Branchen-Magazin für Sozialmarketing | Spenden | Vereine | Stiftungen 4 | 2026

FUNDRAIS!NG magazin

Großspenden: Worauf es ankommt

ISSN 1867-0563

Online-Magazin
Best-Practice, Termine, Ideen ...
Wissen, das alle weiterbringt:
online.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

Fragen zum Abonnement: service@fundraising-magazin.de | Telefon +49 (0)351 8 76 27 80 | epaper.fundraising-magazin.de

Wir stellen vor: Das ist Lisa. Man sieht es ihr nicht unbedingt an, aber Lisa ist eine Großspenderin, die wir mit Hilfe von **Wealth Overlay** identifiziert haben. Mit unseren Methoden und Algorithmen sind wir in der Lage, auch in Ihrem Adressbestand die GroßspenderInnen zu finden. Rufen Sie an, wir beraten Sie gerne.

STEHLI SOFTWARE DATAWORKS

stehli software dataworks GmbH · Holzkamp 24 · 25524 Itzehoe · Niederlassung Köln: Hohenstaufenring 29-37 · 50674 Köln
Fon: {+49} 0 48 21/95 02-0 · Fax: {49} 0 48 21/95 02-25 · info@stehli.de · www.stehli.de
Partner von POSTADRESS GONE POSTADRESS MOVE · Systempartner von klickTel

Liebe Leserin, lieber Leser,

„Das Titelbild kenne ich doch!“, wird sich die eine oder der andere vielleicht denken. Und tatsächlich: Dieses Motiv haben wir schon einmal verwendet. Wer das Fundraising-Magazin schon länger im Abonnement liest oder sogar ältere Ausgaben archiviert, wird es wiederfinden. Bereits 2014 illustrierten wir damit einen Themenschwerpunkt zum Großspenden-Fundraising.

Die Fotos stammen aus einer Bildserie mit echten Menschen, aufgenommen mit einer klassischen Nikon-Kamera. Wir finden es charmant, diese Bilder aus dem Archiv nochmals zu zeigen. Und auch inhaltlich steckt darin eine Botschaft: Vieles von dem, was wir damals über Großspenden geschrieben haben, gilt bis heute.

Denn erfolgreiche Großspenden entstehen nicht durch Zufall. Sie brauchen Fachlichkeit, Vertrauen, persönliche Begegnungen, eine gute Planung und vor allem Geduld und Durchhaltevermögen. Welche Erfahrungen Organisationen heute machen und worauf es im modernen Major-Donor-Fundraising ankommt, lesen Sie in unserem Themenschwerpunkt ab Seite 20.

Darüber hinaus stellen wir wieder Projekte und Initiativen vor, die zeigen, wie vielfältig Fundraising und gesellschaftliches Engagement sind: von Straßenzeitungen, die unverhoffte Spenden unterschiedlich nutzten, über Peer-to-Peer-Mobilisierung per WhatsApp bis hin zum Einsatz Künstlicher Intelligenz in der Stiftungsrecherche.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Ihre

Daniela Münster-Daberstiel
Chefredakteurin

PS: Unsere Aktion „Data Care Summer 2026“ läuft noch bis zum 31. August. Wenn Sie Ihre Adressdatenbank aufräumen, Dubletten prüfen oder veraltete Datensätze bereinigen lassen möchten, ist jetzt ein guter Zeitpunkt dafür. Informieren Sie sich unter
▶ https://datacare.fundraising-magazin.de

direct.
FUNDRAISING-AGENTUR
+ LETTERSHOP
www.directpunkt.de

Thema

Großspenden: Worauf es ankommt

Fachlichkeit, Haltung und Menschlichkeit 22
Was Großspenden-Fundraiserinnen und -Fundraiser können müssen

Wo Vertrauen gelebt wird, wird der ROI folgen 24
Warum unrealistische Ziele gute Großspenden-Fachleute vertreiben

Der verborgene Schatz in der Datenbank 26
Wie Potenziale für Großspenden gehoben werden können

Wenn echtes Interesse Türen öffnet 28
Wie Netzwerke für Großspenden entstehen, ohne Menschen als Abkürzung zu betrachten

Persönliche Begegnungen prägen 30
Wie Don Bosco Veranstaltungen für Beziehungsarbeit im Major-Donor-Fundraising nutzt

Die Basis für den Erfolg 32
Gründliche Planung und Kennziffern machen den Kopf frei für das Eigentliche

Projekte & Stiftungen

Spürbare Wirkung im Hintergrund 16
Wie Straßenzeitungen unverhoffte Spenden unterschiedlich genutzt haben

Rohstoffrettung am Waschbeckenrand 18
Hotelabfälle in Hilfe verwandelt: ein Modell zwischen Social Franchise und Inklusion

Erinnerung braucht Begegnung 38
Warum Gedenkstättenfahrten junge Menschen prägen

Die unsichtbare Förderlogik 40
Wie Künstliche Intelligenz in der Stiftungsrecherche hilft

Zwei Welten, ein Ziel 42
Bei der Swiss Life Stiftung trifft die Finanzbranche auf den gemeinnützigen Sektor

Praxis & Erfahrung

Datengetriebene Peer-to-Peer-Mobilisierung 70
WhatsApp lässt sich mit selbstoptimierenden Algorithmen kombinieren

Prädiktive KI: weniger Mailings, mehr Spenden 72
Wer eine sauber gepflegte Datenbank hat, kann über den Einsatz von KI viel erreichen

Das Fundament von allem 74
Mit dem Case for Support in vier Schritten zur fördererzentrierten Kommunikation

Der alternde Spendenmarkt 76
Warum Fundraising jetzt von Reichweite auf Beziehung umschalten muss

Das letzte Trinkgeld 78
Wie gemeinwohlorientiertes Vererben anders gedacht werden kann

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

Noch kein Abo?
Schnell bestellt im Internet:
abo.fundraising-magazin.de

Menschen

Helene Mutschler:
Über die Arbeit der Organisation Zukunft Memorial im Exil 10

Stefanie Jerger:
Über die Endowment-Kampagne des Städel-Museum Frankfurt ... 44

Julian Lohaus:
Über seine ersten 100 Tage im neuen Job. 51

Imke Spannuth:
... verrät im Fundraising-Fragebogen Persönliches. 82

Meinungen

Persönliche Gedanken 34
von Miriam Peters:
„Ihr seid schuld, dass den NGOs die Mittel gekürzt werden!“

