

FUNDRAISING magazin



**Kampagnen
im Fundraising**
Worauf es ankommt
wirklich



Online-Magazin

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



Fundraising-Shop

Fachbücher, Magazine und
Nützliches finden Sie unter
gutes-wissen.org



Fundraising-Jobs

Job-Portal für alle im
Non-Profit-Umfeld:
gutes-wissen.org

Thema

Fundraising-Kampagnen

Worauf es ankommt

Erfolgreiche Kampagnenführung	28
Strategien, Ziele und Umsetzung für nachhaltigen Erfolg	
KI in NGO-Kampagnen	30
Von Donor Retention über Storytelling bis Regenwaldschutz	
Effiziente Kampagnen-Kreation	32
Wie Sie Kreativität planen und sogar in einem Prozess steuern	
Von Bauchgefühl zu Evidenz	34
Keine Fundraising-Kampagne ohne Testen!	
Storytelling für Kampagnen	36
Wie authentische Geschichten Fundraising-Kampagnen wirkungsvoller machen	

Projekte & Stiftungen

Lebensräume ohne Profitdruck	22
Der österreichische Verein habiTAT realisiert solidarische Immobilienprojekte	
Für europäische Werte in Österreich	24
Fünf Millionen Euro für NGOs, die Grundrechte im digitalen Raum stärken	
Mit dem Smartphone ins Mittelalter	42
Die Stiftung Kloster Eberbach bringt steinerne Grabplatten zum Sprechen	
So fördern Stiftungen	44
Was wir aus den aktuellen Ergebnissen des Stiftungspanels lernen	
Abwehrkräfte stärken	46
Eine neugegründete Stiftung setzt sich in Österreich für Qualitätsjournalismus ein	

Praxis & Erfahrung

Interne Akzeptanz fürs Fundraising	76
Institutional Readiness kann nur von innen heraus gelingen	
Die Bedürfnisse potenzieller Freiwilliger	78
ASB-Studie zeigt psychologische Stellschrauben für mehr Engagement	
Gefahr durch Überweisungsträger	80
Wie Betrug traditionelle Spendenwege angreift – und was Organisationen tun können	
Nachlass-Spenden: Was Zahlen verraten	82
Wer spendet im Testament? Der Erbschaftsreport liefert Antworten	
Nicht nur Kondolenzspenden	84
Was wir von In-Memory-Giving aus Großbritannien lernen können	
Erfolg durch digitales Fundraising	86
Optimierte Prozesse, gesteigerte Einnahmen – ein Beispiel des ICRC zeigt den Weg	
Spenden annehmen oder ablehnen?	88
Wie Organisationen Entscheidungen fundiert treffen können	



Noch mehr lesen Sie in unserem
Online-Magazin unter
web.fundraising-magazin.de

Noch kein Abo?

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

Menschen



Thomas Laschyk

... steht als Chef des Anti-Fake-News-Blogs „Volksverpetzer“ und Autor des Bestsellers „Werbung für die Wahrheit“ für Optimismus ein und erklärt, warum. 14



Melanie Gömmel

... ist 100 Tage im neuen Fundraising-Job 52



Michael Landau

... verrät Persönliches in unserem Fundraising-Fragebogen 94

Meinungen

Persönliche Gedanken 38 von Johannes Richter:

„Fundraising muss Position beziehen: für eine offene Gesellschaft, für die Menschenrechte“

Kommentare aus der Redaktion

von Matthias Daberstiel 6
von Rico Stehfest 18
von Ute Nitzsche 40

Arbeitswelt

Köpfe & Karrieren 48
100 Tage im neuen Job 52

Ideenflaute in der Kommunikation? 54 Fünf Quellen für frische Inspiration

Unterstützung für NGO-Führungskräfte 56 Stiftung „Leaders of Tomorrow“ bietet ein maßgeschneidertes Programm

Rubriken

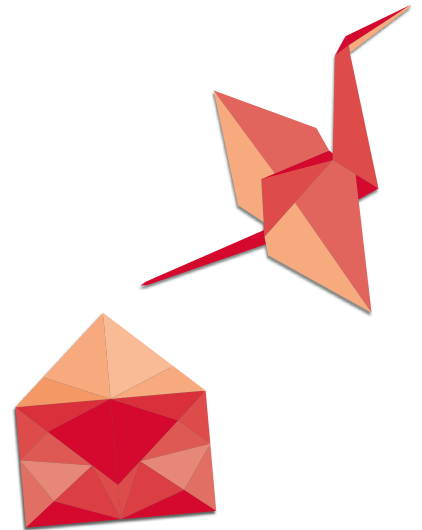
Schöner scheitern 13
Fundraising-Kalender 58
Dienstleisterverzeichnis 66
Branche 74
Fach- und Sachbücher 90
Wissen testen & gewinnen 96
Das Letzte, Impressum 98

Autorinnen & Autoren

... dieser Ausgabe:

Carola Büchel, Luise Burkhardt, Matthias Daberstiel, Kai Dörfner, Liliane Eggli, Nicolas Gehrig, Dr. Andrea Hasl, Konny Igel, Silvia Janzen, Alexander Lidzba, Kurt Manus, Ute Nitzsche, Ismene Poulakos, Jörg Reschke, Johannes Richter, Karin Sommer, Rico Stehfest, Dr. Karsten Timmer, Jan Uekermann, Lena Vizey, Ivette Wagner, Ronny Widmer

Gemeinsam fliegen wir höher!



