

Fundraising aktuell online

Nr. 159 vom 30. November 2007

Kultur-Fundraising stark im Kommen

von Jochen Schiel*

Sorgenvolle Mienen kennzeichneten den Start der vierten Fachtagung „Fundraising für Kultur“ am 29. Oktober. Zum offiziellen Tagungsbeginn war erst die Hälfte der 75 Teilnehmer/innen in der K20 Kunstsammlung eingetroffen. Dank der straffen und charmanten Moderation von Hanna Hilger (Bonn, *Stiftung Denkmalschutz*) blieb die streikbedingte Verzögerung zu Beginn die einzige des Tages.

Als Hauptorganisatorin hatte Hanna Hilger ein glückliches Händchen bei der Auswahl von Themen und Referenten. Unterstützt wurde sie bei der Vorbereitung von ihren Kollegen aus der „Steuerungsgruppe“, der außerdem Becky Gilbert (Berlin), Stephanie Koopmann (Frankfurt), Peter Allmann (Hannover) und Jochen Schiel (Münster) angehörten.

„Noch immer gibt es im Kulturbereich vielerorts eine Fixierung auf das Sponsoring“ beschreibt Peter Allmann den Entwicklungsstand der Kulturszene. „Früher kam das Geld fast ausschließlich von der öffentlichen Hand, in der Wunschvorstellung vieler Museumsleiter und Intendanten sollen jetzt Firmen für ausfallende öffentliche Mittel in die Bresche springen.“ Das breite Themenspektrum der Fachtagung zielte daher bewusst darauf ab, die ganze Bandbreite des Fundraisings zu zeigen.

Nach einem kurzen Streifzug durch die Sammlungen des gastgebenden Hauses berichtete zum Auftakt Claudia Hornemann, Geschäftsführerin der *K20K21 Fundraising und Veranstaltungs GmbH* „Zur Partnerschaft von Kunst und Wirtschaft“. Die GmbH als 100-prozentige Tochter der Stiftung K20K21 Kunstsammlung NRW versteht sich als ein museumsinternes Profitcenter. Es war daher sicher kein Zufall, dass Frau Hornemann das Warhol-Zitat „Being good in business is the most facinating kind of art“ an den Beginn ihrer Ausführungen stellte. Bedingt durch die exklusiven Räumlichkeiten bildet neben dem Sponsoring das Location- und Veranstaltungsmanagement den Schwerpunkt, der in seiner Professionalität zwar beeindruckend, allerdings kaum auf andere Einrichtungen übertragbar ist.

Weltklassisch – Eine Initiative für Beethoven

Das *Beethoven-Haus* in Bonn startete im April 2007 eine große Spendenkampagne für den Ankauf einer Originalhandschrift des Komponisten, der so genannten Diabelli-Variationen. Ziel ist es, das Original durch einen Ankauf vor der Versteigerung zu retten, damit die Handschrift nicht in einem privaten Safe verschwindet. Weil es sich um ein nationales Kulturgut handelt, sagten öffentliche Geldgeber ihre Unterstützung zügig zu. Über deren Höhe wird übrigens Stillschweigen bewahrt. Bekannt ist aber die Höhe der notwendigen Eigenmittel, die das Beethoven-Haus bis Ende 2009 selbst aufbringen muss: 2 Millionen Euro.

Ursula Timmer, Leiterin Kommunikation des Beethoven-Hauses, erläuterte, dass neben Sponsoring-Bemühungen auch eine „klassische“ Spendenkampagne gestartet wurde. Diese steuert zur Halbzeit immerhin knapp 150.000 Euro zu den gut 1 Mio Euro Gesamterfolg bei. Die Spendenkampagne überzeugte die Teilnehmer der Fachtagung mit einer kreativen Umsetzung des „schwierigen Themas“, unter anderem in Form von symbolischen Ton- und Taktpatenschaften, einem optisch ansprechenden Auftritt sowie einer innovativen Internetpräsenz (www.weltklassisch.de). Hier werden die Spenden in einem typischen Internet-Shop „verkauft“.

Brigitte Norwidat-Altmann stellte die Finanzierung für

Aus dem Inhalt

DZI erwartet für 2007 Spendenrückgang	3
Swiss Fundraising Award verliehen	3
Kaioo: Chatten für den guten Zweck	4
Fundraising-Software zum kleinen Preis	5
5,5 Millionen Euro beim RTL-Spendenmarathon	6
Heiße Debatten-Reden bei Gala zugunsten Krebsgesellschaft	6
Fundraising-Gala McDonald's Kinderhilfe mit hohem Ertrag	7
Bericht vom Fundraiserinnen-Tag	8
Zahlt Unicef Fundraisern überhöhte Honorare?	10
Spendenwerbung fällt nicht unters UWG	11
Kaum Unterschiede zum Fundraising in der Schweiz	12
Phaeno ist „Kulturmarke des Jahres 2007“	14
Pro-Bono-Projekt 2008 ausgeschrieben	15
Großspender-Fundraising in den USA erforscht	15

Essens „Weg zur Kulturhauptstadt Europas 2010“ vor. Hinter vorgehaltener Hand monierten allerdings einige Teilnehmer, dass die Stabsstelle Sponsoring *RUHR.2010 GmbH* sich wohl nicht wirklich in die Karten schauen lassen wollte.

Das Themenspektrum im Kulturbereich ist sehr breit. Bettina Fischer, Geschäftsführerin des *Literaturhauses Köln*, stellte den *Bücherbus Köln* vor. Nachdem der Lesebus-Betrieb wegen Sparmaßnahmen der Stadt eingestellt worden war, rief ein Förderverein die rollende Lesewelt mit einer Spendenaktion wieder ins Leben. Fast amüsant wirkte hier ein stetig wiederkehrendes Motiv in den Ausführungen der Referenten. Jede Sparte fand Gründe, dass sie selbst es mit dem Fundraising-Erfolg schwerer hat als alle anderen. Der Büchereibus (ein tolles Sozial- und Bildungsprojekt vor allem für Kinder) wöhnt Literatur und Bücher für besonders schwer vermittelbar, was aber bereits für die Beethovenhandschrift vermutet wurde. Beide beneiden die Musik um die vielen Möglichkeiten in der bunten Opernwelt. Zugleich vermisst die Oper „etwas das bleibt“, die Musik sei halt ach so flüchtig. Ein bisschen, dieser Eindruck entsteht, sitzen viele Kultur-Fundraiser wohl noch immer da wie das berühmte Kaninchen vor der Schlange. „Da ist beim Fundraising für Kunst und Kultur noch eine Menge Basisarbeit und Professionalisierung notwendig“ unterstreicht Stephanie Koopmann die weitere Aufgabenstellung auch für die Fachgruppe. Denn Organisationen, die (neben Sponsoring) strukturiert und professionell Fundraising betreiben, sind immer noch eher die Ausnahme.

Die *Stiftung Denkmalschutz* ist eine solche Ausnahme. Hanna Hilger, Marketingleiterin der Stiftung, berichtete detailliert und praxisnah über Strategie, Umsetzung und Erfahrungen mit dem Telefon-Fundraising für den Denkmalschutz. Ihr Fazit lautete: Telefonmarketing, richtig eingesetzt, ist effizient, spenderfreundlich und bietet große Potenziale – auch für Kultureinrichtungen.

Mehr als Geld: Netzwerk für die Oper

Dass oftmals ein Anruf genügt, berichtete auch Astrid Bscher, die Vorsitzende des *Rheinischen Kuratoriums Oper Köln e.V.* Seit 2003 engagiert sich dieser Zusammenschluss junger Unternehmer für die Oper Köln und ermöglicht mit kreativen Ideen und viel Engagement neue Glanzlichter im Programm. Das Netzwerk für die Oper verstehe sich dabei auch als „schnelle Eingreiftruppe“. Dabei gehe es um weit mehr als nur Geld, betont Astrid Bscher, das Netzwerk helfe wirksam auch mit Leistungen (z.B. Wohnraum für Gastregisseure, Rechtsberatung für einen hilflosen Gastsänger mit Knebelvertrag) und vor allem Kontakten. Der lebendige und mit zahlreichen Anekdoten durchzogene Vortrag war ein motivierendes Beispiel: Fundraising, das bei aller Anstrengung offensichtlich auch Spaß macht, getrieben von der Motivation,

etwas bewirken und bewegen zu wollen. Verbunden ist dies allerdings mit dem klaren Anspruch, dass dem ehrenamtlichen (!) Engagement Wertschätzung entgegengebracht wird. Auf Nachfragen aus dem Publikum bekennt Astrid Bscher dann auch unverhohlen: Wenn nach dem anstehenden Intendantenwechsel in Köln die Zusammenarbeit schwierig werde – was sie weder hoffe noch erwarte – dann sei es doch sogar möglich, künftig mit der Deutschen Oper am Rhein in Düsseldorf zusammen zu arbeiten. Zur Nibelungentreue manches ergrauten Fördervereinsmitglieds sehen sich solche schnellen Eingreiftruppen offensichtlich nicht verpflichtet.

Zweieinhalb Jahre Fachgruppe

Nach der durchweg gelungenen Tagung fällt auch ein erstes Resümee von zweieinhalb Jahren Fachgruppe Kultur positiv aus. Über vier Tagungen hinweg hat eine stetige Entwicklung begonnen. Die Tagungen fanden mit der *Hamburger Kunsthalle*, der *Schirn Kunsthalle* in Frankfurt/Main und dem *K20* in Düsseldorf jeweils an „ersten Adressen“ statt. Neben vielen neuen Gesichtern gibt es erste Anzeichen für ein Stammpublikum. Erfolg zeigt sich auch darin, dass von vier Teilnehmern in Düsseldorf Einladungen ausgesprochen wurden, mit einer Folgetagung bei ihnen zu Gast zu sein. Organisatorin Hanna Hilger stellt zudem dankbar fest: „Nachdem wir die ersten Fachtagungen aus der Steuerungsgruppe heraus ganz selbstständig organisiert hatten, war die tolle Unterstützung durch Gabriele Rubner und die Geschäftsstelle des Verbandes jetzt eine echte Entlastung!“

Die Steuerungsgruppe denkt derweil noch einen Schritt weiter: Welche weiteren Arbeitsformen/Angebote kann und soll es künftig geben? Was macht die Fachgruppe außer Tagungen? Welche Formen von Austausch auch auf dem Niveau der „erfahrenen Fundraiser“ kann man organisieren? Hier wird es spannend sein, nach den ersten selbstständigen Schritten auch die Erfahrungen und Arbeitsmodelle der länger etablierten Fachgruppen im Verband näher unter die Lupe zu nehmen.

