.07., Wien  
▶ [www.social-reporting-standard.de](http://www.social-reporting-standard.de)
- Fundraising Convention 2018**  
02. - 04.07., London  
▶ [www.fundraisingconvention.uk](http://www.fundraisingconvention.uk)
- Verkauf im Fundraising I – Mach Deinen Deal!**  
03.07., München  
▶ [www.munichfundraising.school](http://www.munichfundraising.school)
- Warum Menschen spenden**  
03.07., Hamburg  
▶ [www.fundraisingakademie.de](http://www.fundraisingakademie.de)
- Instagram für Non Profits**  
03.07., Berlin  
▶ [www.okayfactor.com](http://www.okayfactor.com)
- Compliance bei Stiftungen und Vereinen: Toolkit für den Alltag**  
05.07., Wintherthur  
▶ [www.zhaw.ch](http://www.zhaw.ch)
- Ehrenamtskongress 2018**  
06. & 07.07., Nürnberg  
▶ [www.ehrenamtskongress.de](http://www.ehrenamtskongress.de)
- Intensivseminar Stiftungswesen**  
09.07., Berlin  
▶ [www.web.maecenata.eu](http://www.web.maecenata.eu)
- Infoveranstaltung für den nächsten Fundraising-Kurs**  
09.07., München  
▶ [ebw-muenchen.de](http://ebw-muenchen.de)
- Nah dran: Fachtagung des Bundesprogramms „Zusammenhalt durch Teilhabe“**  
10. & 11.07., Potsdam  
▶ [www.zusammenhalt-durch-teilhabe.de](http://www.zusammenhalt-durch-teilhabe.de)
- Fundraising – Eine Einführung**  
14. & 15.07., Berlin  
▶ [www.programm.bildungswerk-boell.de](http://www.programm.bildungswerk-boell.de)

- Fundraising für Stiftungen: Erfolgreiche Strategien in schwierigen Zeiten**  
20.07., München  
▶ [www.munichfundraising.school](http://www.munichfundraising.school)
- Erbschaftsmarketing – strategisches Vorgehen für ein erfolgreiches Erbschaftsmarketing**  
20.07., München  
▶ [www.munichfundraising.school](http://www.munichfundraising.school)
- Institutional Readiness – Die Grundlagen für ein erfolgreiches Fundraising**  
27.07., München  
▶ [www.munichfundraising.school](http://www.munichfundraising.school)

**AUGUST**

- Kompakt-Seminar für Ihren ERSTEN Schritt zur Fundraising-Datenbank**  
01.08., Mülheim an der Ruhr  
▶ [www.cloud-und-rueben.org](http://www.cloud-und-rueben.org)
- Richtig telefonieren mit Spenderinnen und Spendern**  
09.08., Halle  
▶ [www.fundraisingforum.de](http://www.fundraisingforum.de)
- Blocklehrgang Stiftungsmanager**  
13. - 23.08., Berlin  
▶ [www.stiftungsakademie.de](http://www.stiftungsakademie.de)
- Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln (Kurzlehrgang)**  
17.08., Berlin  
▶ [www.ebam.de](http://www.ebam.de)
- Start: Zertifikatslehrgang CAS Kommunikation & Wirkungsmessung in NPO**  
20.08., Basel  
▶ [www.ceps.unibas.ch](http://www.ceps.unibas.ch)
- NPO-Finanzmanagement: Nullzinsen und Risikoangst – Gibt es einen Ausweg?**  
21.08., Zürich  
▶ [www.nonprocons.ch](http://www.nonprocons.ch)

- Mission Investing**  
22.08., Zürich  
▶ [www.nonprocons.ch](http://www.nonprocons.ch)
- Eigenmittel gewinnen durch Fundraising**  
22. & 23.08., Berlin  
▶ [www.ba-kd.de](http://www.ba-kd.de)
- Einstieg ins Nachlass-Marketing – die Schweizer Praxis**  
23.08., Zürich  
▶ [swissfundraising.org](http://swissfundraising.org)
- Einführungskurs: Fundraising für NPOs**  
24.08., Zürich  
▶ [www.kampagnenforum.ch](http://www.kampagnenforum.ch)
- Start: Modulare Fortbildung Führen und Managen im Non-Profit-Bereich**  
28.08., Berlin  
▶ [www.kbw.de](http://www.kbw.de)
- Baster Stiftungstag 2018**  
28.08., Basel  
▶ [www.stiftungsstadt-basel.ch](http://www.stiftungsstadt-basel.ch)

**Fundraising TAG**

**DRESDEN,**  
**30. AUGUST 2018**

INFORMATIONEN & ANMELDUNG  
[www.fundraisingtage.de](http://www.fundraisingtage.de)

- Sächsischer Fundraisingtag**  
30.08., Dresden  
▶ [www.fundraisingtage.de](http://www.fundraisingtage.de)
- Treffen der Fachgruppe Förderstiftungen für Große**  
30.08., Zürich  
▶ [www.swissfundraising.org](http://www.swissfundraising.org)
- Datenschutz in NPOs – unter Berücksichtigung der neuen EU-DSGVO**  
30.08., Berlin  
▶ [www.kbw.de](http://www.kbw.de)

**SEPTEMBER**

- Vereinsatzungen verstehen und gestalten**  
01.09., Berlin  
▶ [www.knowhow-fuers-ehrenamt.de](http://www.knowhow-fuers-ehrenamt.de)
- Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht**  
03.09., Dortmund  
▶ [www.winheller.com](http://www.winheller.com)
- Das grosszügige Engagement. Erfolgreiche Zusammenarbeit mit Mäzeninnen und Mäzenen.**  
03.09., Basel  
▶ [www.swissfoundations.ch](http://www.swissfoundations.ch)
- Profitieren von Unternehmenskooperationen – Spenden, Sponsoring und Stiftungsgelder**  
03. & 04.09., Tromm, Wald-Michelbach  
▶ [www.odenwaldinstitut.de](http://www.odenwaldinstitut.de)
- Basiskurs Freiwilligenkoordination**  
03.-05.09., Berlin  
▶ [www.ehrenamt.de](http://www.ehrenamt.de)
- Seminar: Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)**  
04.09., Berlin  
▶ [www.winheller.com](http://www.winheller.com)
- Zewo-Tagung 2018**  
04.09., Bern  
▶ [www.zewo.ch](http://www.zewo.ch)
- Schreibworkshop Mailingtexten – vom Programmdesign zur handlungsauslösenden Geschichte**  
05.09., Bern  
▶ [swissfundraising.org](http://swissfundraising.org)
- Hildesheimer Tag des Stiftungsmanagements**  
06.09., Hildesheim  
▶ [www.stiftungen.org](http://www.stiftungen.org)

**Geballte Kompetenz beim Fundraising-Seminar-Tag in Bielefeld!**

**OWL** 06.09.2018  
Jetzt buchen!

GOES FUNDRAISING!

**Alexandra Heidemann:**  
0521-557359-19 oder  
[www.owlgoesfundraising.com](http://www.owlgoesfundraising.com)

- OWL goes Fundraising**  
06.09., Bielefeld  
▶ [www.owlgoesfundraising.com](http://www.owlgoesfundraising.com)
- mailingtage 2018**  
06.09., Frankfurt am Main  
▶ [www.mailingtage.de](http://www.mailingtage.de)
- Effektiv und effizient führen – Erfolgreiche Führungsarbeit in Verbänden und Stiftungen**  
06. & 07.09., München  
▶ [www.munichfundraising.school](http://www.munichfundraising.school)
- Mit einem Bein im Monsun und mit dem anderen in der Cloud: Wie die digitale Transformation die Entwicklungszusammenarbeit verändern wird**  
06. & 07.09., Münster  
▶ [www.cloud-und-rueben.org](http://www.cloud-und-rueben.org)
- Verantwortung – Fachkonferenz für Nachhaltigkeits- und CSR-Manager**  
06. & 07.09., Frankfurt am Main  
▶ [www.upj.de](http://www.upj.de)

**FAIR FRIENDS**

Messe für nachhaltige Lebensstile, Fairen Handel und gesellschaftliche Verantwortung

**06.–09.09.2018**  
Messe Dortmund

[www.fair-friends.de](http://www.fair-friends.de)

- FairFriends**  
06. - 09.09., Dortmund  
▶ [www.fair-friends.de](http://www.fair-friends.de)
- Markterfolg durch eindeutige Markenpositionierung**  
07.09., Frankfurt am Main  
▶ [www.fundraisingakademie.de](http://www.fundraisingakademie.de)
- Qualität analysieren. PowerPivot für NPOs. Neue Möglichkeiten an Excel entdecken und clever nutzen**  
07.09., Mülheim an der Ruhr  
▶ [www.cloud-und-rueben.org](http://www.cloud-und-rueben.org)
- Crowd Campaigning**  
07.09., Zürich  
▶ [www.kampagnenforum.ch](http://www.kampagnenforum.ch)
- Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln (Kurzlehrgang)**  
07.09., München  
▶ [www.ebam.de](http://www.ebam.de)
- Modularer Zertifizierungslehrgang: Stiftungsmanager**  
07.09.-18.12., Berlin  
▶ [www.stiftungsakademie.de](http://www.stiftungsakademie.de)
- Zweimoduliger Zertifikatslehrgang: Strategie, Innovation und Wirkung**  
08.-30.09., Münster  
▶ [www.weiterbildung.uni-muenster.de](http://www.weiterbildung.uni-muenster.de)



**Ihr Termin fällt hier nicht auf?**

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

Eine Kalender-Anzeige im Fundraising-Kalender (42 mm breit x 42 mm hoch) kostet

nur **99,- €\***

Senden Sie bitte einfach Ihre Veranstaltungshinweise und Kalender-Anzeigen an: [termin@fundraising-kalender.de](mailto:termin@fundraising-kalender.de)  
Redaktionsschluss und Erscheinungstermin erfahren Sie unter [www.fundraiser-magazin.de](http://www.fundraiser-magazin.de)

Haben Sie Fragen zu Kalender-Anzeigen, sprechen Sie bitte mit Matthias Daberstiel.  
Telefon: +49 (0)351/876 27-70, [termin@fundraising-kalender.de](mailto:termin@fundraising-kalender.de)

\* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Kalender-Anzeigen!

