

Mitgliederversammlung der BSM am 21.4.1999

Rechenschaftsbericht des Vorstands, Kurzberichte der Vorstandsmitglieder für 1998

Allgemeine Informationen

Mitgliederzahl 31.12.98: 391, Steigerung gegenüber 31.12.97 (316 Mitglieder) um 24 %.
Eintritte 101, Austritte 26. Zum Zeitpunkt der Mitgliederversammlung am 21.4.99 hat die BSM 473 Mitglieder.

Hildegard Gaus

Fundraiserinnen-Netzwerk

Unter Federführung von BSM-Vorstandsmitglied Dr. Marita Haibach wurde am 14. November 1998 in Frankfurt der dritte Fundraiserinnen-Tag durchgeführt. Die äußerst gut besuchte Veranstaltung mit fast 90 Teilnehmerinnen beweist, dass das Interesse am Fundraiserinnen-Netzwerk weiterhin wächst. Dabei wird das jährliche Treffen gerne genutzt, um Erfahrungen auszutauschen und neue Kontakte zu knüpfen. Nicht zuletzt durch die aktive Beteiligung aller Frauen war auch dieses Treffen, das unter dem Motto "Unternehmen als Spender, Sponsoren und Stifter" stand, wieder sehr lebendig.

Fachgruppe Diakonie

Das jährliche Treffen der Fachgruppe Diakonie fand auch 1998 wieder in Kassel statt. Das Einführungsreferat hielt Werner M. Ruschke zum Thema "Ethik im Spendenwesen". Eine lebhaft diskutierte Diskussion schloss sich an, die sicher auf der Mitgliederversammlung fortgesetzt wird. Da Annette Urban als Sprecherin der Fachgruppe ausgeschieden ist, wurde Selma Reese von der Christoffel Blindenmission, Bensheim, als Nachfolgerin gewählt sowie Reinhard Gräulich vom Stephansstift, Hannover, zu deren Vertreter.

Fachgruppe Kultur gegründet

Die seit langem geplante Fachgruppe Kultur innerhalb der BSM wurde nun endlich am 12. Oktober 1998 in Bonn gegründet. Die Initiative für diese Fachgruppe ging aus vom Geschäftsführer des Deutschen Kulturrates in Bonn, Olaf Zimmermann, der bei der konstituierenden Sitzung auch zum Koordinator der Fachgruppe gewählt wurde. Stellvertreter wurde Tyark Thumann, Fundraising-Manager der SAZ Dialog Agentur in Garbsen. Eine erste Fachtagung, für die bereits konkrete Pläne vorliegen, wird im Herbst 1999 stattfinden.

Fundraising-Treffs

Inzwischen gibt es im gesamten Bundesgebiet 14 Fundraising-Treffs, von denen im letzten Berichtszeitraum folgende starteten: Bielefeld, Duisburg, Hamburg, Hannover, Kassel und Würzburg. Die Treffs werden immer beliebter, und die Fundraiser/-innen nutzen diese gerne zum Erfahrungsaustausch auf regionaler Ebene. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass diese Treffs nur aufgrund des Engagements der jeweiligen Organisatoren und Organisatorinnen vor Ort so gut angenommen werden.

Dr. Marita Haibach

Bereich Aus- und Fortbildung

Die Bedeutung von Aus- und Fortbildungsmaßnahmen im Fundraising hat im vergangenen Jahr weiter zugenommen, da die Erkenntnis im gemeinnützigen Sektor wächst: Die Qualifikation und Qualifizierung von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor bei der Einwerbung von Fördermitteln. Dies belegen auch die zahlreichen an die BSM herangetragenen Anfragen in diesem Bereich. Dabei kam auch dem BSM-

Seminarkalender (konzipiert 1997) weiterhin ein großer Stellenwert zu. Die BSM hat ihre Rolle im Bereich Aus- und Fortbildung im vergangenen Jahr weiter intensiviert.

Bis zum Herbst 1999 wurde der Plan, die US-Zertifizierung zum CFRE auch in Deutschland einzuführen, aktiv verfolgt. Aufgrund der mangelnden Kooperationsbereitschaft der NSFRE kam es allerdings nicht zur konkreten Umsetzung.

Die Hauptaktivität im Bereich Aus- und Fortbildung bestand im vergangenen Jahr in der Entwicklung der Grundlagen für eine zweijährige Ausbildung zum Fundraiser/zur Fundraiserin und den Planungsarbeiten für die Gründung einer Fundraising Akademie einschließlich der Stiftung Fundraising (gemeinsam mit dem GEP Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, dem Deutschen Spendenrat und dem Diakonischen Werk).

Die Zertifizierung für bereits seit längerer Zeit im Fundraising tätigen Personen soll nun im Rahmen der Fundraising Akademie ermöglicht werden.