Becky Gilbert gibt dafür die Richtung vor: „Unser Ziel als Fachgruppe ist es, auf Verbandsebene eine Plattform für Fundraiser im Kulturbereich zu etablieren. Neben den drei großen K (Kinder, Kirche, Katastrophen) wird das K für die Kultur im Deutschen Fundraising Verband bislang noch eher klein geschrieben. Die gute Resonanz auf die Angebote der Fachgruppe ist da ein positives Signal. Die Kultur kommt, da bin ich mir sicher!“

**Jochen Schiel (info@jochenschiel.de) war von 1996 bis 2006 Geschäftsführer bei Pan y Arte, der Hilfsorganisation von Dietmar Schönherr. Er wohnt in Münster, ist zurzeit freiberuflich tätig und spezialisiert auf Entwicklung von langfristigen FR-Strategien, Aufbau von Fundraising, Entwicklung und Umsetzung von Fundraising-Maßnahmen vom Mailing bis zur Stiftungsgründung.*

DZI erwartet für 2007 Spendenrückgang

Das *Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI)* in Berlin erwartet, dass die Spenden für soziale Zwecke in Deutschland im Jahr 2007 bei rund 2,35 Milliarden Euro liegen werden. Das sei ein Rückgang um etwa 3 Prozent. Diese Schätzung stützt sich auf die vom DZI vorgenommene Erhebung der Spendeneinnahmen zum 30. September 2007 bei den 30 größten Organisationen mit DZI Spenden-Siegel. „Der leichte Rückgang in 2007 ist nach unserer Einschätzung im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass es zwischen Januar und September 2007 keine größeren außerordentlichen Spendenaktionen gegeben hat, während sich 2006 noch die Spenden aus Anlass der Erdbebenkatastrophe in Pakistan im Oktober 2005 ausgewirkt hatten“, erklärt Burkhard Wilke, Geschäftsführer und wissenschaftlicher Leiter des DZI den leichten Rückgang des Spendenvolumens in den ersten drei Quartalen 2007.

Personalien

Hochdotierter Friedenspreis für Lebenswerk an Karlheinz Böhm verliehen

„Für sein Lebenswerk im Dienst der Humanität“ wurde Karlheinz Böhm am 23. November im Berner Rathausaal mit dem international höchstdotierten Friedenspreis geehrt. Der Schweizer Bundesrat Pascal Couchepin überreichte dem Gründer der *Stiftung Menschen für Menschen* den diesjährigen *Balzan Preis für „Humanität, Frieden und Brüderlichkeit unter den Völkern“*, der nur alle drei bis fünf Jahre verliehen wird.

Der Präsident des Preiskomitees der Balzan Stiftung, Botschafter Sergio Romano, würdigte Böhm in seiner Laudatio „für sein großes humanitäres Engagement in Äthiopien, das er aus kleinsten Anfängen selbst aufgebaut hat.“ Es sei Böhm gelungen, einen großen Kreis von Menschen zu motivieren und so die Grundlage für ein humanitäres Förderwerk zu schaffen.

„Dies ist ein zutiefst berührender Moment in meinem Leben“, sagte Böhm in seiner Dankesrede. Der Preis sei nicht nur eine ehrenvolle Auszeichnung, sondern bedeute zugleich Hoffnung und Zuversicht für Millionen von Menschen in Äthiopien. Dass er heute hier stehe, motiviere ihn zutiefst, auf diesem Weg unbeirrt weiterzugehen.

Der Balzan Friedenspreis ist mit zwei Millionen Schweizer Franken (ca. 1,2 Millionen Euro) der höchstdotierte Friedenspreis weltweit. Unter den bisherigen PreisträgerInnen sind unter anderen Mutter Teresa von Kalkutta, das Uno-Flüchtlingshochkommissariat und das Internationale Rote Kreuz. Die Internationale Stiftung Preis Balzan fördert die Kultur und Wissenschaften sowie verdienstvolle Initiativen für Frieden und Brüderlichkeit unter den Völkern.

Melanie Meichle und Gerhard Grossglauser erhalten Swiss Fundraising Award

Mit Gerhard Grossglauser hat der Schweizer Doyen der Branche den diesjährigen *Swiss Fundraising Award* erhalten. Er teilt sich diese Ehre mit der 22-jährigen Studentin Melanie Meichle, die mit viel Engagement Kinder und Jugendliche in Nepal und Tibet unterstützt. Die Awards wurden am 16. November bei der Herbsttagung des *Schweizerischen Fundraising Verbands* in Zürich überreicht.

Die seit 2001 verliehenen Awards sind mit jeweils 2.500 Franken dotiert und werden für herausragende Leistungen im Fundraising vergeben.

Gerhard Grossglauser habe seine persönliche Betroffenheit zum Anlass genommen und es zur Lebensaufgabe gemacht, sich für

behinderte Menschen einzusetzen, sagte Hans-Peter Fricke, CEO *WWF Schweiz*, in seiner Laudatio für den Geehrten. Während mehr als 34 Jahren führte er die Geschäfte der *Schweizerischen Stiftung für das cerebral gelähmte Kind*. Er setzte beharrlich und entschlossen unzählige Projekte um, die das Leben cerebral behinderter



Melanie Meichle

Die 22-jährige Studentin Melanie Meichle aus dem bernischen Rüfenacht erhielt den Award für ihr großes Engagement für Notleidende in Nepal und Tibet. Mit ihrem im Jahr 2006 gegründeten, sehr erfolgreichen Manjushri-Verein (www.manjushri-verein.ch) konnte sie Geldmittel



Gerhard Grossglauser

Menschen und ihrer Angehörigen erleichtern. Während 13 Jahren war Grossglauser auch Präsident des Fundraising Verbandes, den er im Jahr 1994 mitgründete. Bei der Generalversammlung im Juni 2007 trat Grossglauser von seinem Amt zurück und wurde damals schon für sein außerordentliches Engagement zur Entwicklung des Fundraisings in der Schweiz geehrt.

sammeln, um einen neuen Schulbus, Möbel, Computer und Internet-Anschluss für die Schule, ein Regenwasserprojekt oder eine Solaranlage für ein Altersheim zu finanzieren. Sie hat in der Schweiz ein Netzwerk aufgebaut, das finanziell die Umsetzung ihrer Projekte ermöglicht. Melanie Meichle ist ein vorbildliches Beispiel dafür, wie eine einzelne sehr junge Person mutig, kreativ und mit viel persönlichem Einsatz, in einem harten Konkurrenzmarkt in kurzer Zeit ambitionöse Ziele erreichen kann.

Kurz und persönlich

Filmregisseur **Sönke Wortmann** hat das *SOS-Kinderdorf Recife* in Brasilien eröffnet, das mit den Einnahmen aus seinem Film „Deutschland. Ein Sommermärchen“ finanziert wurde. Recife zählt zu „6 Dörfer für 2006“, für die Fans, Spieler und Prominente während der Fußball-Weltmeisterschaft gesammelt hatten. Mit dem Erlös aus dem „Sommermärchen“ wurde auch der Unterhalt des Dorfes für die ersten Jahre gesichert. Zusätzlich wurde ein SOS-Sozialzentrum errichtet, in dem Kinder und Familien aus den umliegenden Armenvierteln vielfältige Hilfe finden.



Foto: obs/SOS-Kinderdörfer

Sönke Wortmann bei den Kindern von Recife.

Ein **Unbekannter** hat einer notleidenden Stadt im US-Staat Pennsylvania 100 Millionen Dollar gespendet. Der Wohltäter, der sich nur als „anonymer Freund“ bezeichnete, gab das Geld an die Stiftung der Gemeinde Erie mit dem Auftrag, es an alle 46 Hilfsorganisationen der Stadt zu verteilen.

Der SAP-Milliardär **Hasso Plattner** gibt 20 Millionen Euro, damit das abgerissene Potsdamer Stadtschloss wieder aufgebaut werden kann. Er hat schon mehrfach für Potsdam gespendet. Bisher wollte man am Alten Markt in Potsdam ein Gebäude ohne die historische Fassade bauen. Jetzt kann anders geplant werden.

Die Direktorin der evangelischen Hilfsorganisationen *Brot für die Welt*, *Diakonie Katastrophenhilfe* und *Hoffnung für Osteuropa*, **Cornelia Füllkrug-Weitzel** (52), hat das Bundesverdienstkreuz erhalten. Der Ministerpräsident von

Baden-Württemberg, **Günther H. Oettinger**, würdigte in einer Feierstunde am 26. November ihren Einsatz für globale Gerechtigkeit. Unermüdlich setze sie sich für die Rechte der Armen ein. Füllkrug-Weitzel verbinde Projektarbeit in Entwicklungsländern mit der notwendigen Lobbyarbeit hier und auf internationaler Ebene, betonte Oettinger.

Aus der Branche

Hendrix-Fan fördert Johanneswerk-Alteneinrichtung durch Kauf und Spende

„Es hat den Richtigen getroffen – das ist ein tolles Gefühl“: Udo Ellermeier, Regionalgeschäftsführer im Ev. Johanneswerk, war voller Begeisterung bei der Übergabe vom Jimi-Hendrix-Autogramm und -Ticket. (siehe Bericht in „Fundraising aktuell online“ Nr. 158). Der neue Besitzer Klaus Richter, der die Memorabilia auf *eBay* ersteigert hatte, war aus Düsseldorf nach Bad Salzuflen ins Altenzentrum Bethesda gekommen, um seinen Scheck über 4.132 Euro zu übergeben.

Im Altenzentrum Bethesda wird das Geld für einen guten Zweck eingesetzt: Die Arbeit mit demenzkranken Bewohnern kann damit weiter ausgebaut werden. Klaus Richter und seine Frau Maria waren so beeindruckt von der Arbeit vor Ort, dass sie kurzentschlossen den Betrag auf 4.500 Euro aufstockten.

Klaus Richter wird mit dem Autogramm und dem Konzertticket, die von einem legendären Konzert 1967 im Herforder *Jaguar-Club* stammen, seine Jimi-Hendrix-Sammlung ergänzen. Der 55-Jährige ist leidenschaftlicher Fan des Musikers: „Bei der Versteigerung war ich jedoch zusätzlich motiviert, weil ich eine gute Sache unterstützen konnte.“

Im Altenzentrum Bethesda wurden Klaus und Maria Richter mit einer Party empfangen. Die Band Short Cuts spielte Hendrix-Hits und Künstlerin Ulrike Jung sorgte für Comedy-Einlagen. Besonders freuten sich auch die Mitglieder des *Fördervereins des Altenzentrums Bethesda* über die gelungene Aktion. Marion von Canstein, Vorstandsmitglied des Fördervereins, hatte die Memorabilia für die Versteigerung zur Verfügung gestellt. Die *eBay*-Aktion hatte bundesweit für großes Interesse gesorgt. In wenigen Tagen waren 43.000 Besucher auf der Internetseite.