Kommentare aus der Redaktion
von Matthias Daberstiel 6
von Rico Stehfest 14
von Ute Nitzsche 36

Arbeitswelt

Köpfe & Karrieren 48
100 Tage im neuen Job 51
„Irgendwie geht’s immer weiter“:
Führung zwischen Sinn und struktureller Überlastung 52

Branche

Deutschland spendet unterdurchschnittlich:
„World Giving Report 2026“ zeigt Hebel für mehr Großzügigkeit 68

Rubriken

Fundraising-Kalender 54
Dienstleisterverzeichnis 60
Fach- und Sachbücher 80
Wissen testen & gewinnen 84
Das Letzte, Impressum 86

Autorinnen & Autoren

... dieser Ausgabe:

Nelson Carr, Matthias Daberstiel, Can Deniz, Lorraine Fischer, Marianne Grahm, Barbara Françoise Gruner, Anne Hofmann, Stephanie Kowitz-Harms, Stefan Mannes, Daniela Münster-Daberstiel, Gerard Nahimana, Ute Nitzsche, Daniel Schultz, Karin Sommer, Rico Stehfest, Jan Uekermann, Andreas Wiederkehr

Foto: complize/photocase.de

Steht Ihre Projekt-Finanzierung auch morgen noch auf sicheren Füßen?

Wer sich für gemeinnützige Zwecke engagiert, weiß, wie schwer es ist, **Gelder für die Gute Sache** aufzutun. Wie andere das schaffen, lernen Sie beim **Fundraisingtag** in Ihrer Nähe.

Termine:
11.9.26 BERLIN
11.3.27 MÜNCHEN
15.4.27 STUTTGART

Informieren, anmelden, vormerken lassen:

Fundraisingtage.de
by Fundraising-Magazin

Zahlen & Fakten

Reich sein heißt nicht automatisch spenden

Das Magazin „Forbes", bekannt für seine internationalen Reichenlisten, ermittelt jedes Jahr die größten Vermögen. Doch aus Vermögen wird nicht automatisch Großzügigkeit! Finanzielles Potenzial ist – so zeigt es die Grafik – auch im deutschsprachigen Raum vorhanden. Entscheidend ist, ob Organisationen es mit guter Ansprache, relevanten Angeboten und langfristiger Beziehungsarbeit erschließen. Grafik: statista

Und sonst so …

Könnte Spuren von Nüssen enthalten …

Nee, stopp! Noch mal: Diese „Nüsse" könnten Spuren von Plastik enthalten! Man stelle sich das vor: Gefühlt haushohe Poster hängen in Einkaufszentren Dänemarks und darauf, überdimensioniert, die Hoden eines Mannes. (Frei von Rasur, falls es jemanden interessieren sollte.) Mit einem „aufgedruckten" Warnhinweis hat die dänische NGO Plastic Change mit der Aktion darauf hingewiesen, dass Mikroplastik im Körper und eben auch in Hoden nachgewiesen worden ist. Das kann Unfruchtbarkeit und Hormonstörungen verursachen. Die Kampagne stammt von der Agentur Worth Your While und wurde am 5. Juni anlässlich des Weltumwelttags ausgerollt.

▶ www.plasticchange.dk

MEINE MEINUNG

„Vor donor centric kommt fundraising centric"

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Fundraising-Kongresse spiegeln ja immer auch etwas Sorgen und Nöte der Fundraising-Szene. Interessant ist dann, wenn es eigentlich um die Zukunft des Fundraisings gehen soll, der Blick aber immer wieder nach innen statt nach außen gerichtet wird. Ich hatte dieses Mal den Eindruck, viele Organisationen seien trotz des Klagens über zurückgehende Fördermittel und herausfordernde Spendenmärkte intern immer noch nicht bereit für Fundraising. Denn hört man den meist jungen Kolleginnen und Kollegen beim Kongress zu, bekommt man solche Aussagen: „Es ist schon mühsam, aus den Programmabteilungen gute Infos für gutes Storytelling zu bekommen." Oder: „Unverständlich, wenn Social-Media oder PR-Abteilungen authentische Stories torpedieren, weil sie zu emotional, zu outstanding oder nicht markentreu genug sind." Dabei geht es im Fundraising immer mehr um ein authentisches Auftreten.

Donor Centricity war ein großes Thema auf dem Kongress. Aber das ist noch nicht überall angekommen „Was würde ich darum geben, wenn meine Programmleute, die fasziniert von ihren Projekten sprechen, einfach mal den Satz einflechten würden: Wir sind eine spendenfinanzierte Organisation", brachte es eine Kollegin auf den Punkt. Recht hat sie! Aber müssen wir als Fundraiserinnen und Fundraiser dafür nicht auch etwas tun? Richtig: „Working out loud" und „Rein in die Projekte!" sind Möglichkeiten. In der amerikanischen Mayo Clinic erhalten alle Mitarbeitenden eine Fundraising-Schulung, denn vor donor centric kommt fundraising centric.

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

KI im Fundraising: Wie Sie gezielt Skills aufbauen

Mit KI-Tools zu experimentieren, ist wichtig. Doch um KI gezielt in Kommunikation und Fundraising einzusetzen, brauchen Sie den systematischen Aufbau von Kompetenzen – ein KI-Upskilling.

KI für Kommunikation und Fundraising zu nutzen, bedeutet mehr als das Erstellen, Adaptieren und Gestalten von Inhalten. Ebenso wichtig sind KI-Kompetenzen wie etwa das Verarbeiten und Analysieren von Daten, das Berechnen von Wahrscheinlichkeiten und Szenarien sowie das Automatisieren von Prozessen.

«Der entscheidende Skill ist heute die systemische Steuerung von KI», sagt KI-Marketing-Experte David Guntern, Geschäftsführer der Walliser Agentur Digital Marketing GmbH «dreizweieins». «Es geht darum, KI als produktives System in Marketingprozesse zu integrieren. Je autonomer KI-Agenten agieren, desto stärker verschiebt sich die Rolle von Marketingprofis in Richtung Creative Director und Orchestrator.»