Auch die Weiterverfolgung des CERFE-Projektes (EU-Leonardo-Projekt) nahm einen vergleichsweise großen Stellenwert ein, galt es doch die betrügerische Machenschaft dieses italienischen Instituts bei der Europäischen Union bekannt zu machen, um die weitere Bewilligung von Geldern zu verhindern. Dies gelang ebenso wie die Durchsetzung der Tatsache, dass CERFE nun doch die der BSM zuständigen Mittel auszahlt.

Internationale Beziehungen

Der Relevanz dieses Bereich ist im vergangenen Jahr enorm gewachsen. Dies ist nicht nur ein Ausdruck der insgesamt wachsenden Globalisierung, sondern auch der Tatsache, dass der Dritte Sektor und das Fundraising weltweit wachsen. Eine Auswirkung davon ist, dass die USA immer mehr ihr früheres "Monopol" in Sachen Fundraising-Know-how verlieren. Es ist daher wichtig, dass die BSM als zweitgrößter Fundraising-Verband Europas auch auf internationalen Zusammenkünften vertreten ist.

Der World Fundraising Council befindet sich in einer Phase der inneren Zerreißprobe und zugleich der Neuorientierung. Hier gilt es, aktiv Einfluss zu nehmen, was durch Dr. Marita Haibach durch Teilnahme an Vorstandssitzungen und Einbringen unserer Positionen sowie durch Mitwirkung an Konferenzgesprächen per Telefon und schriftlich erfolgte.

Ein Europe Fundraising Network ist im Entstehen begriffen. Aufgrund des Zusammenwachsens Europas, auch was rechtliche Fragen angeht, war es sinnvoll und notwendig, dass sich die BSM durch Teilnahme an den Treffen aktiv einklinkte.

Besonders eng sind die Kontakte zu den Partnerorganisationen im deutschsprachigen Ausland, dem Verband der Fundraising ManagerInnen Austria (FMA) und der Schweizerischen Gesellschaft der Fundraising-Fachleute (SGFF).

Darüber hinaus gab es, wie bereits in den Vorjahren, zahlreiche persönliche sowie schriftliche Kontakte mit Fundraising-Aktiven aus verschiedenen Ländern.

Fundraiserinnen-Netzwerk

Weiterhin Geschäftsführung durch Dr. Marita Haibach (siehe Text Hilde Gaus)
Birgit Kern

Auch im Jahr 1998 habe ich die Protokolle der Vorstandssitzung geschrieben, so ich anwesend war. Außerdem gehörte ich, neben Patrick Tapp und Christian Osterhaus, dem 3-köpfigen Team an, das sich mit Neuem Handeln um die inhaltliche Ausrichtung des

Kongresses gekümmert hat. Dazu gehörten einige Treffen und die erfolgreiche Suche nach Referent/-innen.

Dr. Christoph Müllerleile

BSM-Newsletter

Im vergangenen Jahr erschienen vier BSM-Newsletter. Von der Ausgabe 4/98 an übernahm SAZ Dialog Agentur GmbH in Garbsen die Herstellung und Anzeigenverwaltung der Zeitschrift zu für die BSM besonders günstigen Konditionen. Während des übrigen Jahres war Steffen Scharrer Social Marketing in Obernburg eingesprungen. Schon Steffen Scharrer hatte der Zeitschrift ein neues Gesicht gegeben. Mit der Neugestaltung durch SAZ genügt sie auch vom Layout her professionellen Ansprüchen. Die Druckauflage stieg von ca. 700 der Ausgabe 4/97 auf ca. 800 der Ausgabe 4/98, die Zahl der Abonnenten von 85 auf 116.

BSM-Schriftenreihe

Die Zusammenarbeit mit dem NonProfit Verlag & Service wurde mit Auslaufen des Vertrags am 23. Oktober 1998 beendet. Gespräche mit dem Inhaber des Verlags, Wolfgang Happes, hatten Auffassungsunterschiede über die Produktion der Schriften und die Abwicklung der Bestellungen sowie über die Erscheinungsdauer nicht überbrücken können. Nach einer Ausschreibung erhielt der Maecenata Verlag in München den Zuschlag für die Fortführung. Noch 1999 sollen die ersten Schriften aus dieser Zusammenarbeit erscheinen. NonProfit Verlag & Service hat noch das Recht zum Abverkauf der bereits produzierten Schriften.

Online-Auftritt BSM

Die BSM bot am 31.12.98 unter www.sozialmarketing.de 39 (Ende 1997: 21) Internetseiten zur Abfrage an. Im Monat Dezember 1998 wurden die Seiten 11.781 (3.527) Mal von 2.241 (884) unterschiedlichen anfragenden Hosts erfolgreich abgefragt. Weitaus am meisten gefragt sind die Stellenangebote.