Kaioo: Chatten für den guten Zweck

Die großen sozialen Netzwerke im Internet wie *MySpace*, *Facebook* und *StudiVZ* bekommen Konkurrenz von einer neuen, weltweit in vorerst sechs Sprachen startenden Community-Plattform. Der Clou des am 24. November zunächst in Deutsch und Englisch online gehenden Projekts namens *Kaioo*: Die Plattform ist gemeinnützig, alle

durch Werbeeinnahmen erwirtschafteten Gewinne werden an soziale Organisationen gespendet, die von den Benutzern einmal im Jahr ausgewählt werden.

Idee und Umsetzung stammen vom ehemaligen Leiter Business Development von *Bertelsmann*, Thomas Kreye, der Anfang des Jahres beim Gütersloher Medienkonzern für seinen „Traum von einer wirklich sozialen, demokratischen und völlig unabhängigen Gemeinschaft im Internet“ gekündigt hatte. Die Anlauffinanzierung und operativen Kosten des Projekts in Höhe von rund einer halben Million Euro werden für mindestens ein Jahr komplett vom Vorstandschef des Musikriesen *Sony BMG*, Rolf Schmidt-Holtz übernommen, der sich jedoch rein privat für das Projekt engagiert. Schmidt-Holtz betont, dass es keinerlei Verbindung zu dem von ihm geleiteten Plattenriesen gibt. Kreye und Schmidt-Holtz, der sich auch schon für andere soziale Projekte engagierte, kennen sich aus ihrer gemeinsamen Zeit bei Bertelsmann.

Auch künftig soll der laufende Betrieb von *Kaioo* durch wohlhabende Spender gesichert werden, damit die Einnahmen ohne den Abzug von Kosten gespendet werden können. Kreye etwa bezieht nur einen Bruchteil seines einstigen Bertelsmann-Gehaltes. „Es soll nicht, wie bei manchen anderen Organisationen, großer Verwaltungs- und Spesenaufwand einen Teil der Einnahmen auffressen“, betont Schmidt-Holtz, der bereits „sehr positive“ Gespräche mit weiteren potenziellen Förderern geführt hat.

Kaioo ist vom Finanzamt als gemeinnützige Stiftungsgesellschaft anerkannt. Gespendet wird quasi nebenbei, indem Nutzer Zeit auf der Plattform verbringen und dadurch Werbeeinnahmen generiert werden. Um aber dauerhaft genügend Nutzer anzuziehen, müsse *Kaioo* schlicht besser und einfacher zu bedienen sein, als die existierenden sozialen Netzwerke. „Wir werden sicherlich 30 Prozent mehr Funktionalitäten als etwa *StudiVZ* bieten“, betont Kreye gegenüber „*Spiegel online*“. Zunächst ging nur eine Beta-Version mit 80 Prozent der Funktionen online, spätestens zum Jahresende sollen auch die erweiterten Features wie Video-Links und Fotos für Gruppen und Subnetzwerke funktionieren.

Ab rund 200.000 regelmäßigen Nutzern weltweit könne die Plattform allein durch Werbung genügend verdienen, um profitabel zu sein. Zum Vergleich: Allein Facebook hat bereits 50 Millionen Nutzer. „Im Idealfall schaffen wir eine Maschine, die jedes Jahr zig Millionen an Spenden garantiert“, hofft Kreye.

UNO-Flüchtlingshilfe hat bestes PR-Foto

Die *UNO-Flüchtlingshilfe* ist für das beste PR-Bild des Jahres geehrt worden. Die Bonner Hilfsorganisation gewann die Auszeichnung mit dem Motiv „Anzeigenkampagne/Fußballerinnen“ den ersten Preis des Fotowettbewerbs *obs-Awards 2007*. Über 4500 Journalisten und PR-

Fachleute haben sich an der Wahl des besten PR-Bildes beteiligt und über die mehr als 850 Bildeinreichungen abgestimmt.

Das ausgezeichnete Bild zeigt Fußball spielende liberianische Mädchen in einem Flüchtlingslager in Sierra Leone. Karen Beate Nostrud, Fotografin der norwegischen Tageszeitung „*Verdens Gang*“, hat die überbordende Freude der Flüchtlingsmädchen für die Nachwelt festgehalten. Die Spielszene gehört zu einem Sport- und Schulungsprogramm der Organisation „*Right to Play*“ aus Kanada, das vom Krieg traumatisierten Flüchtlingskindern ein Stück Lebensfreude zurückgeben und sie über den Sport wieder an einen Alltag in Frieden heranführen will.

Die UNO-Flüchtlingshilfe unterstützte in Sierra Leone unter anderem mit dem Erlös aus dem RTL-Spendenmarathon den Bau von acht Schulen im Grenzgebiet zu Liberia.



Die preisgekrönte Aufnahme.

Damit konnten tausenden liberianischen Flüchtlingskindern bessere Zukunftsperspektiven ermöglicht werden. Im September 2004 wurde der Unterricht in den neuen Gebäuden aufgenommen.

Das Bild von den Fußballmädchen wurde im Rahmen einer Anzeigenkampagne veröffentlicht, die die UNO-Flüchtlingshilfe im April dieses Jahres bundesweit gestartet hat. Die Hilfsorganisation möchte damit auf ihre weltweite Projektarbeit für Flüchtlinge aufmerksam machen.

Fundraising-Software zum kleinen Preis

Die Nachfrage nach einer kostengünstigen Software für Organisationen mit bis zu 5.000 Adressen will die *KIGST GmbH* mit Sitz in Offenbach und Duisburg mit einer Light-Version ihrer Fundraising-Software *Context K-Software* bedienen. Angeboten wird eine Komplettlösung für 50 Euro netto pro Monat. Versprochen wird: „Keine Investition in Hard- oder Software, keine zusätzlichen Einrichtungskosten. Sie benötigen nur einen handelsübli-

chen PC und einen Internet-Zugang und los geht's. Sie bekommen Zugang auf einen eigenen Datenbankbereich und können die volle Funktionalität einer professionellen Fundraising-Software nutzen.“

Aufbauend auf einer soliden Adressen- und Spendenverwaltung sollen dem Anwender Abfrage- und Analyse-Tools für wichtige Marketing- und Management-Informationen zur Verfügung stehen, die die strategische Planung erleichtern und optimieren. Hostings erfolgen im gesicherten Netz der KIGST. Die Mindestvertragslaufzeit beträgt 36 Monate.

KIGST, das zur *Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD)* gehört, ist auf Kunden aus den Bereichen Kirche und öffentlich-rechtliche Einrichtungen spezialisiert. Service-Partner sind sechs kirchliche Rechenzentren, in denen die KIGST Produkte eingesetzt und vermarktet werden, sowie die *KONDEK GmbH*, Hannover mit ihrem kirchlichen Netz. Näheres unter www.kigst.de.

5,5 Millionen Euro beim RTL-Spendenmarathon

5,485 Millionen Euro sind in diesem Jahr beim *RTL-Spendenmarathon* am 22. und 23. November zusammengekommen. Das sind 330.000 Euro mehr als im letzten Jahr. Nach 24,5 Stunden auf Sendung konnte *RTL Charity*-Gesamtleiter Wolfram Kons das Ergebnis verkünden. Damit erhöht sich die Gesamtspendensumme aus zwölf Spendenmarathon-Jahren nach Angaben des Senders auf 63,5 Mio. Euro.

Das gesammelte Geld kommt sechs ausgewählten Kinderhilfsprojekten zugute, zwei davon in Deutschland. Die diesjährigen Projektpaten Anke Engelke, Eva Padberg, Boris Becker, Hannes Jaenicke, Jörg Knör und Peter Kloppel waren alle zu Gast im Spendenmarathon-Studio.

Viel Geld ist auch bei den zahlreichen Auktionen zusammengekommen. Für 30.000 Euro wurde zum Beispiel die Zehner-Wertungskelle von Joachim Llambi aus der *RTL-Show „Let's Dance“* versteigert. Für 27.000 Euro kamen zwei Final-Karten für die Fußball-EM 2008 unter den Hammer. Eine Gastrolle in der *RTL-Soap „Alles was zählt“* war einem Fan 12.000 Euro wert.

Außerdem gab es im Rahmen des diesjährigen Spendenmarathons zwei außergewöhnliche *Guinness*-Weltrekorde. Michael Hull ertanzte sich einen der Weltrekorde. Der deutsche Wettkampftänzer durchtanzte die 24-Spendenmarathon-Stunden und schwebte innerhalb dieser Zeit mit über 1.300 wechselnden Tanzpartnerinnen über das Parkett. Jede Frau spendete für den Tanz. Den zweiten Weltrekord erreichten über 50.000 Tänzer, die zur gleichen Zeit die gleiche Cha-Cha-Cha-Schrittfolge tanzten. Um mitzumachen, entrichtete jeder von ihnen eine Spende an den *RTL-Spendenmarathon*.

Wichtig für den Erfolg des *RTL-Spendenmarathons* ist

auch die Unterstützung durch Sponsoren und Partner. Seit sieben Jahren engagiert sich *Ford* als Hauptsponsor. Bereits zum zweiten Mal sorgte *Vodafone* für die professionelle Abwicklung aller Spendenanrufe. Den Erlös aus dem Verkauf seines extra für den Spendenmarathon kreierten Armbands stellte Schmuckdesigner Thomas Sabo zu Verfügung. Die Firma *Bofrost* spendete den Verkaufserlös ihres diesjährigen Familienkalenders. Und *Tupperware* stellt die Einnahmen aus dem Verkauf eines speziellen Tupperware-Behälters, insgesamt 350.000 Euro, der guten Sache zur Verfügung.

Carreras und andere Fernseh-Galas

Carmen Nebel präsentierte am 28. November im ZDF die Benefiz-Gala „Die schönsten Weihnachts-Hits“ zugunsten von *Brot für die Welt* und *Misereor*. Mit dem Ergebnis von 1.136.586 Euro seien die „Erwartungen übertroffen worden“, berichten die Organisationen. Besonderes Engagement zeigte auch in diesem Jahr der Reiseveranstalter *Phoenix-Reisen*, der 250.000 Euro überwies. Fünf Millionen Fernseh-Zuschauer verfolgten die Sendung, bei der internationale Musikstars auf Weihnachten einstimmten.