Einmalige Schulungen reichen nicht

Wie gelingt es am besten, die KI-Skills der Mitarbeitenden aufzubauen? Zentral sind zwei Punkte, so Antonia Zahner, Co-Gründerin des Schweizer Unternehmens KI Power Swiss, das sich auf KI-Kurse und -Trainings spezialisiert hat: «Erstens sollte das Upskilling auf der übergeordneten KI-Strategie des Unternehmens basieren. Zweitens genügen einmalige Schulungen keinesfalls. Die nachhaltigere Lösung ist ein modulares Paket an Schulungen und Trainings, die die verschiedenen Aufgabengebiete und die dafür erforderlichen Skills berücksichtigen.»

KI-Upskilling in fünf Schritten

Schritt 1: Handlungsbedarf ermitteln
Fragen Sie sich, welche Ziele Sie mit KI erreichen wollen und welche Skills Sie dafür benötigen. Machen Sie dann eine Auslegeordnung, wo Sie als Kommunikations- und Fundraising-Team beim Thema KI stehen. Wenn Sie die erforderlichen Skills und die aktuellen Fähigkeiten miteinander vergleichen, erkennen Sie den Handlungsbedarf.

Schritt 2: Massnahmen definieren
Legen Sie die Schwerpunkte Ihres Entwicklungsprozesses fest. Neben Lern-, Trainings- und Coaching-Angeboten können dazu etwa auch KI-Challenges und -Sprechstunden zählen.

Schritt 3: Schnelle Erfolgserlebnisse schaffen
Motivieren Sie Ihr Team, das Gelernte zu üben und zu vertiefen. Denn Quick Wins sind beim KI-Upskilling entscheidend.

Schritt 4: Kompetenzen vertiefen und KI-Prozesse implementieren
Passen Sie die Lern- und Trainingsformate nun laufend dem Kompetenzniveau Ihres Teams an. Es geht darum, KI in den Prozessen zu verankern und innerhalb des Teams Rollen wie KI-Superuser und Qualitätscontroller zu vergeben.

Schritt 5: Wissen aktuell halten
In dieser Phase des Entwicklungsprozesses setzen Sie besonders auf Social Learning sowie auf den internen und externen Austausch. Etablieren Sie fixe Rituale wie ein wöchentliches KI-Meeting, teilen Sie Best Cases und machen Sie Verbesserungen sichtbar.

Optimieren Sie Ihre Fundraising-Mailings mithilfe von KI

Eine neue, vielversprechende Methode kombiniert künstliche Intelligenz und Eyetracking wirkungsvoll. Das Resultat: Besser gestaltete Fundraising-Mailings, bei denen Hauptbotschaft und Call to Action die Blicke potenzieller Spenderinnen und Spender auf sich ziehen. Lassen Sie sich von Swiss Post Advertising beraten:

Großspenden: Worauf es ankommt

Fachlichkeit, Haltung und Menschlichkeit

Was Großspenden-Fundraiserinnen und -Fundraiser können müssen

Seite 22

Wenn echtes Interesse Türen öffnet

Wie Netzwerke für Großspenden entstehen, ohne Menschen als Abkürzung zu betrachten

Seite 28

Wo Vertrauen gelebt wird, wird der ROI folgen

Warum unrealistische Ziele gute Großspenden-Fachleute vertreiben

Seite 24

Persönliche Begegnungen prägen

Wie Don Bosco Veranstaltungen für Beziehungsarbeit im Major-Donor-Fundraising nutzt

Seite 30

Der verborgene Schatz in der Datenbank

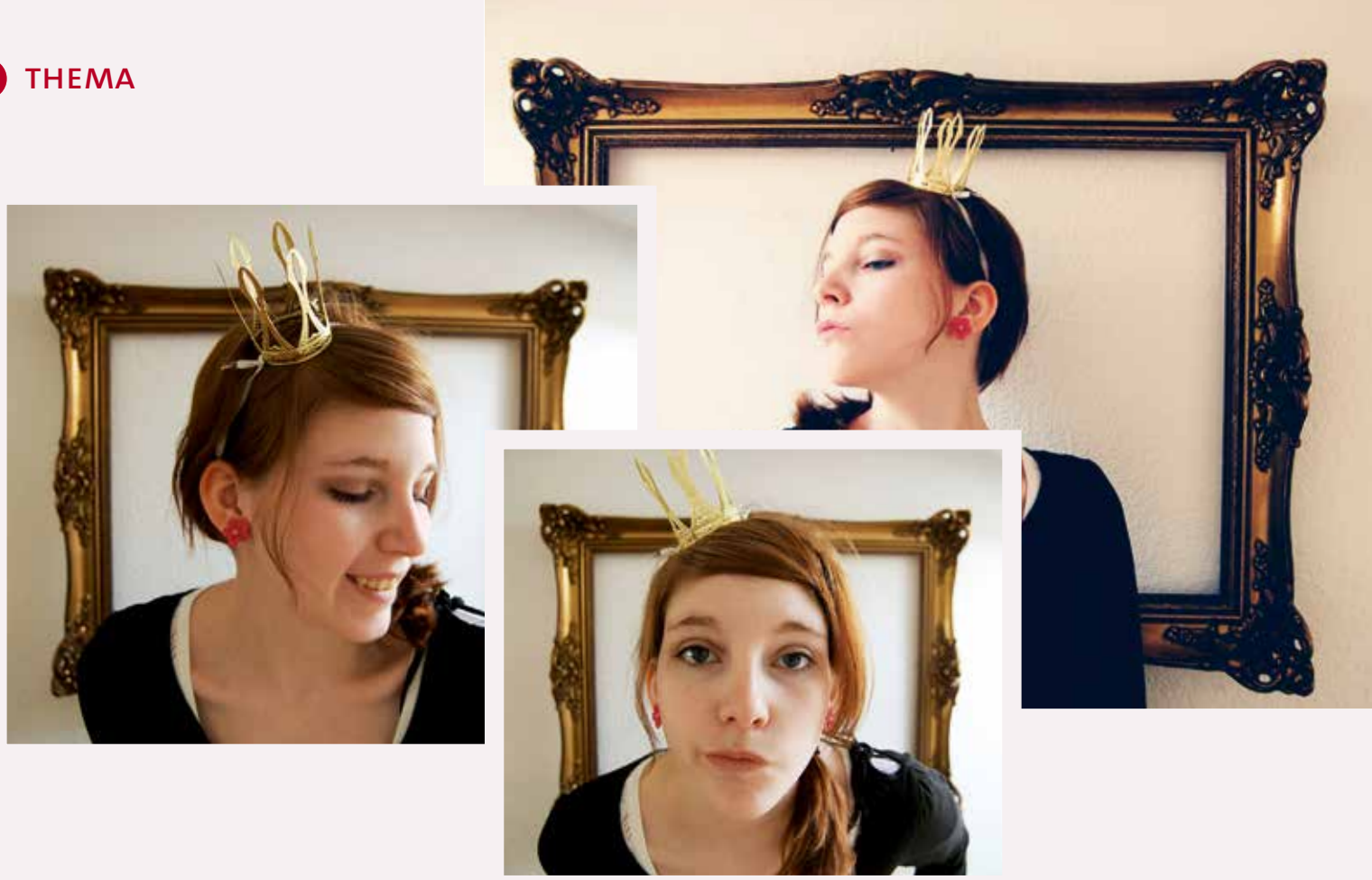
Wie Potenziale für Großspenden gehoben werden können