**GUTE TATEN BRAUCHEN GUTE DATEN**

**Workshop**

**Spender GLÜCKLICH machen – Wie man transparente Strukturen aufbaut, organisiert und darüber berichtet.**

Köln (8.9.),  
Freiburg im Breisgau (17.11.)

35 € pro Teilnehmer/in

Anmeldung & Informationen:  
[transparenz-leicht-gemacht.de](http://transparenz-leicht-gemacht.de)



**TRANSPARENZ  
LEICHTGEMACHT®**

**Spender glücklich achen**  
08.09., Köln

[www.transparenz-leicht-gemacht.de](http://www.transparenz-leicht-gemacht.de)

**Online-Fundraising**  
10.09., Berlin

[www.fundraisingakademie.de](http://www.fundraisingakademie.de)

**Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht**  
10.09., Hamburg

[www.winheller.com](http://www.winheller.com)

**So findet man Sponsoren**  
10.09., Wien

[www.esb-online.com](http://www.esb-online.com)

**Fit für die Öffentlichkeit – Schwerpunkt Pressearbeit**  
11.09., München

[www.munichfundraising.school](http://www.munichfundraising.school)

**Storytelling für Fundraiser**  
11.09., Berlin

[www.doo.net](http://www.doo.net)

**Sponsoren und Partner gewinnen**  
11.09., Wien

[www.esb-online.com](http://www.esb-online.com)

**Informationsveranstaltung GivingTuesday**  
11.09., Zürich

[www.swissfundraising.org](http://www.swissfundraising.org)

**Fundraising – ganz einfach erfolgreich Spender gewinnen!**  
11.09. – 09.10., Heidelberg

[www.akademiedesued.org](http://www.akademiedesued.org)

**Fit für die Öffentlichkeit – Schwerpunkt Personal Performance**  
12.09., München

[www.munichfundraising.school](http://www.munichfundraising.school)

**Major Donors finden – gewinnen – binden**  
12.09., Zürich

[www.kampagnenforum.ch](http://www.kampagnenforum.ch)

**Basiswissen Stiftung – Rechnungslegung und Prüfung**  
12.09., München

[www.stiftungsakademie.de](http://www.stiftungsakademie.de)

**Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht**  
12.09., Dortmund

[www.winheller.com](http://www.winheller.com)

**Ausbildungsgang Strategisches Freiwilligenmanagement**  
12.09. – 15.02.2019, Berlin

[www.ehrenamt.de](http://www.ehrenamt.de)

**Großspendergespräch**  
13.09., Münster

[www.fundraisingakademie.de](http://www.fundraisingakademie.de)

**Gemeinnützigkeitsrecht aktuell**  
13.09., Dortmund

[www.endriss.de](http://www.endriss.de)

**Großspender-Fundraising – immer auf der Suche nach den reichen Förderern**  
13. & 14.09., München

[www.munichfundraising.school](http://www.munichfundraising.school)

**Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)**  
14.09., Berlin

[www.winheller.com](http://www.winheller.com)

**Instagram für Non-Profits**  
14.09., Berlin

[doo.net](http://doo.net)

**3. Leipziger NPO-Forum**

Mission Digitalisierung

Potentiale und Herausforderungen der NPO



**3. Leipziger NPO-Forum**

14.09., Leipzig

[www.leipziger-npo-forum.de](http://www.leipziger-npo-forum.de)

**Bürgerstiftungskongress 2018**

14. & 15.09., Neuss

[www.buergerstiftungen.org](http://www.buergerstiftungen.org)

**Forum für Demokratie und Bürgerbeteiligung: Gesellschaft im Dialog. Bewegung und neue Perspektiven durch Bürgerbeteiligung**

14. – 16.09., Loccum

[www.mitarbeit.de](http://www.mitarbeit.de)

**Fundraisingkurs 2018/2019**

14.09. – 14.02.2019, München

[ebw-muenchen.de](http://ebw-muenchen.de)

**Berufsbegleitende Weiterbildung mit Hochschulzertifikat: Kulturfinanzierung 2018/19 – Grundlagen, Strategie und Praxis des Fundraising für Kunst und Kultur**

14.09. – 16.03.2019, Potsdam

[www.fh-potsdam.de](http://www.fh-potsdam.de)

**Lehrgang: CAS Fundraising**

16.09. – 15.03.2019, Schwarzsee

[www.vmi.ch](http://www.vmi.ch)

**Digitales Storytelling mit Zielgruppen-Segmentierung**

17.09., Berlin

[www.npo-academy.com](http://www.npo-academy.com)

**Kompaktseminar: Fundraising in der Praxis**

17.09., Köln

[www.fundraisingakademie.de](http://www.fundraisingakademie.de)

**Management Programm für NPO-Führungskräfte**

17. – 21.09., Düsseldorf

[www.stiftungsakademie.de](http://www.stiftungsakademie.de)

**Intensivkurs**

„Zertifizierter Stiftungsberater“

17. – 21.09., Jena

[www.winheller.com](http://www.winheller.com)

**Fortbildung: Grundlagen einer Freiwilligenagentur**

17.09. – 15.11., Würzburg

[www.bagfa.de](http://www.bagfa.de)

**Geldauflagen-Marketing kompakt – Worauf es in der Praxis wirklich ankommt**

18.09., Köln

[www.fundraising-praxis-seminare.de](http://www.fundraising-praxis-seminare.de)

**Geschäftsführung von Stiftungen**

18.09., Berlin

[www.stiftungsakademie.de](http://www.stiftungsakademie.de)

**Gutes Geld FAIRändert die Welt**

18.09., Königfeld

[www.sez.de](http://www.sez.de)

**Swissfundraising-Fachgruppe Direct Mail**

18.09., Zürich

[swissfundraising.org](http://swissfundraising.org)

**Begeistern und gewinnen**

19.09., Hannover

[www.fundraisingakademie.de](http://www.fundraisingakademie.de)

**faith+funds 2018**

19. & 20.09., Köln

[www.dfrv.de](http://www.dfrv.de)

**Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising**

19. – 21.09., Köln

[seminarprogramm.asb.de](http://seminarprogramm.asb.de)

**Projektmanagement als Erfolgsfaktor:**

Durch Effizienz und Struktur Transparenz & Wirkung erhöhen

20.09., München

[www.munichfundraising.school](http://www.munichfundraising.school)

**Fundraising  
TAG**

**BERLIN,  
20. SEPTEMBER 2018**

INFORMATIONEN & ANMELDUNG  
[www.fundraisingtage.de](http://www.fundraisingtage.de)

**Fundraisingtag Berlin-Brandenburg**

20.09., Potsdam

[www.fundraisingtage.de](http://www.fundraisingtage.de)

**Professionelle Fördermittelakquise für Organisationen der Sozialwirtschaft**

20.09., Köln

[www.bfs-service.de](http://www.bfs-service.de)

**Beste Stiftungsratspraxis 2018: Fokus Stiftungsaufsicht – Welche Aufsicht haben wir, welche brauchen wir?**

20.09., Zürich

[www.swissfoundations.ch](http://www.swissfoundations.ch)

**Texten und Bloggen für politische Kampagnen**

21.09., Zürich

[www.kampagnenforum.ch](http://www.kampagnenforum.ch)

**Digital Recruiting im sozialen Sektor**

21.09., Berlin

[doo.net](http://doo.net)

**Moderne Marketing im Sozialbereich – Wie die Digitalisierung unsere Kommunikation verändert**

21.09., München

[www.munichfundraising.school](http://www.munichfundraising.school)

**Steuercheck für gemeinnützige Einrichtungen**

22.09., Hamburg

[www.knowhow-fuers-ehrenamt.de](http://www.knowhow-fuers-ehrenamt.de)

**Rechnungswesen und Controlling in NPO**

23. – 28.09., Sigriswil

[www.vmi.ch](http://www.vmi.ch)



**Wie Sie die verschiedenen Spendergruppen intensiver an Ihre Organisation binden – Konzepte, Methoden und Instrumente**

24.09., Köln

[www.npo-academy.com](http://www.npo-academy.com)

**Erfolgreiche Lobbyarbeit für Social-Profits und Social-Business**

24.09., München

[www.ibpro.de](http://www.ibpro.de)

**Spenderbindung durch proaktive Kommunikation: Wie Sie Telefongespräche mit Unterstützern als Spenderbindungs-Instrument nutzen können.**

25.09., Köln

[www.npo-academy.com](http://www.npo-academy.com)

**Verkauf im Fundraising II –**

Gesprächsführung im Fundraisingprozess

25.09., München

[www.munichfundraising.school](http://www.munichfundraising.school)

**Swissfundraising-Fachgruppe «Data Mining»**

25.09., Zürich

[swissfundraising.org](http://swissfundraising.org)

**Kompakttraining: Kommunikation mit Spender/innen professionell führen**

25. – 27.09., Köln

[www.npo-academy.com](http://www.npo-academy.com)

**Erfolgreiche Korrespondenz mit Spender/innen: mit gelungenen Texten ansprechen und binden**

26.09., Köln

[www.npo-academy.com](http://www.npo-academy.com)

**Grants: Wie NPOs erfolgreich an „calls for proposals“ teilnehmen – Schwerpunkt: Förderprogramme im Rahmen von EuropeAid**

26.09., Wien

[www.npo-academy.com](http://www.npo-academy.com)

**Integrierte Kampagnen: Wie Sie erfolgreich Inhalte mit der Akquisition von Geldern kombinieren**

26.09., Köln

[www.npo-academy.com](http://www.npo-academy.com)

**Gamification4Good: Gemeinwohl spielerisch stärken**

26.09., Berlin

[www.esv.info](http://www.esv.info)

**Social Impact Camp #03**

26. – 28.09., Frankfurt am Main

[social-reporting-standard.de](http://social-reporting-standard.de)

**Telefontaining: Schwierige Gespräche mit verärgerten Spender/innen führen**

27.09., Köln

[www.npo-academy.com](http://www.npo-academy.com)

**Kapitalkampagne: Der Turbo im Fundraising – Große Geber in kurzer Zeit bewegen**

27.09., München

[www.fundraisingakademie.de](http://www.fundraisingakademie.de)

**Fachtag Stiftungsfundraising**

27. & 28.09., Stuttgart

[www.dfrv.de](http://www.dfrv.de)

**Instagram für Non-Profits**

28.09., Berlin

[doo.net](http://doo.net)

**5. Kölner Stiftungstag**

29.09., Köln

[koelner-stiftungen.de](http://koelner-stiftungen.de)

**Ehrenamt und Mitarbeit im Verein**

29.09., Berlin

[www.knowhow-fuers-ehrenamt.de](http://www.knowhow-fuers-ehrenamt.de)

Fundraiser magazin LEIPZIGER MESSE

**SPENDEN FÜR KULTURGUT**

LEIPZIG, 8. NOVEMBER 2018

INFORMATIONEN & ANMELDUNG [kulturgut.fundraisingtage.de](http://kulturgut.fundraisingtage.de)

MUSEUMS MANAGEMENT TAGUNG

12. und 13. November 2018

**Erfolg durch Personal.**

Ansätze und Perspektiven des Personalmanagements in Museen

[www.arbeitskreis-museumsmanagement.de](http://www.arbeitskreis-museumsmanagement.de)

# Arbeitsbuch Transparenz

Der Deutsche Spendenrat bietet Hilfe beim Strukturaufbau

Rechnungslegung, Rechtsformen und Steuer- und Gemeinnützigkeitsrecht sind nicht nur grundlegende Aktivitäten und zu klärende Eigenschaften für den Aufbau einer Organisation. Die Herausforderung, jeder Aspekt möge Hand und Fuß haben, ist aktueller denn je: Transparenz in allen Bereichen ist mehr als nur guter Ton. Transparenz schafft Vertrauen.