Der Kartenvorverkauf für die *13. José Carreras Gala* zugunsten der *Deutschen José Carreras Leukämie-Stiftung* am 13. Dezember hat begonnen. Für alle, die live dabei sein möchten, gibt es Karten im Internet unter www.kaenguruh.de. Der MDR überträgt die erfolgreiche Benefizsendung live in der *ARD* aus der Messehalle 1 in Leipzig. Neben Gastgeber José Carreras wird Moderator Axel Bulthaupt durch den Abend führen. Die Gäste und Zuschauer erwartet auch dieses Jahr wieder ein abwechslungsreiches Programm mit bewegenden Patientenschicksalen, Weltstars aus der internationalen Musikszene und prominenten Gästen. Katie Melua und Herbert Grönemeyer haben ihren Auftritt bereits zugesagt.

Am 15. Dezember warten Thomas Gottschalk und zahlreiche Prominente im ZDF mit der Gala „Ein Herz für Kinder“ auf Spender.

Heiße Debatten-Reden beim Benefiz-Abend

Gute Resonanz fand am 16. November im *Maximilianeum* eine Benefiz-Gala zugunsten der *Bayerischen Krebsgesellschaft e.V. (BKG)*. Unter dem Motto „Worte, die wirken – Menschen, die handeln“ bereiteten Mitglieder mehrerer Münchner Redeklubs von *Toastmasters International (TMI)* gemeinsam mit dem *Hechendorfer Kirchenchor* unter Leitung von Kristin Scheffels den geladenen Gästen einen bewegenden Abend. Kurz vor Mitternacht konnte der Veranstalter Andreas Schmidt-Naumkin als Vorstand





Martin Brown bei seiner preisgekrönten Rede.

der *Rhetorenschmiede e.V.* an Claudia Zimmermann, Geschäftsführerin der Bayerischen Krebsgesellschaft e.V., einen Scheck im Wert von 1.500 Euro überreichen. Schirmherr der Gala war der Landtagsabgeordnete Joachim Haedke (CSU). Neben ihm sprachen Claudia Zimmermann (BKG), Martin Brown (*Munich Prostmasters*) und Martin Schuler (*Ulmer Redespatzen*). Die beiden letztgenannten präsentierten preisgekrönte Wettbewerbsreden. Die Münchner Kommunikationsberaterin Dr. Annette Hartmann (*Speaker's Corner*) führte souverän durch den Abend. Die Idee zu dieser Gala und das Hauptsponsoring stammt von Falk E. Dieing, Geschäftsführer von *D. Werbeprofi* und Mitglied der *Munich Business Speakers*. Die Gala-Veranstaltung soll voraussichtlich nächstes Jahr wiederholt werden.

Neues DDV-Council Direct Sales & Relations

Der *Deutsche Direktmarketing Verband (DDV)* wird durch ein weiteres Council verstärkt. Seit Sommer dieses Jahres haben sich unter dem Dach des DDV Unternehmen zusammengeschlossen, deren Geschäft der Aufbau, die Vermittlung und die Pflege langjähriger Kundenbeziehungen ist. Kernstück des gemeinsamen Interesses ist das so genannte „Dauerschuldverhältnis“. Jetzt steht auch der Name fest: *Direct Sales & Relations*.

Die mittlerweile 30 Unternehmen des Councils – darunter auch die *SAZ Marketing GmbH* – kommen aus verschiedenen Branchen wie Telekommunikation, Medien und Versandhandel. Voraussetzung für die Aufnahme ins Council ist ein Ehrenkodex, den die Mitglieder – ebenso wie die Geschäftsordnung – auf der konstituierenden Sitzung im September einstimmig beschlossen hatten. Zum Vorsitzenden des Councils wurde Michael Faulenbach, *friends direct*, gewählt. Sein Stellvertreter ist Thorsten Meyer, *people2people.de*. Ein fünfköpfiges Kontrollorgan wacht über die Einhaltung des Ehrenkodexes und die Aufnahme ins Council. Es besteht aus Joachim Schäfer, *dug telecom* (Vorsitzender), Beisitzer sind Gisbert Komlössy, *intan media-service*, und Sahi Rahman, *Presse-Union*

Medien Vertrieb. Ersatzmitglieder des Kontrollorgans sind Jürgen Müller, *Premiere Fernsehen*, und Jan Höppner, *ONE DIRECT*.

Das neue Council Direct Sales & Relations ergänzt die bisher acht Councils im DDV. Sie bilden die ganze Produktions- und Dienstleistungskette des Direktmarketings ab und heißen: Council CRM, Council Dialogmarketing-Agenturen, Council Digitaler Dialog, Council DirectMail Services, Council Listbroker, Council Print and Services, Council TeleMedien- und CallCenter-Services sowie Council Zustellung.

Fundraising-Gala zugunsten der McDonald's Kinderhilfe Stiftung mit hohem Ertrag

1.391.325 Euro für schwer kranke Kinder und deren Familien – so lautet das Ergebnis der vierten Fundraising-Gala zugunsten der *McDonald's Kinderhilfe Stiftung*. Unter der Schirmherrschaft von Heidi Klum feierten am 24. November in München rund 600 geladene Gäste aus Wirtschaft, Politik, Sport und Gesellschaft. Der gesamte Erlös der Gala kommt dem Bau und Unterhalt der Ronald McDonald Häuser zugute, in denen die Familien schwer kranker Kinder während des oft langen Klinikaufenthaltes der kleinen Patienten ein Zuhause auf Zeit finden.

Neben Prof. Dr. Rita Süssmuth, Vorsitzende des Kuratoriums der McDonald's Kinderhilfe Stiftung und den Schirmherren der *Ronald McDonald Häuser* wie Heike Henkel, Axel Milberg oder Henry Maske nahmen zahlreiche engagierte Prominente an der Gala teil, darunter Dr. Wladimir Klitschko, Dana Schweiger, Sophie Schütt und Matthias Sammer. Der Abend wurde von Kai Pflaume moderiert. Musikalischer Höhepunkt war Roger Cicero mit Big Band.



Foto: obs/McDonald's Deutschland Inc.

Scheckübergabe bei der Fundraising-Gala zugunsten der *McDonald's Kinderhilfe Stiftung* (von links): Kai Pflaume, Professor Dr. Rita Süssmuth und Manfred Welzel.

Den traditionellen Höhepunkt des Abends bildete eine Auktion von außergewöhnlichen Events und Objekten. Unter der Leitung von Christiane Gräfin zu Rantzau von *Christie's Deutschland* kamen unter anderem Eintrittskarten für die diesjährige *Bambi-Verleihung* oder Bilder von Freddy Reitz unter den Hammer. Bane Knezevic, Vorstandsvorsitzender von *McDonald's Deutschland*, überreichte den Spendenscheck an Manfred Welzel, Vorstandsvorsitzender der *McDonald's Kinderhilfe Stiftung*.

Plan hat 250.000 Patenschaften

In nur zweieinhalb Jahren steigerte *Plan* die Zahl seiner Patenschaften um weitere 50.000 auf jetzt 250.000 Patenschaften. Mit einer Viertelmillion Patenkindern ist *Plan* nach eigenen Angaben die Hilfsorganisation, die in Deutschland, die meisten Patenschaften betreut. Insgesamt betreue *Plan International* über zwölf Millionen Menschen. 1989 wurde das deutsche Büro des Kinderhilfswerks gegründet. Der Vorstandsvorsitzende von *Plan Deutschland*, Dr. Werner Bauch, und Geschäftsführerin Marianne M. Raven übergaben die 250.000ste Patenschaft am Sitz der Organisation in Hamburg an Sabine Hanisch aus Hildesheim. Ihr Patenkind ist die sechsjährige Mairame aus dem Senegal.

Seminare und Tagungen

Fundraising für Schulen und Internate

„Fundraising für private und öffentliche Schulen und Internate: Förderung finden – Förderer binden“ ist das Thema einer Tagung am 23. und 24. April 2008 in der Evangelischen Akademie Bad Boll, die die Akademie gemeinsam mit dem Kolleg St. Blasien ausrichtet. Erfahrene Praktiker berichten von den ersten Schritten im Fundraising, Database-Management, der Alumni-Arbeit, Schulfördervereinen, Stiftungsmarketing für Schulen, Gewinnung von Ehrenamtlichen und Beantragung von Projektfördermitteln.

Fundraising wird auch aus der Sicht der Gebenden von einschlägigen Spendern dargestellt. Anmeldung, Kosten und Weiteres unter www.ev-akademie-boll.de/tagungen/details/450608.pdf

Tagungsberichte

Fundraising-Strategien von Frauen für Frauen

Am 10. November fand zum 12. Mal der Fundraiserinnen-Tag statt, diesmal im komfortablen Trainingszentrum & Seminarhotel der *Deutschen Bahn* in Bad Homburg. Die bundesweit einzige Tagung mit Schwerpunkt frauenspezifisches Fundraising nutzten mehr als hundert Fundraiserinnen, um sich weiterzubilden und auszutauschen.

Einleitende Worte sprach Dr. Marita Haibach, Präsidentin

der *European Fundraising Association*, über europaweite Qualitätsstandards und was diese den Fundraiserinnen bringen.

Was bedeutet strategische Corporate Social Responsibility für Unternehmen? Wie mache ich Werbung in eigener Sache? Welche Voraussetzungen gibt es für eine langjährige Beziehung zwischen einem Serviceclub und einer Einrichtung? Was heißt es, Fundraising in einer Organisation aufzubauen? Antworten auf diese Fragen erhielten die Teilnehmerinnen in moderierten Gruppen und Workshops am Vormittag. Neben handfestem Praxiswissen standen aber auch moderne Umgangsformen und die Auseinandersetzung mit Geld und seiner persönlichen Bedeutung für Fundraiserinnen auf dem Programm.

Nach der Mittagspause entführten uns Ingrid Ute Ehlers und Annette Blumenschein mit einem interaktiven



Silvia Starz, Ursula-Marie Behr-Lorenz und Becky Ann Gilbert vom Vorstand des Fundraising Verbands eröffneten den Fundraiserinnen-Tag.

Impulsvortrag in die Projekt-Pathologie. Anhand eines fehlgeschlagenen Projektes wurden zusammen mit den Teilnehmerinnen Faktoren ermittelt, die für den Fehlschlag verantwortlich sein könnten, um bei weiteren Projekten rechtzeitig gegenzusteuern.