Ihr Partner für Drucksachen

Wir sind Experten für die schnelle, zuverlässige und flexible Produktion von Drucksachen.

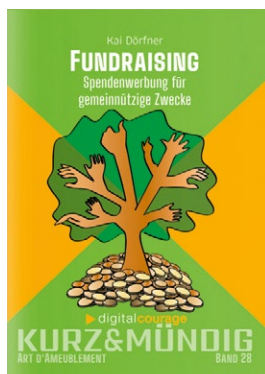
van Acken: Profi in Sachen Druckerei und Verlag

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



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

Pixi-Buch für Erwachsene



In der Wissensreihe „kurz&mündig“ des Vereins Digitalcourage werden komplexe Themen auf wenigen Seiten im kleinen Format heruntergebrochen, sodass alle sie verstehen können. Immer nach dem Motto: Man muss nicht alles wissen, aber man sollte wissen, wovon man keine Ahnung hat. Neu erschienen ist das Büchlein „Fundraising – Spendenwerbung

für gemeinnützige Zwecke“ von Kai Dörfner. Redaktionell bearbeitet von Vera Lisakowski und illustriert von Isabel Wienold ist das Büchlein für 5 Euro inklusive Versand zu erwerben unter

► <https://shop.digitalcourage.de>

Inklusives Theaterprojekt ausgezeichnet



Den Deutschen Pflegepreis für Vielfalt und Respekt, ausgelobt von der Korian-Stiftung für Pflege und würdevolles Altern, gewann 2024 die Berliner Tagespflegeeinrichtung „hoffmannsgarten“ für ihr inklusives Theaterprojekt „Reise der Wünsche“. Schauspielerinnen und Darsteller sind pflegebedürftige sowie von Demenz veränderte Menschen. Geschäftsführerin Sarah Hoffmann (links) ist dankbar für den Preis, der mit 2000 Euro dotiert ist. Ingrid Kükenshöner (rechts), pflegerische Leitung des Projekts, erklärt: „Theaterspielen ist eine Form von Spielen. Die Freude am Spielen ist das, was unsere Spielerinnen und Spieler und auch uns in unserer Unterschiedlichkeit vereint. Wie schön, dass das Beachtung findet.“

► www.korian-stiftung.de

Förderwürdig: eigene Songs



Jördis Tielsch (Foto) ist stolz auf ihren Förderpreis für junge Liedermacher, den die Hanns-Seidel-Stiftung seit 1987 verleiht. Die Musiker sind bis 35 Jahre jung und produzieren eigene, zumeist deutschsprachige Songs. Eine unabhängige Fachjury ermittelt aus allen Bewerbungen drei Preisträger, die sich über Auftritte beim renommierten Festival „Lieder auf Banz“ (inkl. Radio- und TV-Aufzeichnung des Bayerischen Rundfunks) und einen Förderbetrag in Höhe von 5000 Euro für die nächsten Karriereschritte freuen dürfen.

► www.hss.de

ES GIBT IMMER EIN
OFFENES HERZ...

MAN MUSS ES NUR ERREICHEN!



Gemeinsam geht vieles leichter.

- Sie haben die wichtigen Botschaften und den Willen, etwas zu bewirken.
- Wir kennen Ihre potenziellen Neuspender und liefern die passenden Kontakte auf den richtigen Kanälen.
- Zusammen erreichen wir Menschen, die helfen wollen.



GECKO
international GmbH

Dauerhafter Erfolg braucht stetige Sorgfalt.

- Unsere auf langfristigen Erfolg angelegten Kampagnen führen Ihre Organisation in eine sichere Zukunft.
- Neue und bestehende Zielgruppen werden kanalübergreifend stärker durchdrungen, um Ihren Spenderstamm deutlich zu erweitern.
- Lassen Sie uns gemeinsam diese Schritte gehen. www.gecko-international.com

Lebensräume ohne Profitdruck

Der österreichische Verein habiTAT realisiert solidarische Immobilienprojekte

Ein Zuhause für alle, bezahlbar und stabil. Der Verein habiTAT verwirklicht in Österreich ein Wohnmodell, das dem Profitdruck des Marktes trotzt und Menschen über Jahrzehnte hinweg ein gemeinsames Zuhause ermöglicht.

Von IVETTE WAGNER

SchloR: Hinter diesem unspektakulären Namen verbirgt sich ein riesiges Projekt. Drehvariationen aus traditionellen Kampfkünsten, moderne Contact-Staff-Tricks werden angeboten, Artisten können trainieren, es gibt eine Werkstatt, Ateliers und gewohnt werden kann auch. „In Wien dazu noch einen solch großen Außenbereich zu haben, ist schon auch Luxus – und gleichzeitig der Raum, den wir brauchen, um unsere Vision von einem gemeinschaftlichen Lebensmodell zu verwirklichen“, sagt Florian Humer. Er ist Mitgründer von habiTAT, einem österreichischen Verein, der sich an der Idee des Mietshäuser-Syndikates aus Deutschland orientiert. Die SchloR-Gemeinschaft besteht aus 21 Mitgliedern, die aus Bereichen wie Handwerk, Kunst, Wissenschaft und Sozialarbeit kommen, und ist Teil des habiTAT-Verbandes.