Seite 26

Die Basis für den Erfolg

Gründliche Planung und Kennziffern machen den Kopf frei für das Eigentliche

Seite 32



Fachlichkeit, Haltung und Menschlichkeit

Was Großspenden-Fundraiserinnen und -Fundraiser können müssen

Wer an Großspenden-Fundraising denkt, denkt oft zuerst an das „Fragen nach Geld". Doch erfolgreiches Großspenden-Fundraising beginnt lange vor der konkreten Spendenbitte: mit dem Finden potenzieller Unterstützer, strategischem Denken, Beziehungsarbeit und der Fähigkeit, Menschen wirklich zu verstehen. Was müssen Großspenden-Fundraiser also können, um erfolgreich zu sein?

Von JAN UEKERMANN

Die Frage nach den nötigen Voraussetzungen für erfolgreiche Großspenden-Fundraiserinnen und -Fundraiser ist gar nicht so leicht zu beantworten. Denn zunächst muss geklärt werden, was überhaupt mit dem „Großspenden-Fundraiser" gemeint ist. Viele haben vermutlich sofort die klassische Rolle vor Augen: eine eloquente, authentische Repräsentantin ihrer Organisation, kommunikativ stark, souverän im Gespräch, geübt im Small Talk und sicher auf Veranstaltungen. Doch Großspenden-Fundraising ist längst weit mehr als das. In den vergangenen Jahren hat sich das Arbeitsfeld stark ausdifferenziert. Heute entstehen zunehmend spezialisierte Rollen mit eigenen Kompetenzprofilen – etwa im Prospect Research, in der Strategieentwicklung oder im Stewardship. Und dennoch bleibt die klassische Großspenden-Fundraiserin oder der klassische Großspenden-Fundraiser für viele das Gesicht dieser Arbeit.

Vielleicht ist es sogar einer der anspruchsvollsten Jobs in unserer Branche. Denn oft tragen Großspenden-Fundraiser hohe Verantwortung, ohne selbst Teil der Leitungsebene zu sein. Sie arbeiten mit den wichtigsten Unterstützerinnen und Unterstützern einer Organisation, bewegen sich nah an strategischen Entscheidungen und beeinflussen mit ihrer Arbeit nicht selten die Entwicklung der gesamten Organisation.

Im Zentrum erfolgreicher Großspendenarbeit steht dabei immer die Persönlichkeit der Fundraiser selbst. Integrität bildet die Grundlage jeder tragfähigen Beziehung. Großspenderinnen und Großspender erwarten Glaubwürdigkeit, Verlässlichkeit und professionelles Auftreten. Vertrauen entsteht nicht allein durch Fachwissen, sondern vor allem durch Authentizität und eine wertschätzende Haltung.

Verstehen, was Menschen bewegt

Ebenso wichtig sind respektvolle Neugier und echtes Interesse am Gegenüber. Erfolgreiche Fundraiser wollen verstehen, was Menschen bewegt: Welche Werte vertreten sie? Welche gesellschaftlichen Themen sind ihnen wichtig? Welche Erfahrungen prägen ihr philanthropisches Engagement? Gute Großspenden-Fundraiser haben viele Fragen im Kopf – und hören aufmerksam zu. Denn die Arbeit im Großspenden-Fundraising besteht vor allem aus Kommunikation. Aktives Zuhören ist dabei essenziell. Und

das bedeutet weit mehr als höfliches Schweigen. Es geht darum, Emotionen, Motive und unausgesprochene Erwartungen wahrzunehmen. Wer nur redet, erfährt zu wenig.

Langfristige Beziehungspflege

Ebenso entscheidend ist die Fähigkeit, tragfähige Beziehungen aufzubauen und langfristig zu pflegen. Großspenden-Fundraising ist Beziehungsmanagement. Dazu gehören Empathie, Aufmerksamkeit und gesellschaftliche Anpassungsfähigkeit. Fundraiserinnen und Fundraiser bewegen sich häufig in ganz unterschiedlichen sozialen Kontexten – vom persönlichen Gespräch bis hin zu exklusiven Veranstaltungen. Entsprechend wichtig sind kommunikative Sicherheit, Körpersprache, Stimme und ein gutes Gespür für Situationen.

Da Großspenden selten spontan entstehen, brauchen Großspenden-Fundraiser außerdem Geduld und Beharrlichkeit. Beziehungen entwickeln sich oft über viele Jahre hinweg. Gleichzeitig braucht es ein gesundes Selbstbewusstsein. Wer mit vermögenden Menschen spricht, muss auf Augenhöhe kommunizieren können – professionell, aber nicht unterwürfig.

Strategie und Prioritäten

Doch Beziehungsgestaltung allein reicht nicht aus. Erfolgreiche Großspenden-Fundraiser arbeiten strategisch. Sie priorisieren ihre Zeit bewusst, analysieren Potenziale und entwickeln individuelle Kultivierungsstrategien. Sie überlegen: Verfügt eine Person über die finanzielle Kapazität? Gibt es eine Verbindung zu den Themen der Organisation? Wer beeinflusst Entscheidungen? Welche Schritte könnten helfen, einer Förderentscheidung näherzukommen?

Darauf aufbauend entwickeln sie individuelle Wege der Beziehungspflege. Sie schaffen Gelegenheiten für Begegnungen, verbinden Menschen mit Projekten und führen Gespräche behutsam, aber zielgerichtet weiter. Die eigentliche Spendenbitte ist dabei meist nicht der schwierigste Schritt – sondern das Ergebnis guter Vorbereitung und langfristiger Beziehungsgestaltung.