Im Anschluss stellten die Mitstreiterinnen des Fundraiserinnen-Netzwerks die am Vortag erarbeiteten Ergebnisse ihrer Beratungen vor. Das Frauen-Netzwerk soll wiederbelebt und weiterentwickelt werden. Wesentliche Anforderungen an das Netzwerk wie Kommunikation und Unterstützung untereinander sollen in einer neuen Struktur vereint und umgesetzt werden.

Am Nachmittag tauschten die Teilnehmerinnen sich zu den Themen „Erfolgreiche Antragstellung bei Stiftungen“, „Fundraising-Tool Telefon“ und „Institutional Readiness“ als Voraussetzung für erfolgreiches Fundraising aus. Parallel dazu nutzten einige Teilnehmerinnen das bewährte Mentoring-Programm und ließen sich individuell und kostenlos von erfahrenen Expertinnen in Fragen zum Berufsweg beraten.

Sponsoren der Veranstaltung waren *AZ Direct*, *Charity motion*, *fundraising profile*, *teledialog* und *Wortbildschrift*.

Das Mailing ist noch lange nicht tot

Zum 10. Mal veranstaltete die *GFS Fundraising & Marketing GmbH* am 22. November das *Bad Honnefer Fundraising Forum*. 300 Fachleute und Interessierte aus der deutschsprachigen Fundraising-Szene nahmen teil. Mit dem Thema „Das Mailing ist tot – Es lebe das Mailing“ hatte die GFS das immer noch wichtigste Mittel der Spendenwerbung in den Mittelpunkt der Veranstaltung gestellt.



Brigitte Pias-Holzhauer und Arne Peper schneiden die Jubiläumstorte an.

Kein Wunder also, dass die Fundraiser international arbeitender NPOs wie das *Deutsche Rote Kreuz*, *UNICEF*, *Missiono*, die *Deutsche Welthungerhilfe* oder *SOS Kinderdorf e.V.* ebenso nach Bad Honnef gereist waren, wie die Vertreter mittlerer und kleinerer Organisationen und Vereine.

Gleich zu Beginn brachte Professor Michael Urselmann von der Fachhochschule Köln das Problem auf den Punkt: Der Eindruck, das Mailing sei ein Auslaufmodell entstehe, weil vor allem große NPOs ihre Mailing-Auflagen verringerten. Insgesamt jedoch würden mehr Mailings denn je verschickt, da immer mehr Organisationen auf den Markt drängten. Eine Einschätzung, die von Erik Lämmerzahl, Research Manager der *GfK*, nur bestätigt werden konnte. Immer noch fahre das Mailing den Löwenanteil (29,2 Prozent) des gesamten Spendenaufkommens ein.

Die Frage, wie auf diese Situation zu reagieren ist, zog sich wie ein roter Faden durch die weiteren Vorträge. Dr. Klaus Wilsberg vom *Siegfried Vögele Institut* betonte die zunehmende Bedeutung der Werbewahrnehmungsforschung beim Direktmarketing. Dr. Thomas Peter, *Agentur für Sozialmarketing asm* (Schweiz), legte das Augenmerk auf die Bedeutung des ernsthaften Dialogs mit den Spendern. Ludger Pötter, *missiono*, und Jörg Gattenlöhner, Marketingleiter der *GFS* unterstrichen die Rolle von Mut, Kreativität und Geduld für den Erfolg eines Spenden-Mai-

lings. Wie in jedem Jahr endete das Forum mit einer Podiumsdiskussion und einem offenen Gedankenaustausch.

Bei allen ernsthaften Diskussionen gab es auch etwas zu feiern. In der Mittagspause konnten Brigitte Pias-Holzhauer und Arne Peper, Geschäftsführung der GFS, die Jubiläumstorte des 10. Bad Honnefer Fundraising-Forums anschneiden. Die beiden freuten sich, dass das Bad Honnefer Szene-Treffen zu einer festen Größe im Terminkalender von immer mehr Fundraisern werde. Das belege unter anderem die Rekordzahl von 300 Teilnehmern im Jubiläumsjahr. Zugleich konnten Pias-Holzhauer und Peper eine erfolgreiche Neuerung vorstellen: Das virtuelle Fundraising-Forum www.fundraising-forum.de.

Ein großer Dank ging an die Sponsoren und Kooperationspartner für ihre Unterstützung: *Bank für Sozialwirtschaft*, *GOB Software & Systeme*, *Deutscher Fundraising Verband* und *Deutsche Post Direkt Marketing*.

Medien

DZI Spenden-Almanach 2007/8 erschienen

Das *Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI)*, Berlin, veröffentlichte am 28. November seinen „DZI Spenden-Almanach 2007/8“. Der 356 Seiten umfassende Ratgeber vermittelt Informationen und Entscheidungshilfen rund ums Spenden. Neben detaillierten Einzelportraits aller 230 mit dem DZI-Spenden-Siegel ausgezeichneten Organisationen enthält der Spenden-Almanach auch viele kurzgefasste Spendentipps, Spendenstatistiken und Fachbeiträge. Themen sind unter anderem die Zertifizierung von Naturschutzarbeit, eine Kritik des Mitleids, eine aktuelle Studie über Sammeldosen im Berliner Einzelhandel und die Einführung einer allgemeinen Online-Datenbank für gemeinnützige Organisationen in Deutschland. Der Spenden-Almanach ist zum Preis von 12,80 Euro im Buchhandel (ISBN 978-3-9805028-8-7) oder über das DZI erhältlich (Website www.dzi.de oder Postadresse: Bernadottestr. 94, 14195 Berlin). Die Herstellung wurde durch einen Druckkostenzuschuss des *Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend* gefördert.



Blick ins Auditorium im Bad Honnefer Kurhaus.

Zahlt Unicef Fundraisern überhöhte Honorare?

Schwere Verstöße gegen das Gebot der sparsamen Mittelverwendung und der satzungsgemäßen Ver- ausgabung von Spenden will die „Frankfurter Rundschau“ beim Deutschen Komitee für Unicef in Köln entdeckt haben. Im Aufmacher berichtete das Blatt am Mittwoch, der gemeinnützige Verein zahle an zwei ausgeschiedene, ehemals für Mittel- beschaffung zuständige Mitarbeiter hohe Berater- honorare, einem von beiden eine Provision von bis zu zwölf Prozent auf das von ihm gesammelte Spendeneinkommen, worunter beispielsweise auch die Spendeneinnahmen aus der Unicef-Städ- tepartnerschaft der Jahre 2005/2006 mit Heil- bronn gefallen seien. Am Donnerstag legte das Blatt mit detaillierten Angaben über den Abschluss von Verträgen mit einer Gießener Unternehmensberatung nach, der für Projekte der Mittelbeschaffung ohne Ausschreibung und angeblich auch ohne ausreichende Information des Vorstands in kurzer Zeit 1,3 Millionen Euro zugeflossen sein sollen.

Die Vorstandsvorsitzende Heide Simonis teilte am Donnerstag in Kiel mit, sie habe den Geschäftsführer, Dr. Dietrich Garlichs, gebeten, sein Amt vorerst ruhen zu lassen. Die umstrittenen Zahlungen in der Spendenwerbung des Hilfswerks würden umgehend einer Prüfung unterzogen. Dazu werde ein unabhängiger, durchsetzungsfähiger Experte gesucht, sagte die ehemalige Ministerpräsidentin von Schleswig-Holstein.

Laut Bericht der „Frankfurter Rundschau“ ist Simonis über die Vorgänge im Mai 2007 durch ein anonymes Schreiben eines Insiders aus der Kölner Geschäftsstelle informiert worden. Sie habe die Vorwürfe sehr ernst genommen und deswegen im Juni den geschäftsführenden Vorstand einberufen. „Dem Vorstand lagen umfangreiche Informationen und Unterlagen zu den angesprochenen Punkten vor“, heißt es in einer am Mittwoch verbreiteten Stellungnahme der Unicef-Geschäftsführung, was Simonis allerdings nicht bestätigen will. Sie forderte in einem heute veröffentlichten Interview mit der „Frankfurter Rundschau“ „neue Spielregeln“ für Unicef Deutschland mit einer besseren Information des Vorstands. Die Geschäftsführung sollte nicht den Fehler begehen, noch weitere Ungereimtheiten zu vertuschen. An diesem Samstag soll der gesamte Vorstand zu einer Sondersitzung zusammenkommen.

Allerdings hatte der geschäftsführende Vorstand den seit

1989 amtierenden Geschäftsführer Garlichs im Juni nach Bekanntwerden der Vorwürfe noch entlastet, offenbar, so die „Frankfurter Rundschau“, weil ihn sein Vertrag mit entsprechenden Vollmachten ausgestattet habe, ein Ver- trag, so wird Frau Simonis von dem Blatt zitiert, der „die Satzung des Vereins sozusagen aushebelt“. Dagegen sei der Vorstand machtlos gewesen. Garlichs habe seine Auf- gaben so wahrgenommen, wie das in seinem Anstellungs- vertrag erlaubt wurde. „Das bedeutet, er konnte mehr tun als andere und andere Verträge abschließen als andere“, meinte Simonis im Interview mit der „Frankfurter Rund- schau“. „Da der Schatzmeister den Vertrag 1989 mit ihm ausgehandelt hat, haben wir ihm (dem Schatzmeister d.Red.) dies geglaubt. Im Übrigen hatte unsere Wirt- schaftsprüfungsgesellschaft ein Testat erteilt.“ Der Schatz- meister habe berichtet, dass der Geschäftsführer von Unicef seit 1989 Sondermöglichkeiten habe, die in seinem Anstellungsvertrag festgelegt seien. Der damalige Vor- stand sei offensichtlich der Meinung gewesen, das so



Mit dieser Grafik macht die „Frankfurter Rundschau“ ihren Bericht über Unicef auf.

unterschreiben zu können. Garlichs habe beste Referenzen gehabt.

Der Geschäftsführer, so der Vorwurf der „Frankfurter Rundschau“, verstoße gegen das Satzungsgebot, nach dem niemand durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen begünstigt werden dürfe und der Haushalt vom Vorstand zu genehmigen sei. Weder die Honorare noch die Umbaukosten für die Geschäftsstelle von bisher angeblich knapp einer Million Euro – nach Angaben der Geschäftsführung einschließlich Sanierung von Altlasten und Ausstattung 810.000 Euro plus Mehrwertsteuer – tauchten nach bishe- riger Aktenlage im Unicef-Haushalt für 2007 auf.