Stellennachweise

Ohne selber vermittelnd tätig zu sein, konnte die BSM indirekt durch Bereitstellung von Angeboten und Nachfragen im Internet zur Bewegung auf dem Stellenmarkt beitragen.

Kontakte zu anderen Organisationen

Regelmäßige Kontakte gibt es zum Deutschen Spendenrat in Bonn, dem Deutschen Spendeninstitut Krefeld, dem Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen in Berlin, dem Bundesverband Deutscher Stiftungen in Bonn, dem Dritten Sektor Institut in Berlin, dem Deutschen Direktmarketing Verband in Wiesbaden und dem Zentralen Kreditausschuss, z.Zt. in Köln.

Christian Osterhaus

Pressearbeit

1. Strategische Orientierung

Die ersten Monate nach dem Fundraising Kongress waren der strategischen Neuausrichtung der Pressearbeit gewidmet. In dieser Zeit wurde vom Vorstand beschlossen:

- a) etwa 4 bis 5 BSM-Presseerklärungen pro Jahr herauszugeben und nur dann Presseerklärungen zu veröffentlichen, wenn eine ausreichende inhaltliche Relevanz, d.h. Aussicht auf Verbreitung durch Nachrichtenagenturen, besteht;
- b) die Pressearbeit insoweit zu professionalisieren, als eine Agentur für die Abwicklung der Pressearbeit eingeschaltet wird;
- c) einen für alle BSM-Mitglieder zugänglichen Presseverteiler aufzubauen.

2. Aufbau des Presseverteilers

Ein Fach-Presserverteiler wurde aufgebaut, wird für Pressemitteilungen zur Verfügung gestellt und kann von BSM-Mitgliedern genutzt werden.

3. Pressemeldungen

Die erste BSM-Pressemeldung "Spendenbereitschaft unverändert hoch" wurde Anfang Dezember 1998 versandt und von zwei Nachrichtenagenturen verbreitet, was zu diversen Abdrucken in der Tages- und Fachpresse führte. In Kooperation mit der GfS wurde eine Pressemeldung über die BSM-Studie zum Spendenverhalten (Dr. Urselmann) herausgegeben, die vorrangig in der Fachpresse gewürdigt wurde. Größeren Raum nahm die Abstimmung der Pressearbeit im Vorfeld des Fundraising Kongresses ein.

4. Journalistenkontakte

Insbesondere in der vorweihnachtlichen Spendenhochsaison versuchte der Pressesprecher, in diversen Hintergrundgesprächen und Telefonaten mit anfragenden Journalisten die BSM als seriöse Informationsquelle zum Fundraising zu positionieren. Fazit: Die Voraussetzungen für eine systematische Pressearbeit wurden geschaffen und erste positive Erfahrungen gesammelt.
Steffen Scharrer

Geschäftsstelle und Kasse

In der Geschäftsstelle gingen täglich etwa 10 bis 15 Telefongespräche ein. Anfragen wurden meist gleich beantwortet oder an andere Vorstandsmitglieder weitergeleitet. Im Berichtszeitraum wurden 816 Interessenten mit einem Informationspackage der BSM begrüßt. Es wurden vier Seminkalender herausgegeben, die an alle Interessenten verschickt und dem BSM-Newsletter beigelegt wurden. Hierzu werden alle bekannten Seminaranbieter vorher angeschrieben. Im Anschluss werden die Rechnungen für die Unkostenpauschale versandt.

Zweimal erschien das aktualisierte Verzeichnis der Dienstleister, das ebenfalls dem BSM-Newsletter beilag. Auch hier erfolgte zuvor ein Anschreiben und anschließend der Rechnungsversand. Die Materialien der BSM (Literatur- und Forscherliste, Softwareverzeichnis etc.) wurden auf Anfrage mit einer Rechnung verschickt.

In der Geschäftsstelle wurden im Berichtszeitraum drei Newsletter gestaltet, der Druck abgewickelt und der Versand vorgenommen. Hierfür wurden jeweils die Anzeigen akquiriert und die Anzeigenrechnungen erstellt und versandt.

Die Kasse umfasste im Berichtszeitraum 624 Einzelbuchungen. Eine grafische Übersicht über Einnahmen und Ausgaben liegt diesem Bericht bei. Monatlich findet ein Lastschufteinzug der Abo- und Mitgliedsbeiträge statt.

Patrick Tapp

Fundraising Kongress

Die Tätigkeit des 2. Vorsitzenden der BSM konzentrierte sich überwiegend auf die Organisation des 5. und 6. Deutschen Fundraising Kongresses. Nachdem mit dem 5. Kongress eine neue Veranstaltungsagentur engagiert wurde, galt es für den 6. Kongress, das große BSM-Event weiter zu optimieren.