Gemeinschaft steht im Vordergrund

Florian Humer beschreibt habiTAT – gegründet 2014 – als „eine Plattform für gemeinschaftlich verwaltete Immobilien, die sich für langfristig bezahlbare und stabile Lebensräume einsetzt“. Die Initiative ermöglicht es Gruppen wie SchloR, selbstverwaltete Wohn- und Arbeitsprojekte zu realisieren, die dem Immobilienmarkt entzogen werden und ausschließlich den Mitgliedern zur Verfügung stehen. „Die Gemeinschaft steht im Vordergrund“, so Florian Humer. „Es geht uns darum, Orte zu schaffen, die über Jahrzehnte hinweg von Menschen unter-



schiedlichen Alters genutzt werden können und erschwinglichen Wohn-, Arbeits- und Lebensraum zu schaffen.“ Das Werteigentum wird an eine juristische Person und die Nutzungsrechte werden an die Hausgemeinschaft übertragen.

Langfristige Bezahlbarkeit von Flächen

Die Finanzierung von habiTAT-Projekten basiert auf einem solidarischen Modell, das sich durch verschiedene Quellen trägt. Ziel ist es, zu einem Drittel Minimum, besser zur Hälfte Geld durch Direktkredite von Unterstützern zu bekommen. Ergänzt wird das – vor allem im Bereich Wohnen – durch Fördergelder und günstige Kredite bei Banken sowie Nachrangdarlehen. „Die Zinsen, die wir zahlen, sind gering. Unser Plan ist immer eine Entschuldung innerhalb von 50 Jahren“,

erklärt Florian Humer. Immer im Fokus: langfristige Bezahlbarkeit der Flächen. „Im SchloR kostet ein 20 Quadratmeter großes WG-Zimmer rund 440 Euro inklusive Nebenkosten. Auf dem freien Markt liegt der Preis in Wien bei rund 600 Euro“, erklärt Florian Humer. Die Mieten sind im Projekt sozial gestaffelt: von 300 bis 600 Euro.

Förderung durch das Erbe von Marlene Engelhorn

Der 40-jährige selbstständige Softwareentwickler berät Interessierte innerhalb der habiTAT-Struktur. Die ist schnell erklärt: Es gibt nicht wirklich einen Vorstand, ein kleines Team, das ehrenamtlich tätig ist, zwei Mal im Jahr werden wichtige Entscheidungen in einer Generalversammlung getroffen. Dazu gehört auch die Frage, was mit den

Fundraising- Kampagnen

Worauf es ankommt



Erfolgreiche Kampagnenführung



Strategien, Ziele und Umsetzung für nachhaltigen Erfolg der Fundraising-Kampagne.

Seite 28

KI in NGO-Kampagnen



Wo Künstliche Intelligenz im Einsatz ist: von Donor Retention über Storytelling bis Regenwaldschutz.

Seite 30

Effiziente Kampagnen-Kreation



Aus der Kreativ-Praxis: Wie Sie Kreativität planen und sogar in einem Prozess steuern können.

Seite 32

Storytelling für Kampagnen



Wie authentische Geschichten Fundraising-Kampagnen wirkungsvoller machen.

Seite 36

Von Bauchgefühl zu Evidenz



Keine Fundraising-Kampagne ohne Testen!

Seite 34

Erfolgreiche Kampagnenführung

Strategien, Ziele und Umsetzung für nachhaltigen Erfolg

Die Geschäftsleitung hat das noch nicht freigegeben – bis wann haben wir Zeit? Kannst du das bis heute Abend gegenlesen? Wer hat Zugriff auf das Tool? Bist du die Stellvertretung? – Alles Fragen, die bei einer Fundraisingkampagne auftauchen. Eine gute Kampagnenführung hat die Antworten darauf.

Von LILIANE EGGLI

Ob ich einen spezifischen Beitrag zu einer Fundraisingkampagne leiste wie einen Text, eine grafische oder digitale Umsetzung, ob ich verantwortlich bin für die großen Linien oder als Fachperson Inputs liefere – alle haben ein Interesse an guter Kampagnenführung. Sie ist der entscheidende Faktor, ob eine Kampagne gelingt und die Arbeit Spaß macht. Viel zu oft wird es stressig, und die Arbeit muss unter Druck erledigt werden. Häufig heißt es dann: Nächstes Mal beginnen wir früher!

Nehmen Sie sich am Anfang Zeit

Die Erfahrung zeigt, dass es sich lohnt, am Anfang genügend Zeit zu investieren, um die wichtigen Fragen zu klären. Ganz banal, aber oft nicht sauber gemacht: die Zielsetzung! Geht es darum, möglichst viele Spenden bestehender Gönnerinnen und Gönner zu generieren? Wollen wir neue Spendende gewinnen? Oder geht es um Lead-Generierung?

Abgeleitet von den Zielen muss geklärt sein, wie, wann und von wem die Zielerreichung gemessen wird. Wenn das Spendenergebnis im Zentrum steht, ist der Key Performance Indicator (KPI) einfach: Euro oder Franken. Es können aber auch die Anzahl der Neuspenderinnen und Neuspender, Likes, Shares oder E-Mail-Adressen sein.

Die Diskussion der Ziele ist zentral, um Zielkonflikte zu klären. Oft weichen Teams



dieser Frage in der Anfangsphase aus. Je gemischter ein Team, desto größer ist die Gefahr. Spätestens bei der Evaluation lässt sich dieses Manko nicht mehr verstecken.

Wer darf und muss wann was sagen?

Wenn die Ziele klar sind, werden davon die Zielgruppen und Kanäle, die Botschaft und deren Umsetzung abgeleitet. Nun macht die Kampagnenleitung einen Zeitplan, was bis wann erledigt werden muss. Je mehr Beteiligte, desto mehr Zeit muss eingeplant werden. Als Stolperstein entpuppen sich oft die Freigaberunden. Die Chefin will die Werbemittel noch abnehmen. Dann zeigt sie diese in der letzten Runde der Geschäftsleitung – die prompt noch Änderungswünsche hat.