Nach den Unterlagen, die der „Frankfurter Rundschau“ vorliegen, leistet sich das Deutsche Komitee für Unicef seit August 2005 einen freien Mitarbeiter, der zeitweise mindestens 16.000 Euro monatlich verdiente. Es handele sich dabei um den früheren Bereichsleiter Mittelbeschaffung, der unmittelbar nach seiner Pensionierung mit verschiedenen Projekten beauftragt worden sei. Zunächst habe man einen Tagessatz von 850, später 700 Euro vereinbart. Allein bis Mai 2007 habe der „vielbeschäftigte Rentner“ auf diese Weise 260.000 Euro zuzüglich Umsatzsteuer verdient. Zusätzlich sei der Mitarbeiter mit der Koordination des Umbaus der Kölner Zentrale betraut worden, was ihm seit Juni weitere 20.000 Euro eingebracht habe.

Goldener Handschlag zur Selbstständigkeit?

„Spendabel“ habe sich die Geschäftsführung auch im Falle eines weiteren freien Mitarbeiters, der bis Februar 2004 im Bereich Mittelbeschaffung tätig gewesen sei, gezeigt. Sein Zeitvertrag sei seinerzeit nicht verlängert worden. Dafür sei er anschließend sogleich beauftragt worden, auf Honorarbasis „verschiedene Projekte“ zu betreuen. Bis Mai 2007 habe er dafür 191.500 Euro erhalten. Zunächst sei dem Mitarbeiter, so die „Frankfurter Rundschau“, zwölf Prozent des Spendeneinkommens zugesichert worden, das er aufzutreiben half. So habe er etwa von den 1,5 Millionen Euro, die Unicef-Städtepartner Heilbronn 2005/2006 sammelte, ein Honorar eingestrichen, das „vermutlich nicht mal der dortige Bürgermeister“ erhalte.

Die „Frankfurter Rundschau“ zitiert aus dem Schreiben einer Mitarbeiterin, die Stimmung in der Geschäftsstelle sei „desaströs“. Der Geschäftsführer kenne „keine Skrupel“, verhalte sich zu seinen Mitarbeitern „zutiefst beleidigend“ und „trickse, wo er nur kann“. Heide Simonis wird mit dem Satz zitiert „Die Luft in Köln ist eisig.“

Geschäftspraktiken angeblich üblich

Die Unicef-Geschäftsführung hat die Sachverhalte in einer Stellungnahme teilweise bestätigt, sich insgesamt aber eine sparsame Mittelverwendung mit Verwaltungskosten im 10-Prozent-Bereich bescheinigt.

Die Geschäftsleitung habe von 2005 bis 2007 einen erfahrenen Mitarbeiter, der gerade in Ruhestand ging, mit verschiedenen Aufgaben betraut. Dies gehöre zu ihren Kompetenzen. Dieser Mitarbeiter habe von Juli 2005 bis September 2006 zunächst auf Grund eines Personalwechsels als freier Mitarbeiter kommissarisch den Bereich Grußkarte geleitet. Dies habe früher zu seinem Aufgabenbereich gehört. Außerdem habe er verschiedene EDV-Projekte umgesetzt.

Im Oktober 2006 habe er die Leitung der Bauarbeiten in der Bundesgeschäftsstelle übernommen und deren weitere Funktionsfähigkeit in dieser Zeit gesichert. Diese Tätig-

keit habe im September dieses Jahres geendet. Der Mitarbeiter habe bereits vor sechzehn Jahren den Umzug der gesamten Bundesgeschäftsstelle organisiert und verfüge über große logistische Erfahrung. Seine Unterstützung bei den Baumaßnahmen sei notwendig gewesen, da der Verwaltungsbereich durch die schwere Erkrankung der Buchhaltungsleiterin personell nicht in der Lage war, diese Aufgaben zu übernehmen. Dies hätte sonst extern vergeben werden müssen.

Da der Einsatz zunächst nur an wenigen Tagen im Monat vorgesehen gewesen sei, sei ein Tagessatz als Honorar von zunächst 850 und später 700 Euro pro Tag vereinbart worden. „Der Umfang der Beschäftigung war so nicht geplant und nicht absehbar“, erklärt die Geschäftsführung. „Aus diesem Grund überschritt das Gesamthonorar von 280.000 Euro plus Mehrwertsteuer für den Zeitraum von 2005 bis 2007 erheblich den üblichen Rahmen. Dies war ein Fehler.“

Zu den Provisionsverträgen: Um zusätzliche Projekte durchzuführen, arbeite Unicef gelegentlich mit externen Agenturen und freien Mitarbeitern zusammen. Die vereinbarten Honorarsätze lägen „in der Regel unter den Marktpreisen“. So sei zur Durchführung von verschiedenen Aktionen 2005/2006 eine Agentur beauftragt worden. Hierfür sei eine ergebnisabhängige Vergütung mit degressiver Staffel vereinbart worden. Dies sei üblich, um das Kostenrisiko bei solchen Projekten zu reduzieren. Solche Verträge gebe es aber jetzt nicht mehr.

Und zu den Verträgen mit der Gießener Unternehmensberatung: Seit längerer Zeit habe UNICEF geplant, seine bestehenden EDV-Systeme durch SAP abzulösen. Bei der Vorbereitung und Prüfung habe sich herausgestellt, dass SAP zu aufwändig, zu teuer und auch ungeeignet gewesen wäre. Als Alternative sei deshalb mit der Firma Dastani ein so genanntes Marketing-Informationssystem geplant und aufgebaut worden, das im Wesentlichen die bestehenden EDV-Systeme nutze und ergänze. In den in der „Frankfurter Rundschau“ genannten Gesamtkosten von 1,3 Mio. Euro seien mehrere Projekte zwischen 2005 und 2007 enthalten, an denen mehrere Firmen gearbeitet hätten.

Unicef zählt zu den größten Spendensammlern

Das Deutsche Komitee für Unicef liegt mit seinem Spendenaufkommen von 2006 rund 74,1 Millionen Euro, mit – Ende 2006 – 196.000 Fördermitgliedern und 650.000 Einzelspendern mit an der Spitze der gemeinnützigen Organisationen in Deutschland. Schirmherrin ist jeweils die Ehefrau des Bundespräsidenten. Mit Heide Simonis steht seit 2006 eine Politikerin an der Spitze, die weiß, wie gefährlich schnell öffentliches Vertrauen schwindet, wenn die Glaubwürdigkeit auf dem Spiel steht. Womöglich ist es auch kein Zufall, dass die Vorwürfe gegen Unicef direkt vor Weihnachten, der spendenträchtigsten Zeit, in der

Unicef die meisten seiner berühmten Grußkarten verkauft, hochkochen.

Der Unicef-Vorstand macht sich Sorgen um die Moral der Ehrenamtlichen, die jetzt zu Tausenden auf Weihnachtsmärkten, in Buchhandlungen und Apotheken stehen und Unicef-Grußkarten verkaufen. Simonis kennt die Basis: „Die Mitarbeiter von Unicef, die Ehrenamtlichen, die sich krumm laufen und Ideen entwickeln, die geben sich die größte Mühe, dass die Kosten so klein wie möglich gehalten werden“, sagte sie im „Rundschau“-Interview. „Sie versuchen alles, damit die Spenden da ankommen, wo sie gebraucht werden, nämlich bei den Kindern in der Dritten Welt. Ich bin überzeugt davon, wir kriegen das in den Griff.“ Bei der Unicef-Zentrale in Genf will man sich zunächst nicht einmischen. Wie die „Frankfurter Rundschau“ heute meldet, hält man die Vorgänge in Deutschland für eine nationale Angelegenheit eines allerdings sehr wichtigen Partners in der Unicef-Familie.

Verstoß gegen Grundsätze des Spenden-Siegels?

Für Seriosität und sparsame Mittelverwendung soll das Spenden-Siegel des *Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI)* garantieren, das auch das Deutsche Komitee für Unicef besitzt. Es muss jedes Jahr erneuert werden. DZI-Geschäftsführer Burkhard Wilke wird in der „Frankfurter Rundschau“ mit den Worten zitiert: „Wir schauen uns die Sache jetzt an.“ Für ihn sei bislang zwar nicht erkennbar, dass Unicef Gefahr laufe, das wichtige Siegel zu verlieren. Er wolle aber schon genau wissen, „wer welches Geld wofür bekommen hat“. Schließlich schlossen die Spendensiegel-Leitlinien grundsätzlich aus, dass für die Vermittlung von Spenden erfolgsabhängige Honorare gezahlt würden. Ausnahmen von dieser Regel seien nur unter Auflagen möglich.

NPOs gehen auf Distanz

Der Geschäftsführer von *CARE Deutschland-Luxemburg*, Wolfgang Jamann, bezeichnete die Vorgänge gegenüber der „Frankfurter Rundschau“ als „erschreckend“. Sie stellten aber mit Sicherheit eine Ausnahme dar. Die Hilfsorganisationen seien sich ihrer Verantwortung im Umgang mit Spendengeld bewusst. *Caritas*-Sprecherin Claudia Beck sagte gegenüber der Zeitung: „Wenn die Vorwürfe zutreffen, dann wäre das in der Zeit vor Weihnachten ein großes Problem für alle Spendenorganisationen.“

Der Vorsitzende der Hilfsorganisation *Grünhelme*, Rupert Neudeck, wird zitiert, er sei schon immer Gegner des „Systems Unicef“ gewesen. Das Kinderhilfswerk verfüge über „furchtbar viel Geld“ und habe offenbar vergessen, dass der Kampf gegen Hunger und Armut sich nicht mit „Glamour-Aktionen“ in Großstädten gewinnen lasse. Verschwendung, so Neudeck, gebe es immer dort, „wo die Leute nicht mehr ausschließlich ihre Arbeit auf die Habenichtse dieser Welt konzentrieren“. (CM)

Rechtsfragen

Spendenwerbung fällt nicht unters UWG

Die 33. Zivilkammer des Landgerichts Köln hat in der mündlichen Verhandlung vom 6. November (AZ. 33 O 195/07) zu Protokoll genommen, sie vertrete nach Vorberatung die Rechtsauffassung, die Spendenwerbung gemeinnütziger Organisationen unterfalle nicht dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Die klagende NPO wurde aufgefordert, die Klage zurückzunehmen. Die Klägerin erbat sich Bedenkzeit. Erfolgt bis zum 11. Dezember keine Rücknahme der Klage, wird das Gericht diese abweisen.