Deshalb hat der Deutsche Spendenrat ein projektbegleitendes Arbeitsbuch entwickelt, das nicht nur Orientierungshilfe beim Etablieren verlässlicher Strukturen für kleine und mittlere Organisationen sein will, sondern im ersten Schritt überhaupt Mut machen will, damit verbundene Mehrarbeit auf sich zu nehmen. Sechs



sehr übersichtlich gestaltete Kapitel bieten Best-Practice-Beispiele, Grafiken und

Übersichten. Im umfangreichen Anhang erklärt nicht nur ein Glossar die wichtigsten Fachbegriffe, zusätzlich gibt es eine Vielzahl an Mustersatzungen und -vorlagen.

Damit stellt das Buch eine gute Ergänzung zum bisherigen Angebot an Workshops und Webinaren dar. Im Fall von Fragen oder Herausforderungen, die im Buch nicht besprochen oder anderweitig ungeklärt geblieben sind, bietet der Deutsche Spendenrat die Möglichkeit einer kostenlosen Einzelberatung mit einem Wirtschaftsprüfer.

Das E-Book kann kostenlos bestellt werden

► [www.transparenz-leicht-gemacht.de/e-book-transparenz-leicht-gemacht](http://www.transparenz-leicht-gemacht.de/e-book-transparenz-leicht-gemacht)

**zhaw** School of Management and Law

## Erfolgreich im Spendenmarkt

**Berufsbegleitende Weiterbildung**  
Diplom Fundraising Management

### Info-Veranstaltung

9. Juli 2018, 18.15 Uhr, Winterthur

### Kursstart

11. September 2018

[www.zhaw.ch/zkm/fundraising](http://www.zhaw.ch/zkm/fundraising)

**Auch für Teilnehmende aus Deutschland**

## Kulturgut

Fachforum „Spenden für Kulturgut“ im Rahmen der MUTEK

Die Internationale Fachmesse für Museums- und Ausstellungstechnik (MUTEK) in Leipzig bietet in diesem November ein besonderes Fachforum. Unter dem Titel „Spenden für Kulturgut“ werden am 8. November Praktiker aus NGOs mehrere Vorträge anbieten. Eine von ihnen wird Marion Junker vom Freilichtmuseum am Kiekeberg sein. Sie widmet sich dem Thema „Mitgliedergewinnung für Fördervereine“. Die biennial stattfindende Messe empfängt an ihren drei Veranstaltungstagen insgesamt mehr als 15 000 Besucher. Der Eintrittspreis für das Fachforum „Spenden für Kulturgut“ beträgt 39 Euro und berechtigt zum gleichzeitigen Besuch der MUTEK und der parallel stattfindenden „denkmal“, der europäischen Leitmesse für Denkmalpflege, Restaurierung und Altbausanierung. Interessenten des Fachforums können sich anmelden unter

► [www.kulturgut.fundraisingtage.de](http://www.kulturgut.fundraisingtage.de).

MUTEK 2018 vom 8. bis 10. November in Leipzig

► [www.mutec.de](http://www.mutec.de)

Wir verlosen drei Freitickets für das Fachforum!  
Lesen Sie mehr dazu auf Seite 88.

# Werte und Schätze

Trends im kirchlichen Fundraising  
bietet die faith + funds

Vertreter von Kirche, Caritas und Diakonie treffen sich im September wieder in Köln, wenn die Fachgruppe Kirche des Deutschen Fundraisingverbands für zwei Tage zur diesjährigen Ausgabe der faith + funds lädt. Der erste Tag beginnt mit zwei Masterclasses: Wiebke Doktor (Conversio Institut) erläutert die wichtigsten Aspekte für die „Planung und Konzeption von Fundraisingprojekten in Gemeinden und kirchlichen Organisationen“. Dass der Teufel im Detail steckt, zeigt Jacob Rohm (Phineo gAG) und erklärt, wie man die Wirkungsorientierung kirchlich sozialer Projekte erfolgreich nutzt. Der zweite Veranstaltungstag bietet eine Auswahl mehrerer Kurzsessions, die sich Themen wie Steuern und Datenschutz widmen. Hans-Peter Schmitz vom Erzbistum Köln verrät, wie man verborgene Schätze in Kirchengemeinden hebt, und wie das Spendenverhalten von 1,3 Millionen Kirchenzeitungslesern zu bewerten ist, weiß Werner Jakobartl (Konpress-Medien eG). Zusätzlich verrät er, wie sich in diesem Zusammenhang die Lesersprache durch einzelne Organisationen verändert hat.

faith + funds am 19. und 20. September in Köln

► [www.dfrv.de](http://www.dfrv.de)

## Mission Digitalisierung

Das Leipziger NPO-Forum weist den Weg zur Zukunftsfähigkeit: Die Veranstalter kennen die Herausforderungen, mit denen NGOs im Zuge der Digitalisierung konfrontiert werden. Deshalb erfahren die Teilnehmer nicht nur, wie die wichtigsten Strategien auf diesem Gebiet aussehen, sondern sollen auch erkennen, welche Auswirkungen zukünftige Veränderungen auf die Kultur einer Organisation und deren Mitarbeiter haben werden. Die Möglichkeiten digitalen Fundraisings werden ebenso erläutert wie kommende Änderungen im Rechnungs- und Berichtswesen.

3. Leipziger NPO-Forum am 14. September in Leipzig

► [www.leipzig-npo-forum.de](http://www.leipzig-npo-forum.de)

Akademie  
Beratung  
Wissen

Fundraising  
Akademie

WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

## 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 - 321, oder  
senden Sie eine Mail an: [pbuschkaemper@fundraisingakademie.de](mailto:pbuschkaemper@fundraisingakademie.de)

[www.fundraisingakademie.de](http://www.fundraisingakademie.de)

In Kooperation mit



## TAGUNGEN

ZUR FINANZIERUNG  
GEMEINNÜTZIGER ARBEIT

### WISSEN, INSPIRATION, SPANNENDE GESPRÄCHE

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



### FACHWISSEN AUS DER AKTUELLEN PRAXIS

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



### KONTAKTE KNÜPFEN UND VERTIEFEN

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



DRESDEN · DONNERSTAG, 30. AUGUST 2018  
POTSDAM · DONNERSTAG, 20. SEPTEMBER 2018  
MÜNCHEN · MÄRZ 2019  
GELSENKIRCHEN · MÄRZ 2019  
STUTTGART · APRIL 2019

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG  
[www.fundraisingtage.de](http://www.fundraisingtage.de)

## Kurzgefasst ...

### Hildesheimer Tag des Stiftungsmanagements

Der Bundesverband Deutscher Stiftungen richtet den Tag des Stiftungsmanagements einmal jährlich mit Unterstützung der Stiftung Universität Hildesheim exklusiv und ohne Teilnahmebeitrag für seine Mitgliedsstiftungen aus. Die Tagung eignet sich insbesondere für kleinere und mittelgroße Stiftungen. Der diesjährige Termin ist der 6. September.

► [www.stiftungen.org](http://www.stiftungen.org)

### Einführungskurs

Für alle Einsteiger ins Feld des Fundraisings bietet das Kampagnenforum in Zürich einen eintägigen Einführungskurs. Die Zielgruppe sind Mitarbeiter kleinerer bis mittlerer NGOs ohne bisherige Fundraising-Erfahrungen. Termin ist der 24. August, die Seminarleitung übernimmt Jan Uekermann vom Major Giving Institute.

► [www.kampagnenforum.ch](http://www.kampagnenforum.ch)

### Online-Fundraising

Die Fundraising Akademie bietet in diesem Jahr noch zwei Termine mit Kursen zum Online-Fundraising. Am 10. September in Berlin und am 7. November in Bielefeld führt Jona Hölderle (Pluralog) in die Suchmaschinenoptimierung ebenso ein wie in Social Media und den Bereich der Spendenplattformen und der Neuspendergewinnung.

► [www.fundraisingakademie.de](http://www.fundraisingakademie.de)

### Grundlagen einer Freiwilligenagentur

Die Fortbildung mit zwei Basismodulen vermittelt einen Eindruck von der Vielfalt der Freiwilligenagenturen und liefert zahlreiche Anregungen für den eigenen Arbeitsalltag. Dazu lädt die Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen e.V. am 17./18. September und am 14./15. November nach Würzburg. Anmeldeschluss ist der 31. August.

► [www.bagfa.de](http://www.bagfa.de)

### Non-Profit-Führungskräfte

Einen Kurs mit Management-Programm für Non-Profit-Führungskräfte veranstaltet die WHU – Otto Beisheim School of Management vom 17. bis 21. September in Düsseldorf. Das Programm richtet sich an Teilnehmer mit mindestens fünf Jahren Management-, Führungs- oder Projektleitungserfahrung bei Non-Profits oder ähnlicher Qualifikation. Über eine Teilnahme wird per Bewerbung entschieden.