Wer in welcher Rolle zu welchem Zeitpunkt involviert wird und wer welche Entscheidungsbefugnis hat, ist die große Kunst

des Kampagnen-Managements. Dies erfordert eine genaue Vorstellungskraft der einzelnen Schritte und Verantwortlichkeiten. Und eine gewisse Autorität, eine sinnvolle Rollenteilung auch durchzusetzen. Dazu gehört, dass ein Geschäftsleitungsmitglied seine persönlichen Präferenzen zurückstellen muss, wenn die Fundraisingleitung die Kampagne formell verantwortet.

Planen allein reicht nicht

Die Detailplanung zu erstellen, reicht aber nicht aus. Die Beteiligten müssen sie auch kennen und prüfen. Eine klassische Falle: Von der Fachperson brauche ich das Feedback exakt am Montag in der Kalenderwoche 34. Weil die Entwürfe erst dann fertig sind. Und weil sie am nächsten Tag weiterverarbeitet werden müssen. Also muss ich als Kampagnen-Leiterin frühzeitig

sicherstellen, dass die Person das weiß und dann verfügbar ist. Viel zu oft landet die berühmte „Könntest du das bis heute Abend machen?“-Mail in der Inbox. Mit allen unangenehmen Folgen.

Eine Frage des Fingerspitzengefühls, der Kultur und auch der Erfahrung mit einem Team: Wie und wann trete ich den Beteiligten auf die Zehen, damit der Zeitplan aufgeht? Mahne ich vor der Deadline? Oder habe ich genügend Luft eingebaut? Wen setze ich wann unter Druck, wenn es Verzögerungen gibt? Besonders, wenn es um meine Chefin oder die Kundin geht? Nur mit einer guten Planung kann auf Abweichungen rasch reagiert werden.

Nach der Kampagne ist vor der Kampagne

Kaum eine Fundraisingkampagne geht ganz ohne Stolpersteine über die Bühne. Wichtig

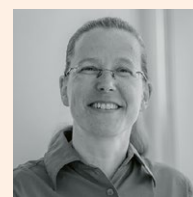
ist, bei der Evaluation ehrlich zu sich und allen im Team zu sein. Mit der Zieldefinition vom Anfang lässt sich messen, ob die Ziele erreicht worden sind und welche Schlüsse für die nächste Kampagne zu ziehen sind.

Die Frage nach dem Tool und dem Menschen

Um die Kampagnenführung zu erleichtern, gibt es verschiedene Projektmanagement-Tools. Ein gutes Tool kann helfen. Aber schlechtes Projektmanagement ist mit jedem Tool möglich. Den größten Einfluss hat die Kampagnenleitung. Diese Person stellt sicher, dass die wichtigen Fragen geklärt sind. Dass alle ihre Rolle kennen und wissen, was sie wann beitragen. Und sie hält alle informiert.

Kann man gute Kampagnenführung lernen? Zu einem gewissen Grad ja. Aber seien wir ehrlich: Nicht allen fällt es leicht, vernetzt

und vorausschauend zu denken und gleichzeitig flexibel zu reagieren. Also geben wir diese Aufgabe einer Person, der es leichtfällt, die Zusammenhänge zu sehen. Sie sieht, was umgeplant und wer informiert werden muss, wenn sich ein Faktor verändert. Und die gerne zwischen strategischer Ebene und den Fachpersonen in der Umsetzung die Beteiligten orchestriert und dirigiert. ■



Liliane Eggli ist Geschäftsführerin von „asm Fundraising“, einer Full-Service-Fundraising-Agentur mit Sitz in Zürich. Seit 30 Jahren mit Herzblut für gemeinnützige Organisati-

onen tätig, unterstützt sie heute kleine, mittlere und große NPOs bei der Strategie-Entwicklung und insbesondere bei crossmedialen Fundraisingkampagnen.

► www.asm-fundraising.ch

Money. Money. Money.

Jaaa, das ist die Sprache, die Fundraiser verstehen!

Heißt nicht, das Fundraiser nicht sparsam wären. Sie wollen eben viele Spenden einnehmen und so wenig wie möglich davon für ihre Software ausgeben. Verstehen wir gut! Das gelingt übrigens am besten, wenn ihre Fundraising-Datenbank versteht, was sie wirklich (!) brauchen.

**Unser hsp SPOTLIGHT
ist von Fundraisern für Fundraiser
entwickelt worden. Denn bei uns sind
alle Mitarbeiter Fundraiser. Natürlich
auch Georg Kolb, unser Geschäftsführer.
Rufen Sie ihn an!**

Telefon: +49 (0) 89 45 22 342 0
georg.kolb@hsp-fundraising.de

Kraftlos



Starfotograf Brent Stirton, mehrfach mit dem World Press Photo Award ausgezeichnet, widmet seine aktuelle Werkserie Menschen in Österreich, die an ME/CFS erkrankt sind, und unterstützt damit die WE&ME Foundation. Die Stiftung setzt sich für die Erforschung der Myalgischen Enzephalomyelitis/Chronic Fatigue Syndrome ein. Die Krankheit ist geprägt von sozialer Isolation und macht die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben unmöglich. Die Fotos von Stirton zeigen Betroffene in ihrem privaten Umfeld.