Da sich die Kammer vorher nach Auskunft von Rechtsanwalt Ralf Rösler, Herford, wohl mit den Vorsitzenden der anderen Wettbewerbskammern am Landgericht Köln abgestimmt habe, komme ihrem Hinweis eine besondere Bedeutung zu. Erstmals seit Inkrafttreten des neuen UWG werde die vom Bundesjustizministerium vertretene Auffassung (vgl. „Fundraising aktuell online“ Nr. 130 vom 26.05.2006) von einem Gericht klar bestätigt.

Im vorliegenden Fall hat eine NPO eine andere wegen angeblicher Verletzung des Wettbewerbsrechts verklagt. Anwalt der verklagten Seite ist Rechtsanwalt Mario Nitschke, der sich zum Thema Anwendung des Wettbewerbsrechts auf NPOs in „Fundraising aktuell online“ Nr. 151/152 vom 27. Juli 2007 ausführlich äußerte. Es bleibt abzuwarten, ob tatsächlich ein Urteil ergeht oder die klagende NPO doch noch zur Einsicht kommt. Ein solches Urteil würde sicherlich als Präzedenzfall veröffentlicht werden, meint Rösler. Die Protokollierung ermögliche es aber auch schon jetzt, in vergleichbaren Fällen auf das Verfahren Bezug zu nehmen.

Trends

Sprachlich kommen Schweizer Fundraiser „softer“ daher als deutsche Kollegen

Interview mit Arthur Plotke, Geschäftsleiter des *Schweizerischen Fundraisingverbandes**

Fundraising aktuell online: Am 16. November fand in Zürich die Herbst-Fundraising-Fachtagung des *Schweizerischen Fundraising Verbands* statt. 200 Teilnehmer kamen. Was gab es Neues?

Arthur Plotke: Das Thema Spenderakquisition war klar im Zentrum. Zwei Referenten prägten die Tagung: Udo Hamm mit dem interessanten Thema „Durch Community Marketing zu mehr Donatoren“ und George Kistler von World Vision Schweiz zum „Traumpaar: Brand und Spender“.

Fundraising aktuell online: Nun wollen ja alle

Organisationen an so genannte High-Donors heran, und in der Schweiz scheint es ja eine besonders große Massierung von solchen High-Donors zu geben, jedenfalls aus deutscher Sicht. Stehen sich die Organisationen da nicht gegenseitig im Weg bei einer relativ überschaubaren Zahl von High-Donors, die bereit sind, Spenden zu geben?

Arthur Plotke: Sicher werden natürlich viele High-Donors gleichzeitig von verschiedenen Organisationen angesprochen, auch nationale Stiftungen, von denen es ca. 11.000 in der Schweiz gibt. Dazu kommen noch kantonale Stiftungen. Es kommt heute sehr auf die Professionalisierung an, wie man High-Donors angeht.

Fundraising aktuell online: Wenn man von Deutschland aus an die Schweiz denkt, denkt man auch immer an Fluchtgelder. Das heißt, dass da hohe Summen auf bestimmten Konten lagern, die unter Umständen leichter für Spenden locker gemacht werden könnten, vielleicht aus einem schlechten Gewissen heraus. Ist das ein Vorurteil oder Realität?

Arthur Plotke: Zu der Art von Geldern, die auf unseren Banken liegen, kann ich mich nicht äußern. Die Banken geben keine Auskunft, woher die Gelder kommen. Es sind auch nicht alles Fluchtgelder. Wenn solche Kontoinhaber NPOs unterstützen wollen, dann grundsätzlich ja. Man kann darüber natürlich spekulieren, ob derartige Zuwendungen gut – auch ethisch – oder eben nicht gut sind. Oft sind es Bankberater oder Anwälte, die für ihre Klienten Zuwendungen vornehmen. Spender bleiben so anonym. Ob dies aus schlechtem Gewissen heraus geschieht, ist schwer zu beurteilen. Viele, auch kleinere Spender geben nicht zuletzt auch aus schlechtem Gewissen.

Fundraising aktuell online: Gibt es Spezialisten in der Schweiz, die auf High-Donors spezialisiert sind und damit auch Erfolg haben?

Arthur Plotke: Immer mehr Organisationen versuchen sich auf diesem Gebiet, stellen auch Leute ein, die über ein gutes Netzwerk verfügen, um eben zu den High-Donors zu kommen.

Fundraising aktuell online: Welche Rolle spielen dabei Agenturen?

Arthur Plotke: Kleinere Rollen. Diese Aufgaben übernehmen eher die NPOs selber oder Privatpersonen mit einem Mandat.

Fundraising aktuell online: Jetzt ein ganz anderer Bereich. Es gibt gewiss Unterschiede zwischen dem Fundraising in der Schweiz und in Deutschland und in Österreich. Wo liegen die größten Unterschiede in

der Schweiz zu den deutschsprachigen Nachbarländern, was Fundraising angeht?

Arthur Plotke: Wahrscheinlich nutzen wir im Fundraising, vor allem im Direct Mailing, alle Techniken mit ausgeklügelten Give-aways, gut aufgemachten Flyers, etc. Die Bild- und emotionale Ansprache ist sehr wichtig. Sonst glaube ich nicht, dass da große Unterschiede bestehen. Wir gleichen uns doch immer mehr an, auch in Bezug auf die Häufigkeit der Spenden-Mailings der einzelnen NPOs an die bestehenden Spender. Das Upgrading wird bei uns immer wichtiger.

Fundraising aktuell online: Entwickelt sich denn die Sprache auseinander oder die Ansprache der Förderer?

Arthur Plotke: Da bestehen keine großen Unterschiede.

Möglicherweise

sprachlich haben wir in der Schweiz eher einen – ich sage mal – softeren Approach.

Fundraising aktuell online: In Deutschland gibt es ja nun zunehmend auch Charities von außerhalb, aus anderen europäischen Ländern und den USA, die versuchen, sich auf dem deutschen Markt breitzumachen. Gibt es diese Entwicklung auch in der Schweiz oder sind das nur Versuche, die sehr kurzlebig sind?

Arthur Plotke: Immer mehr internationale Organisationen drängen sich auf den Schweizer Markt, *Plan International*, *Care*, *Save the Children*, die da nun mit großen Mitteln anrühren, und ich denke, dass dieser Prozess sich fortsetzen wird. Der Schweizer Markt ist nach wie vor ein interessanter und sehr spendabler Spendenmarkt. Wir stehen ja an zweiter Stelle weltweit pro Kopf der Bevölkerung.

Fundraising aktuell online: Gibt es eine Diskussion über Fundraising-Ethik unter den Fundraisern in der Schweiz oder ist das kein Problem?

Arthur Plotke: Wir packen dieses Thema im Verband neu an. Wir wollen auch die Dienstleister zu den Gesprächen einladen, um zusammen neue ethische Richtlinien, die zum Teil auch schon von der European Fundraising Association verfasst wurden, einzuführen.

Fundraising aktuell online: Welchen Organisationsgrad hat der Schweizerische Fundraising Verband



Arthur Plotke

unter den professionellen Fundraisern des Landes?

Arthur Plotke: Wir sind im Moment ein Berufs- und Branchenverband. Ich gehe mal davon aus, dass wahrscheinlich gut die Hälfte der professionellen Fundraiser bei uns Mitglied ist. Das Thema nur Berufs- und/oder Branchenverband werden wir anhand einer Strategiesitzung neu beurteilen.

Fundraising aktuell online: Und ist dieser Anteil ausbaufähig oder wird es dabei bleiben?

Arthur Plotke: Er ist ausbaufähig, weil immer mehr Bereiche Fundraising betreiben: Hochschulen, Universitäten, Spitäler, Kliniken, politische Parteien, Kirchen, Museen, Theater und so weiter. Also auch dort gibt es mehr und mehr Leute, die das Fundraising betreiben, und ich denke, da ist wirklich noch Platz für viele neue Fundraiser.

Das Gespräch führte Dr. Christoph Müllerleile.

Zur Person:

Arthur Plotke (64) ist seit 2004 Geschäftsführer des Schweizerischen Fundraising Verbands. Er hatte das Mandat mit seiner Agentur betreut und beim Verkauf der Agentur in die freicom-Gruppe eingebracht. Plotke will

sich auf seine neue Aufgabe als Geschäftsführer der freicom Zürich konzentrieren und gibt daher zum Ende des Jahres die Geschäftsführung des Verbands ab.

Wettbewerbe

Phaeno ist „Kulturmarke des Jahres 2007“

Die Experimentierlandschaft Phaeno aus Wolfsburg hat am Abend des 9. November im Rahmen eines festlichen Empfangs in der Berliner Kulturbrauerei den mit 10.000 Euro dotierten Marketingpreis „Kulturmarke des Jahres 2007“ erhalten. Vor rund 250 geladenen Gästen aus Kultur, Wirtschaft und Medien nahm der Direktor des Phaeno, Dr. Wolfgang Guthardt, die Auszeichnung entgegen. Die Laudatio hielt der Wissenschaftler Dr. Thomas Düllo. Der zweite Preis ging an die Semperoper in Dresden; das Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne in Berlin belegte den dritten Platz. Der Hauptpreis im Wert von 10.000 € wurde in diesem Jahr von der Deutschen Bahn gestiftet. Darüber hinaus wurde der Wettbewerb vom Lindner Hotel Berlin, Total Deutschland, Coca Cola, Berliner Pilsner, Skoda, Rotkäppchen und dem World for 2 Verlag unterstützt. Kriterien für die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren neben der Markenqualität die Marktfähigkeit, die Origina-



Bei der Preisverleihung in Berlin von links nach rechts: Alexander Branczyk, Jurymitglied & Geschäftsführer der xplicit GmbH, Eva Neumann, Geschäftsführerin der Agentur Causales, 3. Preisträger Matthias Kubusch, Leiter des Kinder und JugendTheaters Murkelbühne, 1. Preisträger Dr. Wolfgang Guthardt, Direktor der Phaeno gGmbH, Martina Flamme-Jasper, Marketingleiterin der phaeno gGmbH, Silvie Rundel, Jurymitglied und PR-Leiterin „DIE ZEIT“, Lorenz Pöllmann, Projektleiter „Kulturmarke des Jahres“ der Agentur Causales, Hans-Conrad Walter Geschäftsführer der Agentur Causales.

lität, die Öffentlichkeitsarbeit und das Angebot für Sponsoren. Der Jury gehörten an: Silvie Rundel (Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit „Die ZEIT“), Alexander Branczyk (Designer), Gisbert Kern (General Manager des Lindner Hotels in Berlin), Sabine Wegner (Chefredakteurin von „Promotion Business“), Dirk Schütz (Unternehmensberater) und Dr. Thomas Düllo (Wissenschaftler).