► [www.stiftungsakademie.de](http://www.stiftungsakademie.de)

## Führen & leiten

„Management in der Expressgesellschaft – Führen und Leiten in agilen Strukturen und Arbeitswelten“: Unter diesem Motto ist die Evangelische Hochschule Darmstadt im November wieder Veranstaltungsort des Social Talk. Es wird dabei also um Arbeit und deren Zukunft gehen: Globalisierung, demografische Veränderungen, Migration. Das alles sind Faktoren, die neue Möglichkeiten, aber auch Notwendigkeiten entstehen lassen. Experten aus der Wissenschaft und der Praxis werden sich diesem Themenkomplex aus unterschiedlichen Richtungen nähern.

Social Talk 2018 am 13. November in Darmstadt

► [www.izgs.de/social-talk-2018](http://www.izgs.de/social-talk-2018)

## Achtsam & nachhaltig

Der Austausch zwischen allen gesellschaftlich relevanten Gruppen steht im Fokus des CSR-Forum im Oktober – die Unternehmen, die Politik und Verwaltung, die Medien, die Wissenschaft, NGOs sowie die Bürgergesellschaft. Natürlich kommt auch bei dieser Veranstaltung niemand um die Digitalisierung großer Arbeits- und Lebensbereiche herum. Ein weiteres Themenfeld wird lokale Verantwortung gegenüber globaler Konkurrenz darstellen. Auch und nicht zuletzt sind es die gesellschaftlichen Werte, die in die Diskussion mit einfließen.

Deutsches CSR-Forum 2018

am 8. und 9. Oktober in Stuttgart

► [www.csrforum.eu](http://www.csrforum.eu)

## Luft nach oben



Die Luft nach oben nutzen und Potenziale heben: Dazu will der diesjährige Sächsische Fundraisingtag am 30. August an der Technischen Universität Dresden verhelfen. Deshalb motiviert gleich zu Beginn der Veranstaltung der Impulsvortrag genau dazu. Jan Uekermann und Marita Haibach (Major Giving Institut) werden Tipps zur aktiven Ansprache von Großspendern geben. Am Nachmittag werden sie das Thema dann in ihrem gemeinsamen Seminar vertiefen. Und da sich der Sächsische Fundraisingtag bekanntlich auch immer dem Kirchenfundraising widmet, können die Teilnehmer dieses Mal erfahren, wie man in einer 350-Seelen-Gemeinde konfessionslose Einwohner dazu bewegt, für die Sanierung des Gotteshauses zu spenden. Insgesamt stehen zehn Seminare auf dem Programm.

Sächsischer Fundraisingtag am 30. August in Dresden

► [www.fundraisingtage.de](http://www.fundraisingtage.de)



Fachhochschule Nordwestschweiz  
Hochschule für Wirtschaft

### Kommunikation für Nonprofit-Organisationen (NPO)

Erfolgreiches Kommunizieren in NPO motiviert Mitarbeitende, überzeugt Geldgeber und sorgt für eine positive Medienpräsenz. Das Know-how dazu vermittelt der berufs begleitende Studiengang «Kommunikation für NPO» (Certificate of Advanced Studies).

**Information und Anmeldung:** [marianne.bucca@fhnw.ch](mailto:marianne.bucca@fhnw.ch), T +41 62 957 22 26

[www.fhnw.ch/wirtschaft/weiterbildung/npo-kommunikation](http://www.fhnw.ch/wirtschaft/weiterbildung/npo-kommunikation)

## Für Stiftungen

Fachtag mit internationalen Referenten  
lädt nach Stuttgart

Der Fundraising-Berater Tony Myers könnte dem einen oder anderen Fundraiser bereits ein Begriff sein. Der Kanadier war beispielsweise schon im Rahmen des Fundraising-Kongresses in Berlin zu erleben. Die Fachgruppe Stiftungen des Deutschen Fundraising Verbands konnte ihn nun als Keynote-Speaker für den Fachtag Stiftungsfundraising Ende September in Stuttgart gewinnen. Zusätzlich wird er eine Masterclass geben. Für weiteres internationales Flair sorgt Lucy Blythe (Philia International) mit ihrer Masterclass „Working with Board Members“. Weitere Themen des Fachtages sind Machbarkeitsanalyse und integrative Kulturarbeit.

Bereits am Vorabend des Hauptprogramms findet ein Empfang mit Impulsvortrag und der Möglichkeit zum entspannten Networking statt.

Fachtag Stiftungsfundraising am 27. und 28. September in Stuttgart  
► [www.dfrv.de](http://www.dfrv.de)



**Jetzt  
Ihren Platz  
sichern!**

**Berufsbegleitende Weiterbildung  
Großspenden-Fundraiser/in**

- \* Leitung: Dr. Marita Haibach & Jan Uekermann
- \* Weitere Referent/innen: erfahrene Großspenden-Fundraiser/innen, Fachexpert/innen sowie Philanthrop/innen
- \* 3 Seminarblöcke plus individuelles Coaching  
24. - 26.01.2019 | 21. - 23.03.2019 | 16. - 18.05.2019  
in Tagungshäusern nahe Mainz und Erfurt

**Wege zu mehr Philanthropie:**  
Major Donors  
finden  
gewinnen  
binden



[www.major-giving-institute.org](http://www.major-giving-institute.org)

## Zukunft aktiv gestalten

Digitale Transformation, modernes Controlling und der wirkungsvolle Einsatz von Ressourcensteuerung: Die 25. Ausgabe des NPO-Kongresses Mitte Oktober in Wien will die Zukunft aktiv gestalten. Vorträge, Workshops, Vernetzung und Austausch stehen auf dem vielfältigen Programm. Eins der Themen lautet „Wie manage ich (m)ein Talent?“, dem sich Markus Hengstschläger (Medizinische Universität Wien) widmet. In diesem Jahr sind erstmalig auch Stiftungen eingeladen.

25. NPO-Kongress am 17. und 18. Oktober in Wien  
► [www.controller-institut.at](http://www.controller-institut.at)

## Berufsbegleitend für Kunst und Kultur

Die Fachhochschule Potsdam bietet eine berufsbegleitende Weiterbildung mit Hochschulzertifikat im Bereich Kulturfinanzierung. Die Teilnehmer erfahren Grundlagen, Strategien und Wege in der Praxis des Fundraising für Kunst und Kultur. Im Zentrum stehen öffentliche Zuwendungen, private Spenden und Stiftungsmittel, Sponsoringpartnerschaften sowie selbst erwirtschaftete Mittel. Der Kurs geht von Mitte September bis Mitte März 2019 und umfasst fünf Module. Anmeldeschluss ist der 27. August.

► [www.fh-potsdam.de](http://www.fh-potsdam.de)

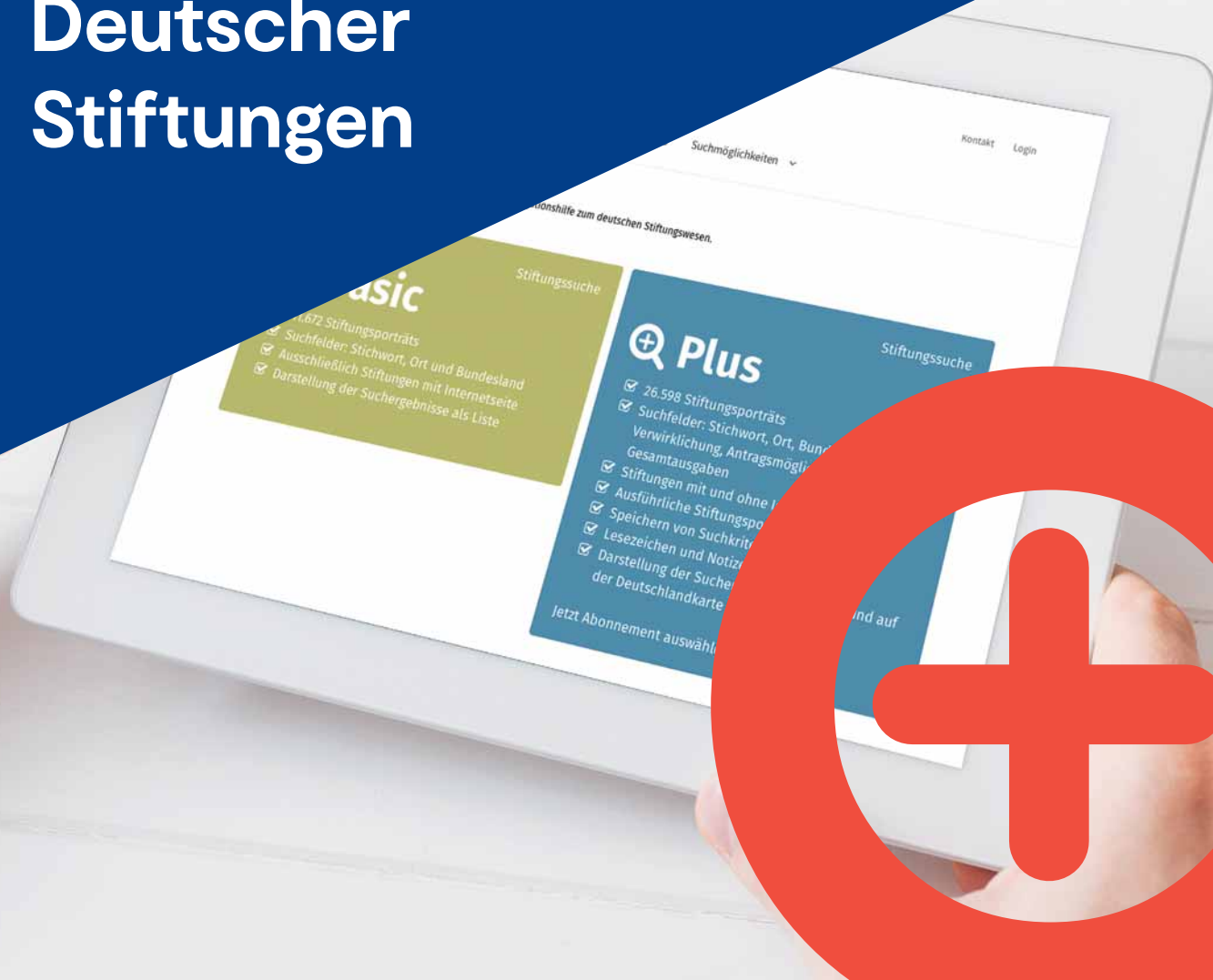
## Bürgerstiftungen und Demokratie

Wie halten es die Bürgerstiftungen mit der Demokratie? Diese Frage steht im Mittelpunkt des diesjährigen Bürgerstiftungskongresses im Herbst. Anhand von Impulsen und Bürgerstiftungsbeispielen, im Austausch und in der Diskussion wird das Verständnis für Demokratie geschärft und gefragt, welche Rolle sie in der täglichen Bürgerstiftungsarbeit spielt. Wer gestaltet Demokratie und wie? Welche Ziele werden verfolgt und auf welcher Grundlage?