► www.weandmecfs.org/de ► www.brentstirton.com

Könnte besser sein

Deutsches Schulbarometer der Robert-Bosch-Stiftung veröffentlicht

Leistungsdruck, Klimakrise und Angst vor der Zukunft: Laut aktuellem Schulbarometer der Robert-Bosch-Stiftung, das in Zusammenarbeit mit der Uni Leipzig entstanden ist, bewerten 27 Prozent der Kinder und Jugendlichen in Deutschland die eigene Lebensqualität als niedrig. Ein Fünftel klagt über psychische Belastungen und 20 Prozent über ein geringes schulisches Wohlbefinden. Bei Kindern aus Familien mit niedrigem Einkommen liegt die Zahl sogar bei 33 bzw. 30 Prozent.

Die Studie hat hierbei schwerpunktmäßig den Zusammenhang zwischen psychischer Gesundheit und Unterricht untersucht. Es zeigte sich, dass häufige Unterrichtsstörungen und fehlende Rückmeldungen der Lehrkräfte sich negativ auswirken. Hinzu kommt, dass fast ein Drittel der Erziehungsberechtigten die Hilfsstrukturen in der Schule nicht kennt. 23 Prozent der Eltern haben laut Studie überhaupt keine Unterstützung in der Schule erhalten.

► <https://www.bosch-stiftung.de/de/projekt/das-deutsche-schulbarometer>

MEINE MEINUNG

„Alle Menschen sollen gleichermaßen mobil sein können“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE



In meiner Heimatstadt Dresden gab es im April letzten Jahres einen Verkehrsversuch, bei dem auf einer Brücke Radwege

eingerrichtet wurden und dafür eine Linksabbiegerspur für den Autoverkehr weggefallen ist. Der Aufschrei war schon am ersten Tag enorm, der Versuch, der bis Juni gehen sollte, wurde bereits nach drei Wochen beendet. Was wäre passiert, wenn die Autos eine zusätzliche Spur bekommen hätten? Wahrscheinlich wäre die „Verbesserung der Infrastruktur“, sprich PKW-freundliche Verkehrsplanung, in den höchsten Tönen gelobt worden.

Dass eine Mobilitätswende kommen muss, steht außer Frage. Seit November macht sich auch eine neue Stiftung dafür stark: Die Schwalbe-Stiftung des gleichnamigen Fahrradreifen-Herstellers will die Mobilitätsgerechtigkeit in Deutschland verbessern und sich dafür einsetzen, dass alle Menschen, egal, welche sozialen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Voraussetzungen sie mitbringen, gleichermaßen mobil sein können. Sichere Fuß- und Fahrradwege statt Elterntaxis, ein weiterhin bezahlbares Deutschlandticket statt Zugfahrkarten im Gegenwert einer Pauschalreise und endlich weg vom Hofieren einer sich in Schieflage befindenden deutschen Autoindustrie, die das Thema E-Autos verschlafen hat. Gut, dass es immer mehr Stiftungen gibt, die sich ernsthaft der Lösung aktueller Probleme widmen. Es ist Zeit, dass sich was dreht – zum Beispiel mehr Fahrrad- statt Autoreifen.

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

Kurzgefasst ...

Save the Date!

Am 21. und 22. Mai 2025 trifft sich der Stiftungssektor im „RheinMain CongressCenter“ in Wiesbaden zum deutschen Stiftungstag. Das diesjährige Thema lautet „Mutig machen. Wie Stiftungen das Miteinander stärken“ und geht der Frage nach, ob Stiftungen genug tun, um Demokratie und Zusammenhalt in Deutschland zu stärken.

► www.stiftungen.org

Gemeinsam stärker

Das Amt für Wirtschaft des Kantons Zürich und Swissfoundations arbeiten künftig enger zusammen. Im Oktober letzten Jahres trafen sich Vertreter beider Institutionen zu einem zweiten Stiftungsgespräch, um gemeinsame Interessen auszumachen und Schnittstellen zu finden, über die alle Beteiligten bei Bedarf zum richtigen Zeitpunkt zusammenfinden.

► www.swissfoundations.ch

Gegen den Schmerz

Die niederländische Firuza-Stiftung unterstützt den Weltmarktführer für fühlende Beinprothesen Saphenus Medical Technology. Das Unternehmen aus Niederösterreich ist jetzt Partner der medizinischen Universität Ternopil in der Ukraine. Dadurch sollen Amputierte schneller eine Beinprothese erhalten, die von Anfang an den typischen Phantomschmerz lindert.

► www.firuzafoundation.org ► <https://saphenus-med.com>

Report für mehr Tierwohl

Um in der Lebensmittelbranche und der Gastronomie den Tierschutz zu verbessern, hat die „Albert Schweizer Stiftung für unsere Mitwelt“ den „Masthuhn-Report 2024“ veröffentlicht. Darin prüft sie das Engagement der einzelnen Unternehmen für höhere Standards in der Hühnermast. Der ausführliche Report kann kostenlos auf der Website heruntergeladen werden.

► <https://albert-schweitzer-stiftung.de>

Ausstellung zu Künstlerkolonie

Die Bettina Heinen-Ayech Foundation zeigt bis zum 27. April 2025 in der Gemäldegalerie Dachau die Ausstellung „In der Welt unterwegs – Die Künstlerkolonie Solingen“. Die Künstlergruppe „Schwarzes Haus“ gründete sich in den 1920er Jahren und malte vor allem Landschaften, Städte und Alltagsszenen rund um die Welt. Ihr gemeinsamer Treffpunkt war Solingen.