Liste der Anforderungen

Großspenden-Fundraising ist deshalb professionelles Handwerk. Fundraiser müssen hier überzeugende Förderprojekte identifizieren, Cases for Support entwickeln, Jahrespläne erstellen und wirkungsvolle Kommunikation gestalten können. Hinzu kommen Kenntnisse in Datenbankmanagement, Veranstaltungsplanung, Stewardship, Datenschutz, Erbschafts- oder Stiftungsrecht.

Die Liste der Anforderungen ist lang. Und genau darin liegt vielleicht die größte Herausforderung dieses Berufsfeldes: Großspenden-Fundraiserinnen und -Fundraiser müssen strategisch denken, professionell kommunizieren, Beziehungen gestalten, intern moderieren und gleichzeitig authentisch bleiben. Oder anders gesagt: Sie brauchen Fachlichkeit, Haltung und Menschlichkeit zugleich. ◘

In einer aktuellen Umfrage des Major Giving Institute haben über 120 Großspenden-Fundraiserinnen und -Fundraiser ihre eigenen „Major Giving Skills“ bewertet. Das Whitepaper ist kostenlos via QR Code oder hier erhältlich:

▶ https://tinyurl.com/major-giving-skills

Jan Uekermann ist Berater, Trainer und Coach mit den Spezialgebieten Großspenden-Fundraising, Strategie und Leadership. Er ist Capital Campaign Lead & Major Gift Fundraiser bei Greenpeace Schweiz, außerdem Co-Gründer des Major-Giving-Institutes und der Stiftung Leaders of Tomorrow, publiziert Fachartikel und Bücher.

▶ www.major-giving-institute.org

„Großspenden können Großes bewirken.“

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

- Grundlagen
- Strategien
- Praktische Umsetzung

„Hervorragender Praxisbezug durch Beispiele und eigene Erfahrungen der Autoren“

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

Wetteinsatz mit Risiko

Über 41 Prozent der 15- bis 29-Jährigen in der Schweiz geben an, noch nie über die Risiken von Sportwetten aufgeklärt worden zu sein, gleichzeitig sagt aber die Hälfte der 2000 Befragten, dass sie oft oder sehr oft Werbung für Sportwetten sieht. Zu diesem Ergebnis kommt die Stiftung Sucht Schweiz in einer neuen Studie und hat im Mai – wenige Wochen vor der Fußball-WM – gemeinsam mit den Kantonen die Kampagne „Game Changer" (Bild oben) lanciert, die auf die Risiken von Spielsucht aufmerksam macht.

▶ www.suchtschweiz.ch ▶ www.game-changer.ch

Mit Humor gegen Fake News

Grand-Mère-Stiftung und #UseTheNews kooperieren

Um jungen Menschen die Themen Demokratie und Resilienz gegen Desinformation näherzubringen, haben sich die Grand-Mère-Stiftung des französisch-deutschen Kabarettisten Emmanuel Peterfalvi, besser bekannt als „Alfons", und die Nachrichtenkompetenz-Initiative #UseTheNews zusammengetan, die Kindern und Jugendlichen den sicheren Umgang mit Informationen vermitteln will. Peterfalvi hat die Grand-Mère-Stiftung im Andenken an seine Großmutter gegründet, die Auschwitz überlebte und sich für Völkerverständigung engagiert hat. Bei der Kooperation sollen nun einzelne Aktivitäten beider Initiativen miteinander kombiniert werden. Das Angebot richtet sich an Schulklassen und bietet ein Programm mit verschiedenen Modulen. Los geht's immer mit einem Theaterbesuch bei Alfons, gefolgt von einem Schulworkshop. Im April fand ein erster erfolgreicher Praxistest in einem Hamburger Gymnasium statt.

▶ www.usethenews.de ▶ www.gm-stiftung.org

MEINE MEINUNG

„Das Vertrauen in Stiftungen könnte zu ihrem großen Kapital werden"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Man gewinnt den Eindruck, wir bewegen uns mit Lichtgeschwindigkeit auf die Übernahme der Menschheit durch Künstliche Intelligenz zu. Stiftungen erscheinen da fast wie aus der Zeit gefallen. Während Tech-Unternehmen in Zeitspannen von maximal wenigen Jahren denken, machen Stiftungen das Gegenteil. Eingerichtet für Jahrzehnte und Jahrhunderte, sollen sie Generationen überdauern und Werte sichern, die den Stifterinnen und Stiftern wichtig sind. Genau hier könnte in Zukunft ihre Stärke liegen. Mit der Übertragung der Stimmrechte auf die gemeinnützige Infomaniak Foundation garantiert der Gründer des Schweizer Webhosting-Anbieters, dass das Unternehmen niemals verkauft wird und auf Dauer einer Digitalisierung verpflichtet bleibt, die dem Menschen dient und den Schutz des Planeten respektiert. Dafür setzt sich Infomaniak seit seiner Gründung ein. Damit das so bleibt, kann nichts, weder eine Übernahme noch ein Kontrollwechsel, ab jetzt ohne Zustimmung der Stiftung erfolgen. Ein cleverer Schachzug!

Wenn Europa also unabhängiger werden will von Tech-Bros aus Amerika und Fernost, dann könnten Stiftungen ein Teil der Lösung sein, indem sie zur Verwahrung und zum Schutz von Daten – der vielleicht wichtigsten Währung des 21. Jahrhunderts – beitragen. Das Vertrauen, das Stiftungen genießen, wird neben ihrem finanziellen Vermögen dann zu ihrem großen Kapital, unabhängig von Börsenkursen. Auf die nächsten 500 Jahre!

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

Kurzgefasst …

Save the Date!

„And Action!“ heißt es am 8. September 2026 im Kursaal Bern, wenn sich die Schweizer Stiftungswelt zum 25. Stiftungssymposium zusammenfindet. Beim größten Branchentreffen des Jahres sollen soziale Dynamiken erkundet werden und wie diese die Wirkung von Stiftungen beeinflussen. Anmeldungen sind ab sofort und bis zum 1. September 2026 möglich.