Bürgerstiftungskongress 2018 am 14. und 15. September in Neuss  
► [www.buergerstiftungen.org](http://www.buergerstiftungen.org)



# Stiftungssuche Plus: Das Online-Verzeichnis Deutscher Stiftungen



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

#### Jetzt Online-Abo abschließen:

Mitglieder: ab 19,99 Euro pro Monat  
Nichtmitglieder: ab 39,99 Euro pro Monat

#### Oder Printausgabe bestellen:

Mitglieder: 139,- Euro  
Nichtmitglieder: 199,- Euro

[www.stiftungssuche.de](http://www.stiftungssuche.de)



Bundesverband  
Deutscher  
Stiftungen

## Mach mit!



Wenn Meetings dröge und ergebnislos sind, sind immer die anderen schuld, gell. Dabei kann und sollte jeder mit anpacken, um jeden Termin zu einem Erfolg zu machen. Nudging ist dabei eine in Mode gekommene Methode, die sich so einfach aber gar nicht zusammenfassen lässt. Vereinfacht handelt es sich um (neue) Impulse und Denkanstöße. So können Sie sich beispielsweise mal fragen, wie Chuck Norris wohl Ihre aktuelle, zu klärende Situation angehen würde. Da kommt Leben in die Bude. Vorausgesetzt, alle kennen „Texas Ranger“. Sonst befragen Sie einfach den Dalai Lama.

Martin J. Epler, Sebastian Kernbach. *Meet up! Einfach bessere Besprechungen durch Nudging.* Verlag Schäffer Poeschel. 2018. 174 Seiten.  
ISBN: 978-3-79103-974-9.  
[D] 19,95 €, [A] 20,60 €, CHF 27,90.

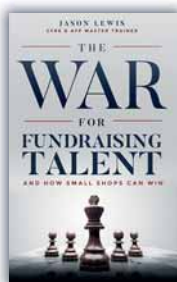
## Dienst am Kunden



Wie erklärt sich eigentlich der Erfolg der Hotelkette „Motel One“, die vor gerade mal 18 Jahren gegründet wurde, aber schon in acht Ländern mit mehr als 60 Hotels vertreten ist? Das Buch erläutert nicht nur die Theorie des Dienstleistungsmarketings und die dazugehörigen Werkzeuge für KMU, sondern beleuchtet über eine Vielzahl an Porträts genau solcher Unternehmen aus unterschiedlichen Bereichen ebenso die Praxis. Das sorgt dafür, dass die Lektüre gar nicht erst trocken werden kann. Marketing-Sprech bleibt schön außen vor. Das macht dieses Buch allen zugänglich.

Veronika Bellone, Thomas Matla. *Praxisbuch Dienstleistungsmarketing. Inspirationen, Strategien und Werkzeuge für KMU.* Campus Verlag. 2018. 325 Seiten.  
ISBN: 978-3-59350-857-3.  
[D] 49,95 €, [A] 51,40 €, CHF 62,80.

## Stay with me!



Welche Rahmenbedingungen müssen geschaffen werden, um Fundraiser für Ihre Organisation zu gewinnen und langfristig zu binden? Dieser Frage geht Jason Lewis in seinem aktuellen Nachschlagewerk für gemeinnützige Organisationen nach. Dass seine Ausarbeitungen auch relevant für Organisationen in Deutschland sind, zeigt sich bereits auf den ersten Seiten. Gleich zum Einstieg wird der Vergleich zum Fachkräftemangel im Bereich der Pflege gezogen – sicherlich auch ein Resultat mangelnder und unattraktiver Rahmenbedingungen.

Wie sollte eine Organisation sich also im Fundraising aufstellen, um erfolgreich zu sein? Welcher Stellenwert wird professionellen Fundraising-Strukturen zugetragen? Warum werden ausgerechnet kleine Organisationen in der Rekrutierung gewinnen? Dabei spielt die gelebte Kultur im Umgang und Respekt gegenüber den Förderern innerhalb der Organisation eine zentrale Rolle. Nur, wer eine wirklich bedeutungsvolle Beziehung zu seinen Förderern anstrebt, wird gewinnen. Oberflächlichkeit wird von Förderern abgestraft.

Das Buch gibt einen Denkanstoß und beinhaltet hilfreiche Checklisten. Insbesondere für Organisationen, die sich mit dem Aufbau von professionellen Fundraising-Strukturen beschäftigen, werden hilfreiche Tipps und nützliche Argumentationen für die notwendigen Diskussionen geboten, die innerhalb einer Organisation – auch auf Management-Ebene – geführt werden (müssen), wenn das Fundraising systematisch und „fördererzentriert“ aufgebaut werden soll.

**Miriam Wagner-Long**

Jason Lewis. *The War for Fundraising Talent. And how small shops can win.* Gatekeeper Press. 2018. 108 Seiten.  
ISBN: 978-1-61984-869-6.  
[D] 13,93 €, [A] 16,99 €, CHF 20,50.

## Abgesichert



Haftung im Schadensfall, Steuerfragen bei Honoraren und der Umgang mit Spenden: Ehrenamtler tun sich und der Gesellschaft etwas Gutes, müssen sich aber bewusst sein, dass es auch rechtliche Regelungen rund um ihre Tätigkeit gibt. Die wichtigsten hat die Verbraucherzentrale in einem Ratgeber zusammengefasst. Dass dies in engem Zusammenhang mit dem Vereinswesen steht, liegt auf der Hand. Dabei sind die Ausführungen so allgemein gehalten, dass es sich wirklich lohnt, das Buch im Regal zu haben. So kann man bei Bedarf schnell nachschlagen.

Bernd Jaquemoth. *Vereinsrecht und Ehrenamt.* Verbraucherzentrale. 2018. 180 Seiten.  
ISBN: 978-3-86336-639-1.  
[D] 14,90 €, [A] 12,90 €, CHF 20,80.

## Gut sichtbar



Trotz der Tatsache, dass jeder von uns täglich eine Flut von E-Mails erhält, stellt dieser Kanal nach wie vor ein wichtiges und wirksames Marketing-Instrument dar. Was aber kann man tun, um aus der großen Masse herauszuragen? So verblüffend das auch klingen mag: Es beginnt nicht zuletzt mit einer angemessenen Betreffzeile. Was angemessen bedeutet, erklärt dieses Buch ebenso wie den richtigen Aufbau eines eigenen Adressverteilers. Bei Beachtung aller Hinweise schafft man es nicht nur, dass der Empfänger die E-Mail öffnet, sondern sie auch liest.

Torsten Schwarz. *Erfolgreiches E-Mail-Marketing. Adressgewinnung, Newsletter-Gestaltung, Software, Monitoring.* Haufe Verlag. 2017. 287 Seiten.  
ISBN: 978-3-64809-538-6.  
[D] 34,95 €, [A] 36,00 €, CHF 48,85.

## Engagiert



Das Gemeinnützigkeitsrecht gehört nicht unbedingt zu den beliebtesten Themen im Small Talk. Angesichts seiner Komplexität erscheint es fast als ironisch, dass es ja eigentlich dazu gedacht ist, gesellschaftliches Engagement zu fördern. Um in diesem Bereich aktuelle Hilfe anbieten zu können, hat die Beratungsagentur Schomerus ihren Ratgeber für Gemeinnützigkeit überarbeitet und die mittlerweile vierte Auflage vorgelegt. Der steuerrechtliche Teil bildet dabei nach wie vor den Kern des Buches. Die Aspekte Umsatzsteuer, Mittelverwendung und Bilanzierung von Spenden bilden einen eigenen Abschnitt. Nicht zuletzt aufgrund der andauernden Niedrigzinsphase werden Stiftungen und deren Vermögensverwaltung gesondert behandelt. Arbeitsrecht und mögliche Formen von Kooperationen gemeinnütziger Einrichtungen werden ebenso beleuchtet. Insgesamt teilt sich der Ratgeber in elf Kapitel, deren Lektüre wichtige Orientierung in der Praxis gibt. Ein Stichwortregister könnte den Nutzen eventuell noch erhöhen.

Schomerus & Partner mbB (Hrsg.).  
Gemeinnützigkeit – Steuern und Gestalten.  
Der Band (4. Auflage) ist kostenlos erhältlich bei  
joerg.schepers@schomerus.de

## Ethisch



Es gilt als äußerst zeitgemäßes Verhalten, über den eigenen Konsum zum einen eine verantwortungsbewusste Haltung zu demonstrieren als zum anderen durch eben das individuelle Kaufverhalten bestimmte Wertschöpfungs- und Lieferketten wenn nicht mitzugestalten dann wenigstens zu befördern oder eben zu meiden. Dieser große Trend hat den Handel bereits mit globalen Auswirkungen verändert und stark differenziert. Der Verbraucher am Ende einer Kette betrachtet dabei aber eben nicht allein ökonomische, sondern mit entscheidender Gewichtung auch ökologische und soziale Faktoren. Inwieweit schafft es aber bislang der Handel, den Erwartungen und Bedürfnissen ebenjener kritischen Konsumenten gerecht zu werden?

Bio-Produkte machen nur einen kleinen Bereich des Themas aus. Sharing Economy, regionale Produkte und Veganismus werden vor dem Hintergrund unterschiedlicher Generationen beleuchtet. Das Buch zeigt damit auf, welches Wertesystem im Detail dahinter steckt und was das für die Zukunft bedeutet.

Andreas Reger. Formen und Auswirkungen  
des ethischen Konsums in Deutschland.  
Tectum Verlag, 2018. 324 Seiten.  
ISBN: 978-3-82884-113-0.  
[D] 34,95 €, [A] 35,90 €, CHF 48,85.