► www.bettina-heinen-ayech-foundation.com

Altern in Würde

Neue Stiftung für sozialen Impact

Das junge deutsche Unternehmen „Glow25“ will sich gegen Altersarmut und soziale Isolation einsetzen und hat zu diesem Zweck die Glow Foundation gegründet. Bereits seit 2022 spendet Glow jedes Jahr 10 000 Euro an gemeinnützige Organisationen. Dieses Engagement soll mit der Stiftung nun dauerhaft und unabhängig von plötzlichen wirtschaftlichen Schwankungen verankert werden. „Es geht uns darum, ein starkes Fundament für langfristige Veränderungen zu legen“, sagt Mitgründerin und Vorstandsmitglied Lavinia Steinfels. „Wir möchten nicht nur kurzfristig helfen, sondern nachhaltig etwas bewirken. Gerade im Bereich Altersarmut gibt es viel zu tun.“ Dabei bezieht „Glow25“ seine Kundinnen und Kunden aktiv in die Stiftungsarbeit mit ein, indem diese die Möglichkeit bekommen, sich zu engagieren und die Projekte mitzugestalten. Darüber hinaus soll ein wissenschaftlicher Beirat mithelfen, innovative Ansätze und Lösungen für soziale Probleme zu entwickeln.

► <https://foundation.glow25.de>

STIFTERFUNK

Der Podcast für das Stiftungsmanagement

So geht Stiftung!

In Kooperation mit



Nachlass-Spenden: Was Zahlen verraten

Wer spendet im Testament? Der Erbschaftsreport liefert Antworten

Wer hinterlässt Spenden im Testament, wann und warum? Der Erbschaftsreport des Onlineportals „DeinAdieu“ analysierte 17 000 online erstellte Testament-Vorlagen und liefert wertvolle Einblicke in Zielgruppen, Timing und Potenziale für Nachlass-Spenden.

Von NICOLAS GEHRIG

Für Fundraiser ist das Wissen um die Zielgruppen von Nachlass-Spenden entscheidend – und das Verhalten von Testierenden im Netz kann hierbei wertvolle Hinweise liefern. Der kürzlich von „DeinAdieu“ veröffentlichte Erbschaftsreport Privatpersonen Schweiz, basierend auf einer weltweit einmaligen Analyse von 17 000 online erstellten Testament-Vorlagen, bietet wertvolle Einblicke in das Verhalten und die Merkmale potenzieller Testamentspender. Diese Daten sind nicht nur für die Schweiz, sondern auch für Deutschland und Österreich von Interesse, da viele Erkenntnisse zur Testamentserstellung für alle drei Länder relevant sein können.

Typischerweise nutzen Menschen in der Schweiz mit durchschnittlich 53 Jahren den Online-Testament-Assistenten von „DeinAdieu“. Der Wunsch, für Angehörige



vorzusorgen und eventuelle Spenden zu hinterlassen, wird besonders durch lebensverändernde Ereignisse wie Familiengründung oder das Erreichen des Rentenalters angelegt. Die Erkenntnis, dass sich bestimmte Lebensphasen besonders eignen, sollten Fundraiser gezielt in ihren Kampagnen berücksichtigen.

Bemerkenswert ist, dass die Altersgruppen der 50- bis 70-Jährigen online einen Testa-

ment-Entwurf erstellen – eine Altersgruppe, bei der man dies vielleicht weniger erwarten würde. Überraschend ist auch, dass sie im Vergleich zu anderen Altersgruppen die meisten Online-Testamententwürfe erstellen. Der Anteil der Personen in diesen Altersgruppen, die mindestens eine NGO im Testament berücksichtigen, liegt dabei im Durchschnitt bei knapp 10 Prozent. Dies zeigt, dass ein relevanter Teil der Testierenden in dieser Lebensphase bereit ist, über die eigene Familie hinaus zu denken und eine wohltätige Organisation zu unterstützen – ein bedeutendes Potenzial im Kontext der Testamenterstellung.

Zielgerichtete Kampagnenzeiten

Ab einem Alter von 75 Jahren wird die Erstellung von Testamenten online zunehmend schwieriger für viele Menschen. Daher sind hier gezielte Offline-Maßnahmen und persönliche Ansprache besonders effektiv, um potenzielle Testament-Spender in dieser Altersgruppe zu erreichen und zu unterstützen.

Erbschaftsreport Privatpersonen Schweiz 2024

Der Erbschaftsreport Privatpersonen basiert auf einer umfassenden Studie der Universität Lausanne und bietet erstmals detaillierte Einblicke in das tatsächliche Testierverhalten von Menschen in der Schweiz. Die Analyse umfasst rund 17 000 anonymisierte Testamentsvorlagen, die zwischen März 2020 und Februar 2024 mit dem kostenlosen Online-Testament-Assistenten von „DeinAdieu“ erstellt wurden. Diese weltweit einzigartige Studie basiert auf realen Testament-Vorlagen und nicht auf Absichtserklärungen, wie es in Umfragen häufig der Fall ist. Dank der anonymisierten Daten konnte die Universität Lausanne das Testierverhalten unter verschiedenen familiären und rechtlichen Rahmenbedingungen präzise analysieren. Diese wertvollen Erkenntnisse bieten Organisationen eine fundierte Grundlage, um das Potenzial von Testament-Spenden besser zu verstehen und ihre Erbschaftskampagnen gezielt darauf auszurichten.