▶ www.swissfoundations.ch

Besserer Zugang zum Infoportal

Die Contergan-Stiftung hat ihr Infoportal komplett neu gestaltet. Eine klare Struktur und eine neue Bildsprache sollen Menschen mit Contergan-Schädigung den Zugang erleichtern, auch im Hinblick darauf, dass sich ihre Bedürfnisse durch das Älterwerden verändern. Der Erinnerungskultur wird mit Interviews und Fotos ebenfalls ausreichend Platz eingeräumt.

▶ https://contergan-infoportal.de

Gegen Cyber-Mobbing im Job

Die Funk-Stiftung fördert ein Präventionsprojekt, das einen kostenfreien Onlinekurs zum Thema Cyber-Mobbing am Arbeitsplatz bietet. Er soll vermitteln, wie Cyber-Mobbing erkannt, gestoppt und verhindert werden kann. Der Kurs besteht aus vier Modulen, die jeweils rund 15 Minuten dauern und theoretische Grundlagen mit Übungen und Praxisbeispielen verbinden.

▶ www.funk-stiftung.org

Eigener Server statt Big Tech

Damit sie weniger abhängig von chinesischen und US-Techplattformen sind, haben 16 deutsche Stiftungen den eigenen Server „stiftungen.social“ im Netzwerk Mastodon gestartet. Initiatoren sind u. a. die Rudolf-Augstein-Stiftung und die gemeinnützige Hertie-Stiftung. Anfang Mai haben sich z. B. auch die „taz panterstiftung“ und die Deutsche Nationalstiftung angeschlossen.

▶ https://fedidevs.com/s/OTk3

Aktuelles zu Schweizer Stiftungen

Die 17. Ausgabe des Schweizer Stiftungsreports ist erschienen und steht kostenlos zum Download zur Verfügung. Der 70 Seiten umfassende Report wird jährlich vom Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel, dem Verband der Schweizer Förderstiftungen Swissfoundations und dem Zentrum für Stiftungsrecht an der Universität Zürich herausgegeben und enthält die neuesten Zahlen, Fakten und Entwicklungen zum Schweizer Stiftungswesen.

▶ www.swissfoundations.ch/publikationen/der-schweizer-stiftungsreport-2026

Unabhängig bleiben

IT-Gründer gibt Stimmrechte an gemeinnützige Stiftung

Boris Siegenthaler, Gründer von Infomaniak, hat die Mehrheit der Stimmrechte des Cloud- und Hosting-Unternehmens an eine neue gemeinnützige Schweizer Stiftung übertragen. Sie ist damit Referenzaktionärin der Infomaniak Group SA. Dieser Schritt soll garantieren, dass das Engagement für eine souveräne, verantwortungsvolle und nachhaltige Digitalisierung auch in Zukunft weitergeführt werden kann. „Das Vertrauen, das uns Millionen von Privatpersonen und Hunderttausende von Unternehmen und Institutionen entgegenbringen, ist heute immens. Im Zeitalter der KI haben die Daten, die sie uns anvertrauen, einen strategischen Wert für ihre Zukunft. Diese Stiftung ist die Garantie, die ich ihnen schulde: Ihre Wahl ist nun langfristig geschützt“, sagt Boris Siegenthaler.

Infomaniak ist 1994 aus einem Club von Computerbegeisterten hervorgegangen und betreibt von der Schweiz aus eine unabhängige Cloud, die von Millionen Menschen in ganz Europa verwendet wird.

▶ https://fondation-infomaniak.ch

Weiterbildung für die Gute Sache

Auf den folgenden Seiten finden Sie eine Auswahl empfohlener Seminare und Tagungen für Gemeinnützige. Einen Komplett-Überblick mit Suchfunktion bietet unser **NPO-Campus** auf **gutes-wissen.org**

TAGUNG/KONGRESS

Online Fundraising Days

25.08.2026 – 26.08.2026

online

Fundraising-Verband Austria

▶ **www.fundraising.at**

Gebündelt für alle, die Gutes tun

ESV DIGITAL StiftungsWissen

Die Datenbank gratis testen:

TAGUNG/KONGRESS

15. Basler Stiftungstag

25.08.2026

Basel

Verein Stiftungsstadt Basel

▶ **https://stiftungsstadt-basel.ch**

KURS

Zertifikatslehrgang Wirkungsmanagement

17.08.2026 – 22.10.2026

Hotel Wilerbad (Sarnen), Basel

CEPS (Center for Philanthropy Studies)

▶ **https://ceps.unibas.ch**

TAGUNG/KONGRESS

Tag der Verbände Sachsen-Anhalt

26.08.2026

Magdeburg

Bundesverband der Vereins-, Verbands- und Stiftungsgeschäftsführer e.V.

▶ **www.tag-der-verbaende.de**

SEMINAR/WORKSHOP

Norddeutsches Fundraising-Frühstück

10.09.2026

online

Agentur KOSO

▶ **https://fundraising-nord.de/fundraising-fruehstueck**

TAGUNG/KONGRESS

Tag der Verbände Mecklenburg-Vorpommern

01.09.2026

Schwerin

Bundesverband der Vereins-, Verbands- und Stiftungsgeschäftsführer e.V.

▶ **www.tag-der-verbaende.de**

SEMINAR/WORKSHOP

Strategische Überzeugungs-Psychologie zur Großspenden-Akquisition

14.09.2026 – 17.09.2026

online

NPO-Akademie

▶ **www.npo-academy.com**

BERUFSBEGLEITENDER LEHRGANG

Fördermittelmanager/-in für gemeinnützige Organisationen (FLA)

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

FÖRDERLOTSE AKADEMIE

Sie verantworten die Fördermittelakquise und das Fördermittelmanagement für eine gemeinnützige Organisation und suchen eine fundierte und praxisorientierte Weiterbildung für Ihren Aufgabenbereich, dann ist unser Lehrgang das richtige Angebot für Sie.