## Abseitig denken



Hinter den Begriffen Digitalisierung und digitale Transformation stecken weitaus komplexere Strukturen und Veränderungsprozesse als das bloße Übertragen von analog abgewickelter Informationsverarbeitung in computergestützte Inhalte. Die Digitalisierung bringt nicht nur die Notwendigkeit, sondern auch die Chance einer teilweisen bis kompletten Neuaufstellung ganzer Unternehmen mit sich. Das erfordert in Ansätzen auch irgendwann und immer wieder neue Blickwinkel auf bisherige Prozesse. Die Autoren dieses Bandes wollen in erster Linie motivieren und Mut machen, die Möglichkeiten ohne Furcht zu erkennen. Deshalb ist genauso die Rede von „gesunder Paranoia“ wie auch die Aufforderung an den Leser ergeht „die Karre in den Dreck“ zu setzen. Anders formuliert: Der Leser soll einfach mal die bekannte Straße verlassen und querfeldein fahren, im übertragenen Sinn natürlich. Risikoaversion ist normal, wurde bislang aber bekanntlich nicht damit belohnt, dass man Neues entdeckt hat. Mut lohnt sich!

Ulf Bosch, Stefan Hentschel, Steffen Kramer.  
Digital Offroad. Erfolgsstrategien für die digitale  
Transformation. Haufe Verlag, 2018. 230 Seiten.  
ISBN: 978-3-64810-931-1.  
[D] 24,95 €, [A] 25,70 €, CHF 34,85.

# bussgeld- fundraising.de

## Adressen Gerichte und Staatsanwaltschaften

- über 9.000 personalisierte Entscheideradressen online verfügbar
- jederzeit aktualisierbar
- zielgruppengenaue Selektion
- „preiswert kaufen statt teuer mieten“

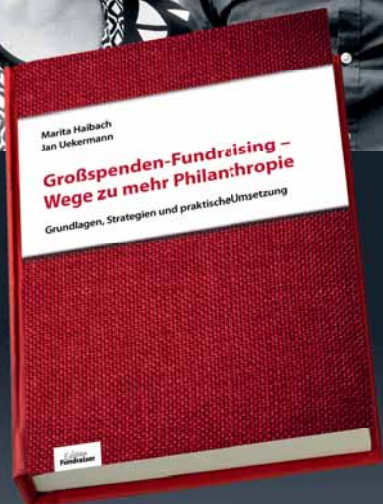
## Fullservice: Mailings und Geldauflagenverwaltung

Wir übernehmen auch die komplette Mailingplanung und -abwicklung sowie die fachkundige und zuverlässige Verwaltung der Ihnen zugewiesenen Geldauflagen.



Mit  
**Geldauflagen**  
erfolgreich Projekte  
**finanzieren**

# Großspenden können Großes bewirken.



## Das neue Buch von Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann

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

Jetzt bestellen unter [edition-fundraiser.de](http://edition-fundraiser.de) ... oder im Buchhandel

### Für „alle“



Interessenvertretung ist eine der Hauptaufgaben eines Verbands. Grundlegend betrachtet können jene Interessen der Mitglieder aber recht unterschiedlich ausfallen. Desto größer ist die Aufgabe erfolgreicher Kommunikation von Verbänden. Im Online-Bereich ist das eine noch größere Herausforderung. Lobbyarbeit ist hier mit besonderen strategischen Notwendigkeiten verbunden, wenn sie erfolgreich sein soll. Der Autor grenzt diesen Bereich deutlich von den Bedingungen für Public-Interest-Organisationen ab. Das ist gut, aber keine Lektüre für den Anfänger.

Ralf-Thomas Hillebrand. *Online-Kommunikation für Verbände. Wie Ihre Botschaften die Zielgruppen sicher erreichen und überzeugen.* Verlag Springer Gabler. 2018. 334 Seiten. ISBN: 978-3-65813-266-8. [D] 44,99 €, [A] 46,06 €, CHF 59,60.

### Im Kopf des Kunden



Die Technik verändert sich rasant, das menschliche Gehirn hingegen nicht. Wenn man also erst einmal weiß, wie der Mensch tickt, ist es möglich, Technik so zu entwickeln, dass sie den Menschen optimal abholt. Nur ist das ja eben nicht so einfach. Noch immer ist Neuromarketing eine komplexe Sache. Dieses Buch erläutert, wie man sich die Tatsache, dass so oft emotionale Entscheidungen vor rationalen Erwägungen kommen, zunutze machen kann, um Kunden zielgruppengerecht im Internet anzusprechen und nachhaltig an sich zu binden.

Ralf Pispers, Joanna Rode, Benjamin Fischer. *Neuromarketing im Internet. Gehirngerechtes Kundenerlebnis in der digitalen Welt.* Haufe Verlag. 2018. 208 Seiten. ISBN: 978-3-64810-899-4. [D] 29,95 €, [A] 30,80 €, CHF 41,85.

### Global kritisch



Dass Gegenwürfe zu allgemeinen Globalisierungsbestrebungen entstehen, ist nicht neu, wenn auch das Ausmaß möglicherweise so noch nicht da gewesen ist. Die Welt erscheint mit jedem Tag komplexer, das Leben schneller, oberflächlicher und, das wohl als eklatantester Punkt, unübersichtlich und unkontrollierbar. Globalisierungsgegner sind aber ja eben gerade nicht automatisch in ihrer Freizeit gern filzende Posthippies mit Hang zur Verklärung scheinbar idyllischer Vergangenheiten. Den Rückzug ins Private kann es so gar nicht geben, viel zu differenziert sind die Möglichkeiten und die gelebten Kritikansätze.

Die Autorin betrachtet deshalb das Feld der Globalisierungskritik von mehreren Seiten: Rationale Erfahrungen spielen für sie genauso eine Rolle wie religiöse oder rein emotionale. Motive, Ziele und Formen tatsächlichen Engagements bilden dabei für sie den Kern der Analyse. Mit ihrem Hintergrund in der Politischen Theorie bleibt die Autorin bei ihren Betrachtungen frei von Urteilen und bewegt sich ausschließlich in einem akademischen Referenzrahmen. Das bedeutet gleichzeitig, dass keine Individuen „von der Straße“ zu Wort kommen, sondern das Ausgangsmaterial für dieses Buch in der bisherigen (akademischen) Debatte der Thematik liegt. Daraus wiederum folgt, dass die Ausführungen in der rhetorischen Reflexion bleiben, was aber kein qualitatives Merkmal darstellt. Ein Praxisratgeber für Globalisierungskritiker ist das also nicht.

Christine Unrau. *Erfahrung und Engagement. Motive, Formen und Ziele der Globalisierungskritik.* transcript Verlag. 2018. 378 Seiten. ISBN: 978-3-83764-238-4. [D] 34,99 €, [A] 36,00 €, CHF 48,90.

## Ganz anders



Wer möchte nicht geliebt werden? Und das Schönste ist doch, wenn die eigenen Spender in „ihre“ Organisation verliebt sind, oder? Schlussendlich können diese nämlich auch einen emotionalen Nutzen mit ihren Spenden erleben. Aber alle anderen, die (noch) Nicht-Spender, sind ebenso relevant. Davon sind die Autoren dieses Ratgebers für Marketing und Kommunikation überzeugt, der alles andere als trocken daherkommt. Die 50 Kapitel bieten jeweils eigene Impulse, sodass der Leser auch ganz ohne Systematik im Buch vor- oder zurückblättern kann. Dabei geht es aber eben gerade nicht um konkrete Beispiele aus dem Alltag. Der Leser soll hier Anregungen finden, sich innerhalb der eigenen, individuellen Situation eine maßgeschneiderte Taktik zu stricken, statt nur Ideen anderer zu kopieren. Dann schaffen Sie so, wie es der Sänger Paul Potts getan hat, Ihren eigenen „Opernsänger-Effekt“. Das macht Sie einzigartig.

Christian Gold, Christian Remiger. *Redesign im Kopf. Kreative Impulse und Ideen für Marketing und Kommunikation.* Haufe Verlag. 2018. 215 Seiten. ISBN: 978-3-64810-925-0. [D] 19,95 €, [A] 20,60 €, CHF 27,90.

## Heißer Draht



Am Telefon muss man argumentieren und überreden. Schließlich will man einen Spender als solchen gewinnen oder halten. Der Autor dieses Buches ist aber der Meinung, dass genau das gar nicht der richtige Weg ist. Entscheidend sind für ihn vielmehr Wertschätzung und Akzeptanz des Gegenübers als Basis für erfolgreiche Kommunikation.

Nun sind Fundraiser telefonisch nicht in jedem Fall in der Kaltakquise unterwegs, trotzdem lohnt es sich, dieses Buch zur Hand zu nehmen. Näher an der Praxis als es dieser Ratgeber ist, kann man wohl kaum sein. Die Fülle angebotener Strategien und dafür vorgestellter Textbausteine ist so umfangreich wie auch nachvollziehbar erläutert. Besonders interessant sind die eingestreuten fiktiven Dialoge mit der Vertrieblerin Anna Sommer, die gern mal ihre Einwände und Zweifel formuliert. Obendrauf gibt es noch jede Menge Übungen. Damit bricht man alte Muster auf.

Tim Taxis. *Heiß auf Kaltakquise. So vervielfachen Sie Ihre Erfolgsquote am Telefon.* Haufe Verlag. 4. Auflage, 2018. 247 Seiten. ISBN: 978-3-64801-991-7. [D] 24,80 €, [A] 25,50 €, CHF 34,65.