Der Erbschaftsreport zeigt, dass online die meisten Testament-Vorlagen zwischen November und März, insbesondere im Januar, erstellt werden. In den Sommermonaten hingegen sinkt die Aktivität. Für NGOs ergibt sich daraus die Möglichkeit, Kampagnen gezielt in den Wintermonaten zu planen, um Menschen in einer Phase erhöhter Bereitschaft zur Nachlassplanung zu erreichen.

Zudem werden die meisten Testament-Vorlagen online von Montag bis Mittwoch und in der Zeit von 8 bis 16 Uhr erstellt. Diese Erkenntnisse bieten eine wertvolle Grundlage, um die Aussteuerung von Online-Kampagnen optimal auf die Zeiten mit hoher Aktivität abzustimmen.

Unterschiedliche Präferenzen

Männer erstellen häufiger Testamente als Frauen, besonders in jüngeren Altersgruppen. Ab einem bestimmten Alter, vor allem

ab etwa 90 Jahren, wird jedoch deutlich, dass Frauen durch ihre längere Lebenserwartung häufiger vertreten sind. Diese Erkenntnisse legen nahe, dass eine zielgruppengerechte Ansprache sinnvoll ist, um auf unterschiedliche Alters- und Geschlechtsgruppen individuell einzugehen.

Für Fundraiser bestätigt sich das Klischee, dass kinderlose, unverheiratete Menschen in der Studie als eine Zielgruppe mit hohem Potenzial für Testament-Spenden identifiziert wurden. Diese Gruppe, insbesondere weibliche Personen, die keine lebenden Eltern mehr haben, ist meist offener dafür, NGOs zu berücksichtigen. Diese Erkenntnis kann ein entscheidender Faktor sein, um Kommunikationsstrategien für Testament-Spenden gezielt anzupassen.

Die Erkenntnisse aus dem Erbschaftsreport zeigen, wie wichtig es für NGOs ist, ihre Zielgruppen im Bereich der Testament-Spenden gezielt anzusprechen. NGOs sollten

daher nicht nur die breite Zielgruppe der Online-Testierenden nutzen, sondern auch die Besonderheiten der digitalen Kanäle und deren Timing strategisch in ihre Kommunikationspläne einbinden. ■

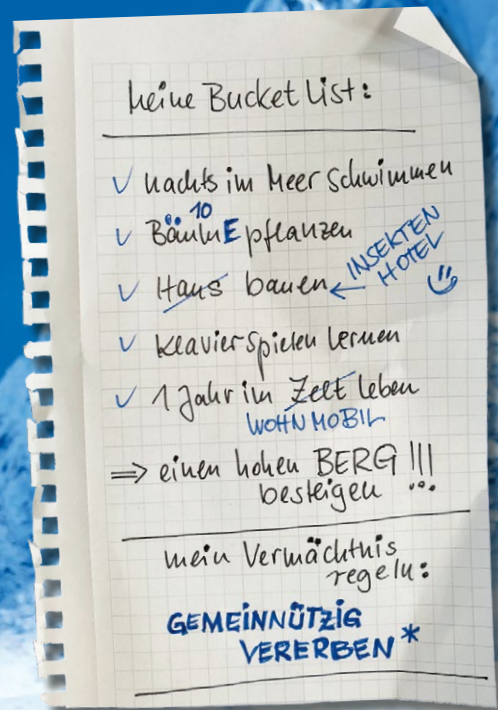


Nicolas Gehrig ist Gründer und CEO von „DeinAdieu“, dem führenden Anbieter digitaler Fundraising-Lösungen im Bereich Nachlass-Spenden in der Schweiz, Deutschland und Österreich. Mit

einem Master der Universität St. Gallen und als diplomierter Wirtschaftspädagoge begann er seine Karriere im Bereich digitaler Plattformen, was ihn 2015 zur Gründung von „DeinAdieu“ inspirierte. „DeinAdieu“ bietet NGOs maßgeschneiderte webbasierte Tools für ihr Nachlass-Fundraising und betreibt gleichzeitig eine Online-Plattform, die Privatpersonen hilft, unkompliziert eine Testament-Vorlage zu erstellen und gleichzeitig Nachlass-Spenden an NGOs zu hinterlassen.

► www.deinadieu.de ► www.deinadieu.ch

TeleDIALOG hilft Ziele zu erreichen.



* Dabei können wir helfen: im telefonischen Dialog mit Ihren Interessent*innen. Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit fast 30 Jahren für wertvolle Kontakte zu Förderer*innen und Spender*innen. Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die sich auszahlt! Rufen Sie uns an und erfahren Sie, wie wir für unsere aktuellen Kund*innen erfolgreich und beschwerdefrei Spenderinnen und Spender für weitere Schritte im Nachlass-Fundraising qualifizieren.

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.

Diesmal verlosen wir unter allen, die das korrekte Lösungswort einsenden, drei Exemplare des neuen Fördermittelführers



und gewinnen

von „Förderlotse“ Torsten Schmotz (siehe dazu auch unsere Rezension auf Seite 90), ein Buch, das gerade jetzt, wo immer mehr Mittel gekürzt werden, überaus hilfreich ist. Ein Zugang zum Online-Portal für 90 Tage ist inklusive. Also testen Sie Ihr Wissen, lesen Sie vielleicht noch einmal nach und finden Sie die richtige Lösung heraus. Viel Spaß!