- zwölf Monate berufsbegleitend
- 4 mal 3 Präsenztage
- 10 E-Learningmodule im Umfang von 900 Minuten
- maximal 18 Teilnehmende
- qualifiziertes Zertifikat der Förderlotse Akademie (FLA)
- Leitung: Torsten Schmotz & Bernd Kreh
- Dozententeam mit den führenden Fachkräften für Fördermittelgewinnung in Deutschland

In Kooperation mit akd DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

Ein Angebot von Förderlotse

> Start des neunten Jahrgangs: 1. Oktober 2026

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

zh aw School of Management and Law

CAS Fundraising Strategies

Strategisches Fundraising Management mit Fokus High Value Fundraising

Start: 11. September 2026

www.zhaw.ch/zkm/cas-frs

TAGUNG/KONGRESS

Alumni-Herbst-Treffen

18.09.2026 – 19.09.2026

Frankfurt am Main

Fundraising-Akademie gGmbH

▸ **https://fundraising-akademie.de**

TAGUNG/KONGRESS

#deinehrenamt – der Kongress

09.09.2026

Hanau

LandesEhrenamtsagentur Hessen

▸ **www.deinehrenamt.de**

SEMINAR/WORKSHOP

Ihr Einstieg ins Fundraising

24.09.2026

online

Sabine Volkert

▸ **www.sabine-volkert.de**

SEMINAR/WORKSHOP

KI im Verein

28.09.2026

online

Lindmanns Lebendige Online-Veranstaltungen

▸ **https://veranstaltungen-landesservicestelle-nrw.de**

TAGUNG/KONGRESS

faith+funds 2026

29.09.2026 – 30.09.2026

Hamburg

Deutscher Fundraising-Verband e. V.

▸ **www.dfrv.de/faithfunds-2026**

MU TEC

Internationale Fachmesse für Museums- und Ausstellungstechnik

5. – 6. November 2026

Grüner wird's nicht?

Auf den hellgrün hervorgehobenen Veranstaltungen liegt das Fundraising-Magazin für Sie aus oder ist Medienpartner.

Möchten auch Sie mit uns kooperieren? Schreiben Sie bitte einfach an **verlag@fundraising-magazin.de**!

Foto: complize/photocase.de

Steht Ihre Projekt-Finanzierung auch morgen noch auf sicheren Füßen?

Wer sich für gemeinnützige Zwecke engagiert, weiß, wie schwer es ist, Gelder für die Gute Sache aufzutun. Wie andere das schaffen, lernen Sie beim Fundraisingtag in Ihrer Nähe.

Termine:

11.9.26 BERLIN

11.3.27 MÜNCHEN

15.4.27 STUTTGART

Informieren, anmelden, vormerken lassen:

Fundraisingtage.de

by Fundraising-Magazin

Wissen testen

und gewinnen

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

Wer lesen kann, ist klar im Vorteil – so heißt es. Deshalb stellen wir Ihnen regelmäßig neue (Fach-)Bücher vor. Und was geschieht eigentlich mit all den Büchern? Die geben wir gerne an Sie weiter: Unter allen richtigen Einsendungen des Lösungswortes dieses Gewinnspiels verlosen wir die Bücher, welche wir auf den Seiten 80 und 81 dieser Ausgabe vorstellen. Sie haben freie Wahl. Also testen Sie Ihr Wissen, lesen Sie vielleicht noch einmal nach und finden Sie die richtige Lösung heraus. Viel Spaß!

Seite 6

1 Forbes veröffentlicht regelmäßig Ranglisten der reichsten Menschen der Welt. Wer ist die oder der reichste Deutsche?

DI) Susanne Klatten
DA) Dieter Schwarz
DU) Reinhold Würth

Seite 16

2 Drei österreichische Straßenzeitungen erhielten 2024 unverhofft hohe Spenden. Woher kamen diese?

NK) Guter Rat für Rückverteilung
LK) Lotto „6 aus 45“
RK) Finanzverwaltung Wien

Seite 26

3 In der eigenen Datenbank können ungeahnte Großspendende stecken. Womit lassen sich diese aufspüren?

EL) Postleitzahlenabgleich
SE) Wünschelrutenlauf
ES) Potenzialanalyse

Seite 44

4 Das Städel-Museum will seine Zukunft mit einer Endowment-Kampagne sichern. Wie hoch ist das Ziel?

KU) 100 Millionen Euro
QU) 10 Millionen Euro
CO) 1 Milliarde Euro

Seite 70

5 Welcher Kanal brachte bei der Critical Mass Wien die meisten Klicks auf Einladungslinks?

RT) Facebook
FT) Bluesky
LT) WhatsApp

Seite 76

6 Was zählt in einem alternden Spendenmarkt stärker als Reichweite und reine Mengenlogik?

IR) Fuzzy-Logik
UR) Beziehungslogik
AR) Murphys Gesetz

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*. Bitte schreiben Sie dazu, welches Buch Sie haben möchten. 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 31. August 2026. Viel Glück!

Die Bilder auf dieser Seite wurden mit Künstlicher Intelligenz erstellt und dienen ausschließlich der Illustration.

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

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

Laden im App Store

in der iOS-App kaufen & sofort lesen

JETZT BEI Google Play

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 einen größere Menge (möglich ab 10 Stück) zum stark ermäßigten Preis.

FUNDRAISING magazin

abo.fundraising-magazin.de

Linguistik-Virtuose Fabian F. Fröhlich ist im Sammelfieber

Sammeln Sie auch so gern? Nicht? Dann machen Sie doch mal Ihre Schreibtischschublade auf! Was sehen Sie da? Verbogene Büroklammern, ausgetrocknete Textmarker, eine Tüte Studentenfutter mit dem MHD „März 2019“ …? Meine Leidenschaft für das Sammeln nutzloser Dinge jeglicher Art lebe ich bereits seit der Fußball-WM 1990 aus, als ich mit zwölf im Umkreis von zehn Kilometern sämtliche Großpackungen einer bekannten Sorte Haselnusswaffeln aufkaufte, um mein Panini-Stickeralbum zu befüllen. Seitdem habe ich sie alle: Uefa Champions League, Fifa World Cup, NBA Sticker & Card Collection, „20 Jahre Harry Potter“-Jubiläumsbox, „Wendy 2 – Freundschaft für immer“-Stickerbuch … (Bei der WM 2010 fehlt mir noch der Torhüter von Kamerun. Wer gegen „Belgische Warmblut-Stute mit Fohlen“ tauschen möchte: Bitte PN an mich!)