[www.verbaendeseminare.de](http://www.verbaendeseminare.de)

## Steuerliche und gesetzliche Veränderungen Risiken und Probleme rechtzeitig erkennen Gestaltungsspielräume nutzen



### UPDATE: Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen

10. Oktober 2018 in Berlin

### Besteuerung der Wirtschafts- und Berufsverbände

05. November 2018 in Bonn

### AKTUELL! Besteuerung von Körperschaften des öffentlichen Rechts (KdöR)

28. November 2018 in Berlin

\*Datenschutzgrundverordnung

Sie erreichen uns telefonisch unter (02 28) 93 54 93-20  
oder per E-Mail [info@verbaendeseminare.de](mailto:info@verbaendeseminare.de)

Kooperationspartner



**Verbände**  
report  
Das Fachmagazin  
für die Führungskraft  
der Verbände

# Fragebogen: Katrin Rohde lebt für



Eine abenteuerliche und schicksalhafte Reise nach Westafrika veranlasst Katrin Rohde, ihren gesamten Besitz zu verkaufen, um von Deutschland nach Burkina Faso auszuwandern. In ihrer Biografie „Mama Tenga – mein afrikanisches Leben“ berichtet sie anschaulich, wie sie begann, sich in der Hauptstadt Ouagadougou der Straßenjungen anzunehmen, die dort ein erbärmliches Leben zwischen Hunger, Drogen und Kriminalität führen.

Katrin Rohde hat in den folgenden Jahren – immer gemäß dem Grundsatz »Hilfe zur Selbsthilfe« – zahlreiche Einrichtungen für Kinder und Jugendliche aufgebaut: Waisen- und Frauenhäuser, Krankenstationen, Werkstätten, Ausbildungsplätze und Beratungsstellen für Mädchen und Frauen und vieles mehr.

Mit viel Selbstbewusstsein, Mut und Disziplin, mit Humor und afrikanischem Gleichmut verwirklicht sie unter oft schwierigen Bedingungen ihre Ideen und Projekte. Heute kennt jeder dort Katrin Rohde als Mama Tenga – Mutter Vaterland.

Die Powerfrau mit dem großen Herzen wurde 1948 in Hamburg geboren, absolvierte ihr Abitur in Oxford und eröffnete bereits mit 24 Jahren ihre erste Buchhandlung. Mit 40 Jahren reist sie das erste Mal nach Burkina Faso, um traditionelle Medikamente für einen Afrikaner in Schleswig-Holstein zu holen. Nur wenige Jahre später wanderte für immer dorthin aus. Burkina Faso gehört zu den ärmsten Ländern der Welt. Die Leidtragenden dieser Armut sind meist die Kinder und so gründete Katrin Rohde 1995 den Verein AMPO – Association managré nooma por les orphelins, d.h. Verein für Waisen: Das Gute geht nie verloren. In den letzten Jahren sind zahlreiche Einrichtungen und viele Projekte für bedürftige Kinder, Jugendliche, Frauen und Menschen mit Behinderung entstanden. ■

► [www.sahel.de](http://www.sahel.de)

## 1. Bitte ergänzen Sie folgenden Satz:

Ein guter Tag beginnt ...

*... mit einem Dankgebet, natürlich. Noch ein neuer Tag, und ich gehöre dazu, was für ein Geschenk!*

## 2. Was wollten Sie als Kind werden?

*Tänzerin oder Journalistin*

## 3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

*„Save the date“ – können wir nicht mehr deutsch sprechen? Da wird alles so nachgeplappert, ohne nachzudenken. Retten sollte man vielleicht den Wald, Fischreihher oder hungernde Kinder, aber nicht ein Datum.*

## 4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

*Die Abschaffung von Monsanto. Die Welt leidet entsetzlich darunter – und damit wir alle. Umstellung auf Bio, gerade für das gesamte Westafrika mit seinen kleinen Anbauflächen, das wär's!*

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

*Das gleiche, was ich tatsächlich getan habe, nämlich alles daranzusetzen, Kindern auf der Welt gleiche Chancen zu verschaffen. Bildung ist alles in den ärmsten Ländern der Welt, nur dadurch können wir verantwortungsbewusste, kluge und mitfühlende Menschen finden. Seit 25 Jahren mache ich in Burkina Faso nichts anderes als meine Aufgaben bei AMPO, und die Erfolge sind so vielversprechend, unglaublich!*

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

*Dem afrikanischen Direktor aller sieben Projekte von AMPO, Denis Yameogo – ein Mann, der sich Tag und Nacht für Arme einsetzt und sich seiner Verantwortung stellt, er ist bewundernswert menschlich und verzeihend. Und dabei behält er die Übersicht über verschiedene große Projekte.*

# Afrikas Kinder

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

*„Her mit Ihrem Geld – ich habe gute Verwendung dafür!“ Teilen ist eine Verpflichtung für jeden, der in Deutschland lebt. Hier leben alle im Überfluss, auch die ärmeren Menschen. Wenn man kein Geld hat, kann man stattdessen auch seine Zeit hergeben. Es ist jedem möglich zu helfen.*

## 8. Wer ist für Sie ein Held?

*Dietrich Bonhoeffer*

## 9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

*Den habe ich schon, ich lebe gleichzeitig in Ouagadougou und in Hamburg. Immer drei Monate mit den Kindern in Afrika, und drei Monate brauche ich in Europa, um Gelder für alle Projekte zu finden; fast zwei Millionen Euro benötige ich im Jahr für alles.*

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

*Löcher in die Luft gucken – spätestens beim dritten Loch fällt mir dann ein, was ich noch alles zu tun habe!*

## 11. Worüber können Sie lachen?

*Gott sei Dank über mich selbst, und da lachen dann alle Afrikaner auch herzlich mit. Die Lebensfreude in Burkina Faso ist trotz (oder wegen?) der Armut überwältigend.*

## 12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

*Was ist ein Fehler? Unaufrichtigkeit, Bereicherung und Ichbezogenheit verzeihe ich nicht, aber zum Beispiel Diebstahl wegen Hungers – bei uns in Afrika häufig – den schon!*

## 13. Was war früher besser?

*Es gab kein Fernsehen – dies ist wohl der allerschädlichste Einfluss auf unserem Planeten.*

## 14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

*„Es war gerade kein anderer da, so tat sie, was sie konnte.“*

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

*...eine Ehre. Derjenige nämlich, der wahrhaft teilt, ist ein ehrenhafter Mensch. Das tut auch gut, denn natürlich kommt ja auch alles Gute zum Spender zurück: Das Gute geht nicht verloren. So eine klare Spende kann jeder Bedürftige dann auch dankbar und mit gutem Gewissen annehmen.*



# Wissen testen

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

Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir diesmal drei Freikarten für die internationale Fachmesse für Museums- und Ausstellungstechnik (MUTEC) in Leipzig. Unter dem Titel „Fundraising für Kulturgut“ werden am 8. November Praktiker aus NGOs mehrere Vorträge anbieten. Das Ticket für das Fachforum



# und gewinnen

„Fundraising für Kulturgut“ berechtigt zum gleichzeitigen Besuch der MUTEC und der parallel stattfindenden „denkmal“, der europäischen Leitmesse für Denkmalpflege. (Mehr dazu lesen Sie auf Seite 76.)

Außerdem verlosen wir drei Exemplare des Buches „Geben mit Vertrauen“ von Ise Bosch und Justus Eisfeld, das wir ab Seite 12 näher vorstellen. Und falls das alles nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!



Seite 26

**1** Mit kleinem Budget viel erreichen im Denkmalschutz: Diese Dorfkirche nennt ihre Fundraising-Kampagne...

- Q) Drei Euro für ein Hallelujah!
- R) Süßer die Glocken nie klingen!
- S) Bring Licht herein!



Seite 30

**2** Erwachsene Menschen im Hasenkostüm, und dann noch für den guten zweck. So was macht allen Ernstens...

- N) ein vegetarischer Karnevalsverein
- O) eine Biker-Gang
- P) ein Instagram-Influencer auf Drogen



Seite 38

**3** In Österreich hat sich eine neue Protestbewegung gebildet: die „Omas“. Wie lange gibt es die Gruppe schon?

- X) seit 12. Juni 1969
- Y) seit 15. Oktober 2017
- Z) seit 16. November 2017



Seite 42

**4** Die Wacken Foundation kümmert sich um musikalischen Nachwuchs. Welche Förderung schüttet sie jährlich aus?

- A) die Tantiemen aus „Highway to Hell“
- E) die Eintrittsgelder aus dem Festival
- I) rund 50 000 aus Spenden-Aktionen



Seite 66

**5** Big Data bestehen aus vielen Zahlen und noch mehr kleinen Teilen, hier illustriert mit einem Selbstporträt...

- A) des Künstlers Egon Schiele
- B) des Erfinders des Hexadezimalcodes
- C) des IT-Systemadmins der Redaktion



Seite 72

**6** Diese farbenfrohe Blumeninstallation feiert eine erfolgreiche Fundraising-Kampagne, aber wofür:

- L) Testamentspenden
- M) Urban Gardening
- N) keine Neophyten in Parkanlagen

**So geht's:** Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 6 ergeben das Lösungswort. Senden Sie dieses an [gewinnen@fundraiser-magazin.de](mailto:gewinnen@fundraiser-magazin.de) und schreiben Sie uns, welchen Preis Sie haben möchten. Vergessen Sie bitte die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie auch erreicht! Diese Daten werden nur im Zusammenhang mit dem Gewinnspiel verarbeitet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 31. August 2018. Viel Glück!



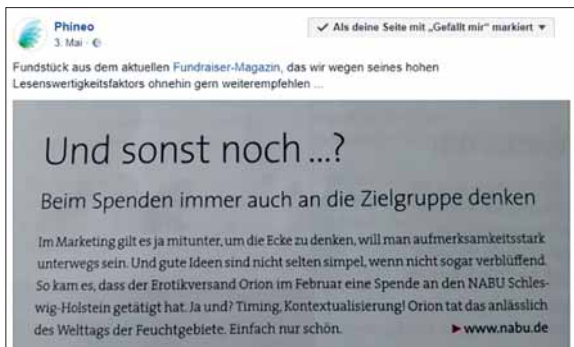
## Leser-Post und -Postings

### Was ist da los?

Zu „*Persönliche Gedanken...*“,  
*Fundraiser-Magazin 3/2018, Seite 35*

Mit großem Interesse habe ich den Beitrag von Herrn Uekermann über die (ausbleibende) #MeToo-Debatte im aktuellen Magazin gelesen. Auch ich wundere mich, dass Ihr Magazin über einen einseitigen Kommentar nicht hinausgeht. Auch ich frage mich: Was ist da los? Und finde ebenso, dass sich das ändern muss!

Besten Gruß aus Hamburg,  
Holger Harms, ROBIN WOOD e. V.