Seite 20

1 Das inzwischen 25-jährige Hilfsprojekt „Nice View“ an der kenianischen Ostküste war das Ergebnis eines ...?

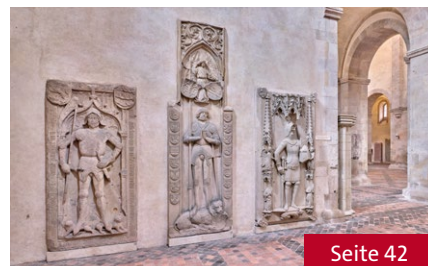
- L) Ideenwettbewerbs
- M) Badeurlaubs
- N) Jugendaustauschs



Seite 30

2 Greenpeace verwendet KI, um die Daten seiner Dauerspendenden zu analysieren. Wie heißt die Anwendung?

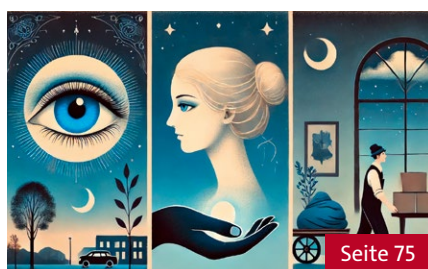
- E) Dataro Predict
- A) GreenSense AI
- U) EcoPredictor



Seite 42

3 Die Stiftung Kloster Eberbach bringt steinerne Grabplatten zum Sprechen. Wie funktioniert das?

- F) mit Augmented-Reality-Helm
- G) mit Smartphone und QR-Code
- H) mit einer Solar-Audio-Station



Seite 75

4 Welchen Zusammenhang zwischen menschlichen Eigenschaften und Spendenbereitschaft gibt es laut Studien?

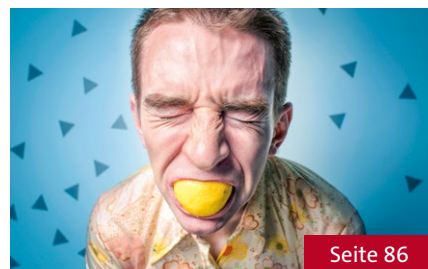
- A) schöne Menschen spenden mehr
- O) Blauäugige sind großzügiger
- U) Schichtarbeiter spenden nachts



Seite 80

5 Von Finanz-Betrug können auch Gemeinnützige betroffen sein. Wodurch entstehen häufig Schäden in NGOs?

- D) nachgemachte Bargeldmünzen
- E) gefälschte Sammelbox-Schlüssel
- F) manipulierte Überweisungsträger



Seite 86

6 Welches Hindernis musste das International Committee of the Red Cross im digitalen Fundraising überwinden?

- ON) 32 Klicks bis zur Spende
- OFF) Captcha mit 20 Fragen
- OM) Spenden-Button nur auf Russisch

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 6 ergeben – wenn sie richtig zugeordnet wurden – das Lösungswort. Senden Sie dieses an gewinnen@fundraising-magazin.de. Vergessen Sie bitte auch die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie direkt erreicht! Diese Daten werden nur im Zusammenhang mit dem Gewinnspiel verarbeitet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 28. Februar 2025. Viel Glück!

Das Abo, das zu Ihnen passt: Fundraising-Magazin nach Wunsch

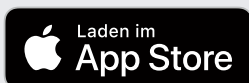
Das Fundraising-Magazin ist nicht am Kiosk erhältlich!
Deshalb empfiehlt sich ein Abonnement.



Ohne-Papier-Abo

39 €*
Jahrespreis

- ✓ komplettes Fundraising-Magazin als **E-Paper** direkt am Erst-Erscheinungstag zum Lesen im **Web-Client** oder in der **App** (iOS & Android)
- ✓ komfortabler Lesemodus
- ✓ Zugriff auf **alle digitalen Ausgaben** seit 2006 (Archiv) mit Volltextsuche



in der iOS-App
kaufen & sofort lesen



in der Android-App
kaufen & sofort lesen

Alles-drin-Abo

59 €*
Jahrespreis

- ✓ Print-Magazin 6 x im Jahr per Post
- ✓ komplettes Fundraising-Magazin als **E-Paper** direkt am Erst-Erscheinungstag zum Lesen im **Web-Client** oder in der **App** (iOS & Android)
- ✓ komfortabler Lesemodus
- ✓ **Extra-Hefte** „Fundraising-Software“* und „Spenden-Briefe & Newsletter“* **per Post** (* jeweils zum Erscheinungstermin)
- ✓ Zugriff auf **alle digitalen Ausgaben** seit 2006 (Archiv) mit Volltextsuche

Vorab-Abo

79 €*
Jahrespreis

- ✓ eher Bescheid wissen ...
- ✓ Ausgewählte Heft-Inhalte schon **1 Woche vor dem Erst-Erscheinungstag**: Schwerpunkt-Thema, Köpfe & Karrieren, 100 Tage im neuen Job, Interviews als PDF per E-Mail
- ✓ dazu alles, was im Alles-drin-Abo enthalten ist

* Bruttopreise inkl. 7 % MwSt., gültig bei Lieferung innerhalb Deutschlands. Auslandspreise: Alles-drin-Abo = 89 €, Vorab-Abo = 109 €

Orga-Abo

Sie wollen, dass alle Mitglieder, Vorstände, Mitarbeitende oder Ehrenamtliche das Fundraising-Magazin erhalten? Dann nutzen Sie das Organisations-Abonnement und bestellen eine größere Menge (möglich ab 10 Stück) zum stark ermäßigten Preis.

FUNDRAISING
magazin



abo.fundraising-magazin.de