Um die Zeit bis zum nächsten sportlichen Großereignis sinnvoll zu überbrücken, sammele ich seit Neuestem Wörter. Wenn Ihnen beispielsweise an der Selbstbedienungskasse, in der gemischten Sauna oder beim entspannten Balancieren auf dem Hochseil komische Begriffe einfallen, melden Sie sich bitte umgehend bei mir. Ich nenne Ihnen mal ein Beispiel: Als neulich die Kaffeemaschine in der Redaktion statt Cappuccino nur lauwarme Brühe ausspuckte, stieß ich in der Bedienungsanleitung auf folgendes Wort: „Brühgruppe“. Wollte mich gleich direkt dort anmelden, bis mich die Kollegin aus der Grafik darauf hinwies, dass das kein Selbsthilfe-Verein für Kaffeesüchtige ist, sondern das technische Herzstück der Maschine. Da sich diese aber trotz der überraschenden Erkenntnis weiterhin standhaft weigerte, auch nur irgendeine Art von Heißgetränk zu liefern, blieb mir nichts anderes übrig, als mir außerhalb der Redaktionsräume meine Koffeindosis zu besorgen.

Also los! Noch zehn Minuten Pause: Ich stürze zur „vertikalen Personenbeförderungsanlage“, reiße die „Durchgangsöffnung“ auf, steuere den „Verkehrsknotenpunkt“ an, werde dort von der „Lichtsignalanlage“ ausgebremst und schaue mir notgedrungen ein Element der „Stadtmöblierung“ an, das über den „Kugelgrill ‚Napoleon‘“ informiert, überrenne dann eine „Vegetationsfläche“ und laufe um die „Wasserspielanlage“ herum, bevor ich endlich an der „Raumkante“ ankomme, in der sich der Koffein-Dealer meines Vertrauens befindet. Der hat in seiner Location zum Glück eine hohe „einrichtungsbezogene Besucherfrequenz“, sodass ich endlich – endlich!!! – meinen doppelten Espresso bekomme.

„Stadtmöblierung“ schlage ich übrigens fürs linguistische Sammelalbum vor, fehlt dort nämlich noch. … Was? Im Panini? Nee: Im Duden natürlich!

FUNDRAISING magazin

Branchen-Magazin für Sozialmarketing
Spenden | Vereine | Stiftungen

ISSN 1867-0563 | 21. Jahrgang

Redaktionsschluss dieser Ausgabe vom 13.07.2026 war der 11.05.2026.

Termine und Themenplan für zukünftige Ausgaben unter https://termine.fundraising-magazin.de

Fachbeiträge: Unser Magazin steht interessanten Beiträgen mit dem Fokus Fundraising immer offen. Bitte nehmen Sie Kontakt mit uns auf per E-Mail an redaktion@fundraising-magazin.de

Abonnement: Das Fundraising-Magazin gibt es nicht am Kiosk, nur exklusiv beim Verlag unter www.abo.fundraising-magazin.de
Fragen an: service@fundraising-magazin.de

Herausgeber:
Matthias Daberstiel, Udo Lehner,
Daniela Münster-Daberstiel

Verlag, Produktion, Vertrieb:
Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden
verlag@fundraising-magazin.de,
www.fundraising-magazin.de

Redaktionsleitung:
Daniela Münster-Daberstiel (v. i. S d. P.),
redaktion@fundraising-magazin.de
Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-70

Anzeigen-Werbung:
Matthias Daberstiel (verantwortlich)
matthias.daberstiel@fundraising-magazin.de
Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-80,
Fax: +49 (0)3 51 8 76 27-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 19 vom 01.11.2025

Druck:
Silber Druck GmbH & Co. KG, Lohfelden

Hinweis zur Nutzung von Künstlicher Intelligenz (KI):
In unserer Redaktion kommt KI nur unterstützend zum Einsatz; alle Beiträge werden von Menschen verantwortet und geprüft. Ausführliches dazu unter:
www.fundraiser-magazin.de/wie-wir-ki-nutzen

Fotonachweise:
Titelseite, S. 4, 22: m.edi@photocase.com | S. 5 & 10: Maurice Weiss/Ostkreuz (MUTSCHLER) | S. 5 & 44: Städel-Museum (JERGER) | S. 5 & 82: Haral Reusmann (SPANNUTH) | S. 6: René Grodde (DABERSTIEL) | S. 14: Achtzehn Grad – studio draussen/Österreichische Kinderhilfe (LIN KS), Leo Ziems (STEHFEST) | S. 16: Siegrid Cain | S. 18: Sapocycle | S. 21, 26, 28, 30 & 32: ChatGPT (BILDERRAHMEN) | S. 24: No-Name13@pixabay.com | S. 26: 3dkombinat@fotolia.com | S. 28: Krakenimages.com@AdobeStock | S. 30: Jakob Anders | S. 32: Bernd Jürgens@AdobeStock | S. 34: alina atzler fotografie | S. 36: René Grodde (NITZSCHE)| S. 38: Sebastian Rau/BMBFSFJ/photothek.de | S. 40: Garun Studios@AdobeStock | S. 49: EICK (REFF), eSaw GmbH (TEMBRINK-SORINO) | S. 50: Silke Weinsheimer (GÜLCIBUK), Daria Jenni (LACK), eveleen007@AdobeStock (AVATAR) | S. 53: Mark Bollhorst | S. 68: Jan Piecha/NABU | S. 70: Peter Provaznik | S. 71: Stefanie Freynschlag | S. 72: Ronald Rampsch@AdobeStock | S. 74: aboutmomentsimages@AdobeStock | S. 76: Liddy Hansdottir@AdobeStock | S. 77: TolisART | S. 84: AdoraARTs@AdobeStock (OBEN), ChatGPT | S. 86: ChatGPT | alle anderen PR / Archiv / privat

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.

Für die Herstellung des Fundraising-Magazins wird Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet.

FSC www.fsc.org MIX Papier aus verantwortungsvollen Quellen FSC® C044084

Likes zahlen keine Projekte

Mailings sind nicht retro. Sie sind rentabel.
Zwischen Pop-ups, Reels und Newslettern geht der gute Zweck schnell unter. Ein Brief kommt an – emotional, direkt und messbar erfolgreich.

Fon 0221 / 677 845 - 90 | kontakt@fundango.de
www.fundango.de

fundango
Fundraising ist mehr

Kommunikation, die bleibt.

Wir entwickeln Fundraising-Kampagnen, die Menschen nicht nur erreichen, sondern berühren.
Strategisch fundiert, kreativ umgesetzt und konsequent auf Wirkung ausgerichtet.

adfinitas

www.adfinitas.de · info@adfinitas.de · Tel.: 0511 524873-0 · Fax: 0511 524873-20