### Viele positive Rückmeldungen

Zu „*Mehr Agilität durch Teamentwicklung*“,  
*Fundraiser-Magazin 3/2018, Seite 20*

Herzlichen Dank für das Belegexemplar zu unserem Artikel. Ich bin überrascht, wie viele positive Rückmeldungen ich von Leuten bekomme, die ich nicht oder kaum kenne. Das zeigt ja nicht nur, dass das Thema ankommt, sondern vor allem auch Ihre Verbreitung und dass das Fundraiser Magazin intensiv gelesen wird.

Herzlichen Dank und sonnige Grüße aus Franken,  
Alf Pille, Landesbund für Vogelschutz in Bayern e. V.



### Sehr gelungen

Zum *Fundraiser-Magazin allgemein*

Die neue Ausgabe finde ich inhaltlich und gestalterisch sehr gelungen. Schöne Grüße in meine alte Heimat

Ronald Menzel-Nazarov, START-Stiftung

# Stiftungen managen



## StiftungsManager Recht, Organisation, Finanzen

Herausgegeben von  
**Prof. Dr. Burkhard Küstermann, Jörg Martin  
und Berthold Theuffel-Werhahn**  
Loseblattwerk, ca. 2.396 Seiten in 2 Ordnern,  
im Abonnement: Grundwerk € (D) 138,-, ca. 4 Ergän-  
zungslieferungen pro Jahr, ISBN 978-3-503-17878-0

Stiftungsrecht, Stiftungssteuerrecht, Vermögensanlage, Führung und Organisationsentwicklung: In der Stiftungsarbeit bewegen Sie sich in vielseitigen strategischen, operativen und juristischen Handlungsfeldern.

Der **StiftungsManager** bietet Ihnen das Rüstzeug, um Stiftungen und Nonprofits **in organisatorischer, rechtlicher und finanzieller Hinsicht** erfolgreich zu gestalten. Mit kontinuierlich qualitätsgeprüftem Fachcontent bleiben Sie zu allen wichtigen Entscheidungsbereichen der professionellen Stiftungspraxis auf Kurs.

Online informieren und bestellen:

 [www.ESV.info/17878](http://www.ESV.info/17878)

**ESV** ERICH  
SCHMIDT  
VERLAG

*Auf Wissen vertrauen*

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · Genthiner Str. 30 G · 10785 Berlin  
Tel. (030) 25 00 85-225 · Fax (030) 25 00 85-275 · [ESV@ESVmedien.de](mailto:ESV@ESVmedien.de) · [www.ESV.info](http://www.ESV.info)

## Aushilfskraft Fabian F. Fröhlich macht Urlaubsvertretung



*Jetzt geht sie wieder los, die schöne Sommerzeit. Es ist die Zeit der Freibäder und Eisdielen, die Zeit der Grillabende und Open-Air-Konzerte, die Zeit der Abwesenheitsnachrichten. Ja, der arbeitende Mensch hat Anspruch auf Urlaub, und der E-Mail-Versender hat Anspruch, dies zu erfahren. Und nein, ich bin nicht neidisch – ich schmore gern bei 30 Grad im Büro, wenn andere am Strand liegen.*

*Meistens steht ja auch in den Mails, wer die Urlaubsvertretung ist. Das finde ich wirklich spannend. Glaubte man der Personalabteilung, ist ja angeblich jeder Mitarbeiter ersetzbar. Der Wahrheitsgehalt dieser These zeigt sich in der Urlaubszeit. Ich habe das mal mittels Feldversuch bei uns im Verlag zu verifizieren versucht. Zum Beispiel in der Grafik-Abteilung. Da lachen sie gerade über folgenden Witz: Art-Director und Grafiker sehen sich die neuen Layouts an. Sagt der Art-Director: „Ja, schon ganz gut, aber statt des Fotos vom Sonnenuntergang nehmen wir besser ein Foto vom Sonnenaufgang.“ Wenn auch Sie jetzt zumindest gelächelt haben, eignen Sie sich als Urlaubsvertretung in der Abteilung. Wenn nicht, machen Sie's wie ich und vertreten woanders.*

*Es gibt so viele Berufe, die ich in den Ferien gern mal vertreten würde: Lehrer zum Beispiel oder Bademeister. Nicht so gern Schaffner bei der Deutschen Bahn – die genießen den Sommer in vollen Zügen. Auch in der großen Politik könnte ich als Abwesenheitsvertretung viel bewirken: durch professionelles Nichtstun. Wer nichts tut, kann auch keine Fehler machen. Immerhin muss man ja auch Verantwortung übernehmen, und wer will das schon?*

*Wenn man nun eine offizielle Urlaubsvertretung ist, sollte man dann auch die sogenannten Soft Skills der Kollegen doubeln? Ich sage eindeutig: Ja! Soziale Funktionen wie Kaffeeküchenklatsch, Falschparken, Zeitung klauen, letztes Kuchenteilchen in der Kantine wegschnappen gehören ohne Zweifel zu den Kernkompetenzen, ohne die Herr oder Frau Müller-Meier-Schulze nicht Herr oder Frau Müller-Meier-Schulze wären. Undenkbare! Ich gehe das jetzt mal trainieren – wird in den nächsten Wochen definitiv gebraucht. Schöne Urlaubszeit!*



Mehr von  
Fabian F. Fröhlich?

„Das Letzte –  
Kolumnen aus dem Fundraiser-Magazin“

Taschenbuch, 10 €

bestellen unter:

► [shop.fundraiser-magazin.de](http://shop.fundraiser-magazin.de)

**Ausgabe 5/2018 erscheint  
am 17. September 2018  
u. a. mit diesen Themen**

- Spendenbriefe
- Kommunizieren wir zu viel?
- DSGVO in der Schweiz

... und natürlich mit den Themen, die Sie uns schicken an  
[redaktion@fundraiser-magazin.de](mailto:redaktion@fundraiser-magazin.de)

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 5/2018 ist der 30.07.2018.

ISSN 1867-0563 – 13. Jahrgang

# Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

erscheint 2-monatlich.

Alle vorherigen Ausgaben stehen im Internet unter [archiv.fundraiser-magazin.de](http://archiv.fundraiser-magazin.de) kostenlos als PDF-Dateien zur Verfügung.

#### Herausgeber:

Matthias Daberstiel, Udo Lehner, Daniela Münster

#### Verlag, Produktion, Vertrieb:

Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden  
[verlag@fundraiser-magazin.de](mailto:verlag@fundraiser-magazin.de), [www.fundraiser-magazin.de](http://www.fundraiser-magazin.de)

#### Redaktionsleitung:

Daniela Münster (v. i. S. d. P.), [redaktion@fundraiser-magazin.de](mailto:redaktion@fundraiser-magazin.de)  
Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-70, Fax: -79

#### Korrespondenten:

**International:** Jan Uekermann,  
[jan.uekermann@fundraiser-magazin.de](mailto:jan.uekermann@fundraiser-magazin.de)

**Schweiz:** Katja Prescher, [katja.prescher@fundraiser-magazin.ch](mailto:katja.prescher@fundraiser-magazin.ch)

#### Anzeigen-Werbung:

[matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de](mailto:matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de)  
(verantwortlich), Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-80,  
Fax: +49 (0)3 51 8 76 27-79

Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 11 vom 1.12.2017

#### Druck:

Silber Druck oHG, Niestetal

Namentlich gekennzeichnete Beiträge spiegeln nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber wider. Für unverlangt eingesandte Beiträge und Fotos wird keine Haftung übernommen. Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages. Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 5/2018, die am 17.09.2018 erscheint, ist der 30.07.2018.

#### Fotonachweise:

Titelbild, S. 4 (Thema), S. 20/21 (Hintergrund): nild@photocase.com, S. 3: Udo Lehner, S. 4 (Menschen), S. 12 & S. 14 (Eisfeld): Taufiq Klinkenberg, S. 4 (Stiftung) & 42: Markus Felix, S. 6: René Grodde/atru.eu, S. 11: PrettyVectors@AdobeStock, S. 14: Lucas Wahl (Bosch), S. 20 & 22: Roland Rossner, S. 21 & S. 28: Filmarchiv Austria, S. 24 & 25: David von Becker, S. 30 (links oben) & S. 88: Frank Dziarnski, S. 30: Sylvia Schmidt (unten), René Grodde/atru.eu (Stehfest), S. 31: olly@fotolia.com, S. 35: adpepper, S. 38 & 88: Christopher Glanzl, S. 40: Stiftung der Deutschen Wirtschaft (links), René Grodde/atru.eu (Nitzsche), S. 48: Wolfgang Borrs (Brühl), Österreichisches Rotes Kreuz (Schöpfer), Rohde Fotografie Kaufbeuren (Götz), S. 49: Bjoern Haensler (Rogall), Robin Löscher (Brandão), PassStudio (Martens), C. Kovermann/terre des hommes (Beisel), David Bolley (Finkbeiner), Hans-Michael Riegel (Lichter), S. 52: Viktoria Kuehne, S. 64 & 65: Paul Olfermann, S. 70: StockEU@AdobeStock, S. 72 & 88: [office@ludwigschedl.com](mailto:office@ludwigschedl.com) (oben), Lilli Strauss, S. 79: Daniela Münster, S. 90: oza@fotolia, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der



# IHR LEITSYSTEM ZUM FUNDRAISING ERFOLG.

SEXTANT ist die Software für NPO.



[sextant-npo.net](http://sextant-npo.net)

Referenzen:



[amnesty.ch](http://amnesty.ch)



[caritas.ch](http://caritas.ch)



[greenpeace.ch](http://greenpeace.ch)



[blutspende.ch](http://blutspende.ch)



[menschenfuermenschen.org](http://menschenfuermenschen.org)

Erfolgreiches Fundraising  
Regel #2

Heute schon an  
morgen denken.



Wer wird sich in Zukunft mit Ihnen engagieren? Überzeugen Sie mehr Menschen von Ihrer Sache und sorgen Sie für Spender-Nachwuchs. Wir von adfinitas helfen Ihnen dabei: Mit maßgeschneiderten Mailing-Konzepten und sorgfältig ausgewählten Adresslisten gewinnen wir Ihre Neuspender. Gemeinsam können wir die Welt ein kleines bisschen besser machen! Übrigens: Alle weiteren Regeln für Ihren Fundraising-Erfolg finden Sie unter [adfinitas-fundraising.de/regeln](http://adfinitas-fundraising.de/regeln).