Pro-Bono-Projekt 2008 ausgeschrieben

Die auf den Bereich Geldauflagenmarketing spezialisierte Berliner Agentur *Pro Bono Fundraising* will auch im kommenden Jahr eine Nonprofit-Organisation durch Pro-bono-Leistungen im Bereich Geldauflagenmarketing unterstützen. Das Pro-Bono-Projekt für 2008 wird erstmals in Kooperation mit der Fundraising Akademie öffentlich ausgeschrieben.

Gemeinnützige Organisationen, die Unterstützung beim Einwerben von Geldauflagen wünschen, können sich bis zum 15. Januar 2008 mit folgenden Unterlagen für das Pro-Bono-Projekt 2008 bewerben:

- Kurzbeschreibung der Organisation (maximal zwei Seiten),
- Stand des Geldauflagenmarketings aktuell,
- In einem Satz umschreiben, warum man denkt, dass die Organisation für das Pro-Bono-Projekt 2008 ausgewählt werden sollte.

Die Unterlagen sind an folgende Adresse zu richten: Pro Bono Fundraising GmbH & Co. KG, Kennwort: Pro-Bono-Projekt 2008, Adlergestell 129, 12439 Berlin. Für Rückfragen steht Isabell Ommering zur Verfügung unter der Telefonnummer (030) 67 09 25 60 oder per E-Mail unter ommering@pro-bono.info.

Anfang Februar wird eine Jury, bestehend aus Dr. Thomas Kreuzer (Direktor der Fundraising Akademie), Dr. Christoph Müllerleile (Büro für Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising, Redakteur von „Fundraising aktuell online“) und Isabell Ommering (Beraterin für Geldauflagenmarketing, Agentur Pro Bono) aus den Zusendungen eine Organisation auswählen.

Forschung

Großspender-Fundraising in den USA

Der *Verein der Alumni der Fundraising Akademie* und die *Stiftung Fundraising* haben erstmalig ein Stipendium zur Förderung der praxisnahen Fundraising-Forschung vergeben. Erster Stipendiat des Förderprogramms ist Jan Ueckermann, der die Praxis des Großspenden-Fundraising in den USA untersucht. Jetzt ist der Absolvent der Fundraising Akademie und Fundraiser des in Karlsruhe ansässigen Kinderhilfswerkes *Unsere kleinen Brüder und Schwestern* von seinem ersten von zwei Forschungsaufenthalten in den USA zurückgekehrt. Im Rahmen seines

Stipendiums führte er unter anderem bereits 15 Interviews mit Großspenden-Fundraisern durch. Seine Forschungsreisen führten ihn nach Phoenix (Arizona) und nach New York. Ueckermann setzt seinen Fokus auf die Gestaltung der Spenderbeziehung in Major Donor Programmen der US-amerikanischen Organisationen und beurteilt die Übertragbarkeit auf deutsche Verhältnisse. Der 26-jährige Fundraiser wird von den Großspenden-Expertinnen Birgit Kern, Melanie Stöhr und Annette Urban-Engels als Mentorinnen fachlich begleitet. Er wird im Frühjahr 2008 seine Forschungsergebnisse vorstellen. Teil des Stipendiums ist es, die Forschungsergebnisse durch Vorträge und Workshops der deutschen Fachöffentlichkeit zugänglich zu machen.

Das Stipendium ist mit bis zu 6.000 Euro dotiert. Es wird finanziert aus Spenden vor allem von Mitgliedern des Alumni-Vereins, einem Zuschuss der Stiftung Fundraising sowie einem Sponsoring-Betrag der Agentur *Living Colour Fundraising*.

Termine

Mitteldeutscher Fundraisingtag, 11. März 2008, Jena

Fachgruppe Kirche, Caritas, Diakonie und Mission, 10. April 2008, Treffen in Frankfurt am Main.

Deutscher Fundraising Kongress 2008, 16. – 18. April 2008, Fulda, Kultur- und Kongresszentrum Esperanto, www.Fundraising-Kongress.de

Bildungstag Hochschul-Fundraising, 19. September 2008, Aachen

Bildungstag Schul-Fundraising, 20. September 2008, Aachen

kollektA 2008, 25. September 2008, Hannover.

Aus den Regionen

Regionalgruppen und ihre Themen

Bielefeld: 5. Dezember, 19:00 Uhr. Thema: Telefonische und schriftliche Nachfassaktionen. Ort: Haus der Kirche, Marktgrafenstraße 7, in Bielefeld. Um kurze Anmeldung vorab wird gebeten an Sanne Kaperlat, fundraising@kaperlat.de.

Bonn/Köln: 5. Dezember, 18:30 bis ca. 21:00 Uhr, Thema: Kollegiale Beratung Einführung in die Methodik „Kollegialer Beratung“. Praktische Übungen in Kleingruppen unter Anleitung. Referat und Moderation: Hille Richers, Carolin Kipper. Ort: Café der AIDS-Hilfe Köln e.V., Beethovenstr. 1, 50674 Köln. Kostenbeitrag: 5,- Euro pro Person (10,- Euro für Nicht-Mitglieder des Fundraising Verbandes).

München: 17. Januar 2008, 19:00 Uhr. Thema: Das neue Steuerrecht für gemeinnützige Organisationen. Referent: Gerhard Winkler, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater,

Pullach.

13. März: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Referentin: Gabriele Schulze, PR-Referentin, München. Ort jeweils Evangelisches Bildungswerk München, Herzog-Wilhelm-Straße 24/3. Stock.

Weitere Termine 2008: 08.05.08, 24.07.08, 18.09.08, 20.11.08.

Münster: 12. Dezember, 9:00 Uhr. Thema: Fundraising-Konzept des BDKJ. Referentin: Rebecca Luppen-Schweitzer. Ort: BDKJ, Rosenstraße 17, Münster.

Stuttgart: 24. Januar 2008, 19.00 Uhr, Thema: Mailings – Spender mit Dialogmarketing professionell gewinnen und binden, Referentin: Corinna Holder, Consultant bei der Deutschen Post AG. Stuttgart.

6. März, 19.00 Uhr, Titel und Rerefent/in werden noch bekannt gegeben.

15. Mai, 19.00 Uhr: Thema Service-Clubs, Hintergründe und Zusammenarbeit, Referentin: Shebne Klink-Zeren, Juristin, Fundraiserin für Verein Wildwasser, Esslingen.

10. Juli, 19.00 Uhr, Thema: Bußgeldmarketing, Hintergründe und Perspektiven, Referent: Hanspeter Billeter.

11. September, 19.00 Uhr, Thema zur nachfolgenden Woche des bürgerschaftlichen Engagements 13. November, 19.00 Uhr Titel und Rerefent/in werden noch bekannt gegeben.

Ort: Alle Treffen finden donnerstags ab 19.00 Uhr im Evang. Medienhaus, Augustenstr. 124, 70197 Stuttgart statt.

Aus dem Verband

Fachgruppen laden zur Mitarbeit ein

Wer in einer der Fachgruppen des *Deutschen Fundraising Verbands (DFRV)* mitwirken möchte, wendet sich am Besten an die Fachgruppen-Vorsitzenden: **Bildung:** Cornelia Kliment, Cornelia.Kliment@t-online.de; **IT:** Norbert Vloet, norbert.vloet@medeor.org; **Kirche, Caritas, Diakonie, Mission:** Paul Dalby, paul.dalby@evlka.de, und Klaus Heil, heil@fundraisingbuero.de; **Kultur:** Becky Gilbert, Becky.Gilbert@gmx.de; **Recht:** Patrick Tapp, tapp@dialog-frankfurt.de.

Die Geschäftsstelle

Die Geschäftsstelle des Deutschen Fundraising Verbands (DFRV) ist so erreichbar: Telefonzentrale: (0 69) 133 89 48-0, Fax: (0 69) 1 33 89 48 – 10, Gabriele Rubner (Geschäftsführung) Tel.: (0 69) 1 33 89 48 – 11, Silke Jüngling (Mitgliederverwaltung) Tel.: (0 69) 1 33 89 48 – 15, Sandy Krapohl (Assistentin der Geschäftsführung), Tel.: (0 69) 1 33 89 48 – 12, Pia Preuß (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit) Tel.: (0 69) 1 33 89 48 – 14.

Dienstleister

Suchen Sie einen Dienstleister? Dann nutzen Sie bitte auch das Dienstleisterverzeichnis auf der Homepage des Fundraising Verbands www.fundraisingverband.de.

Beachten Sie die umfangreichen Stellenanzeigen unter www.fundraisingverband.de.

Impressum

„Fundraising aktuell online“ ist der Online-Dienst für Mitglieder des *Deutschen Fundraising Verbands (DFRV)*. Anschrift: Emil-von-Behring-Str. 3, 60439 Frankfurt am Main, Telefon: (0 69) 1 33 89 48–11, Fax: (0 69) 1 33 89 48–10, E-Mail: info@fundraisingverband.de, Internet: www.fundraisingverband.de

Verantwortlich für diese Ausgabe: Rüdiger Sornek. Redaktion: Dr. Christoph Müllerleile

Copyright by Deutscher Fundraising Verband e.V., Frankfurt am Main. Der Abdruck und die Weiterverbreitung in elektronischen Datennetzen, auf Speichermedien und in Datenbanken sind nur mit Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Beachten Sie bitte auch, dass sich Links auf Dokumenten ändern können, auch kurzfristig. Dies liegt nicht in der Verantwortung des Deutschen Fundraising Verbandes, sondern in der Verantwortung des Betreibers der verlinkten Seite. Ebenso erklärt der Deutsche Fundraising Verband ausdrücklich, dass verlinkte Sites nicht in seinem Verantwortungsbereich liegen und er deshalb auch nicht für deren Inhalte verantwortlich ist.

Hinweis: Bei Abruf von längeren Internet-Links aus dem Text bitte gegebenenfalls Trennzeichen aus versehentlichen Worttrennungen entfernen. In der Online-Ansicht des PDF-Dokuments sind die Links in „Fundraising aktuell online“ im Allgemeinen durch Anklicken direkt abrufbar.

Diese und ältere Ausgaben von „Fundraising aktuell online“ gibt es nach Passworteingabe auf der Internetseite www.fundraisingverband.de im Mitgliederbereich des Deutschen Fundraising Verbands in der Rubrik „Fundraising aktuell“.

„Fundraising aktuell online“ gibt es auch als barrierefreie Version auf der Internetseite www.fundraisingverband.de im Mitgliederbereich des Deutschen Fundraising Verbands in der Rubrik „Fundraising aktuell“.

Mit freundlicher Unterstützung von