So war eine Vorgabe, eine klare Definition der Angebote erkennen zu lassen, an denen sich die Besucher bei der Auswahl ihres Kongressprogramms orientieren können. Fortgeschrittene und Anfänger sollten nach dem Besuch ihrer Vorträge und Workshops eine ideale Ansprache und Information erfahren haben. Auch galt es zu gewährleisten, die Besucher, die bereits alle vergangenen Kongresse besucht haben, immer wieder und erneut aktuell zu informieren. Die Einrichtung der Foren und Plenen ist nur ein Ergebnis dieser Herausforderung, die gleichzeitig das Niveau des Kongresses erheblich erweitert hat. "Szenefremde" Ansichten und

Meinungen, Kompetenz aus Wirtschaft und Medien sollten den Kongress insgesamt bereichern.

Der BSM-Kongress hat sich mit der Zeit zu einem respektablem Ereignis in der Fundraising-Szene entwickelt, der zunehmend auch die Beachtung der Presse und einer interessierten Öffentlichkeit erfährt. Dieser Entwicklung war nicht nur durch ein attraktives Themenangebot, sondern auch durch eine gut organisierte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Rechnung zu tragen.

Die Auswahl der Preisträger und die Verleihung des Fundraising-Preises stellt sich als weitere Optimierung der Veranstaltung dar.

Die sehr intensive Arbeit im Rahmen dieser Vorbereitungen konnten für mich als ehrenamtlich tätiges Vorstandsmitglied nur geleistet werden, weil mir mit der Agentur Neues Handeln der BSM ein professioneller und leistungsfähiger Partner mit viel Einsatz und Engagement zur Seite stand.

Dr. Michael Urselmann

BSM-Bibliothek

Der Bestand unserer Bibliothek konnte auf mittlerweile 326 Bücher gesteigert werden. Das sind zwar nur 8 Meter Regal, jedoch weit mehr, als jede deutsche Universitätsbibliothek zum Thema Fundraising und Nonprofit-Management bieten kann. Dieses Wachstum haben wir nicht zuletzt der Fachbuchhandlung Fischer & Partner in Hamburg zu verdanken. Fischer & Partner stellt unserer Bibliothek jährlich 12 neue Bücher zur Verfügung. Zudem erhalten wir alle Neuerscheinungen von den wichtigsten Verlagen gratis zur Verfügung gestellt.

Die Bibliothek wurde im Berichtszeitraum von 11 Diplomanden und Doktoranden besucht. Weitere 15 Diplomanden wurden telefonisch beraten. Das Interesse an einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Thema Fundraising und Nonprofit-Management scheint ungebrochen hoch zu sein. Die meisten Diplomanden erfahren von dem Angebot der BSM-Bibliothek durch eine Internet-Recherche. Die Ergebnisse der wissenschaftlichen Arbeiten können in der Bibliothek eingesehen werden.

BSM-Literatur- und Forscherliste

Auch dieses Jahr kann wieder jedem BSM-Mitglied eine aktualisierte BSM-Literatur- und Forscherliste gratis zur Verfügung gestellt werden. Die BSM-Literaturliste umfasst sämtliche Literaturstellen zum Themenbereich Fundraising und Nonprofit-Management aus dem deutsch-, englisch- und französischsprachigen Raum, derzeit 775 Literaturstellen. Die BSM-Forscherliste umfasst die Adressen der wichtigsten NPO-Forscher weltweit.

Um einem einheitlichen Corporate Design der BSM genüge zu tun, weist die BSM-Literatur- und Forscherliste ein neues, an den BSM-Newsletter angelehntes Layout auf. Auch Nicht-BSM-Mitglieder können die Liste zu einem Preis von DM 25,-- erwerben.

BSM-Studie zur Entwicklung des Deutschen Spendenmarktes

1998 führte Dr. Michael Urselmann im Auftrag der BSM und mit Unterstützung der GfS die Studie "Neueste Entwicklungen und Trends auf dem Deutschen Spendenmarkt" durch. Die Studie ist eine Fortführung der empirischen Arbeit, die Dr. Urselmann im Rahmen seiner Doktorarbeit zum Thema "Erfolgsfaktoren im Fundraising von Nonprofit-Organisationen" begonnen hatte. Die wichtigsten Ergebnisse der Studie wurden durch eine dpa-Meldung gestreut und fanden in der Vorweihnachtszeit hohes Medieninteresse in verschiedenen Tageszeitungen und Zeitschriften. Die Untersuchung soll deshalb als Langzeitstudie fortgeführt werden. Dazu werden die wichtigsten deutschen Spendenorganisationen alle zwei Jahre über die Entwicklung ihrer Spendeneinnahmen befragt.