

Mitgliederversammlung der BSM am 4.4.2003 Rechenschaftsbericht des Vorstands

Das Berichtsjahr 2002 war geprägt von ersten Schritten hin zu einer Weiterentwicklung der BSM als Deutscher Fundraising Verband. Dem entspricht die Zusammensetzung des Vorstands seit den letzten Wahlen am 26.4., die Berücksichtigung von renommierten Referenten aus dem Kultur- und Bildungsbereich beim 10. Deutschen Fundraising Kongress sowie die Umbenennung unserer Print-Medien in „Fundraising aktuell“ bzw. „Fundraising aktuell online“ zum 1.1.2003. Alle diese Schritte erfolgten in enger Abstimmung mit den Mitgliedern durch zwei schriftliche Befragungen.

Unsere Lobbyarbeit bei der Bundesregierung unterstützt diese Entwicklung, indem Frau Bundesministerin Zypris und Frau Staatsministerin Dr. Weiss ihre Bereitschaft zur Eröffnung des 10. Deutschen Fundraising Kongresses bzw. zur Übernahme der Festrede bei der 10-Jahres-Feier der BSM am 26.9.2003 bekundet haben. Auch konnte in Gesprächen mit der Bundesregierung seitens der BSM u.a. die Abzugsfähigkeit von Firmenspenden gesichert werden.

Zur weiteren Stärkung der Lobbyarbeit wurde die BSM Mitglied im Aktionsbündnis Gemeinnützigkeit und im BBE -Bundesnetzwerk bürgerschaftliches Engagement.

Die Öffnung der BSM für Fundraiser aus dem Kultur- und Bildungsbereich bleibt auch 2003 das Ziel, das durch die Umbenennung der BSM in „Deutscher Fundraising Verband – Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing e.V.“ im Herbst 2003 weiter verfolgt werden soll. Die bisherigen Hauptzielgruppen der karitativen, ökologischen und kirchlichen Fundraiser bilden dabei weiterhin den Kern des berufständischen Verbands.

Parallel zu der inhaltlichen Weiterentwicklung der BSM musste der Vorstand die immer noch finanzschwache Organisation konsolidieren und personelle Änderungen in der Geschäftsstelle durchführen. Frau Nadine Reuter konnte als ständige Ansprechperson für die Mitglieder eingestellt werden. Frau Lilo Uhlendorf schied nach kurzer Tätigkeit als Geschäftsführerin aus, ebenso Frau Erika Janz.

Zum ersten Mal hat die BSM einen Sponsorvertrag für seine Printmedien mit SAZ abgeschlossen; weitere Partner sind willkommen. Auch wird Fischer & Partner künftig für die BSM die Aktualisierung der Fundraising-Literaturliste übernehmen.

An der Fundraising Akademie ist die BSM als Gesellschafter beteiligt. Das Ziel der BSM ist es, im Interesse ihrer Mitglieder und der Alumni der Akademie, die staatliche Anerkennung des Abschlusses zu erreichen. Dazu wurden seitens der BSM und auf Wunsch der Akademieleitung Kontakte zum Wissenschaftsministerium Rheinland-Pfalz hergestellt, die jetzt von der Geschäftsführung der Akademie zu nutzen sind.

Nach Jahren erfolgreicher Aufbauarbeit schieden Dr. Christoph Müllerleile und Dr. Marita Haibach zum Ablauf der regulären Amtszeit aus beruflichen und persönlichen Gründen am 26.4.2002 aus dem Vorstand aus. Seit diesem Zeitpunkt setzt sich der Vorstand zusammen aus Annette Brücher-Herpel, Dr. Peter-Claus Burens, Hilde Gaus, Dr. Friedrich Hauernt, Ursula Kapp-Barutzki, Brigitte List-Gessler, Dr. Thomas Röhr und Dr. Stefan Sandbrink.

Die Mitgliederzahl der BSM betrug zum 31.12.2002 exakt 834.

1. Geschäftsstelle

Die Verantwortung für die Abläufe und die Koordination in der BSM-Geschäftsstelle sowie die Personalangelegenheiten gehörten auch 2002 zu meinem Aufgabenbereich.

Mit dem Ausscheiden der bisherigen Büroleiterin, Erika Janz, zum 30.06.2002 wurde die Geschäftsstelle ab Juni 2002 ganztägig mit Nadine Reuter besetzt. Zum 1. Juli begann dann parallel Frau Lilo Uhlendorff als BSM-Geschäftsführerin. So stand also im zweiten Halbjahr die Einarbeitung der beiden neuen Mitarbeiterinnen im Vordergrund. Allerdings kündigte die Geschäftsführerin schon zum Dezember wegen beruflicher Umorientierung. Die ganztägige Besetzung der Geschäftsstelle mit Nadine Reuter hat sich sehr bewährt und sie trägt auch stark zur Entlastung des gesamten Vorstandes bei.

Durch die Geschäftsstelle werden folgende Aufgaben kontinuierlich abgewickelt: Betreuung der Mitglieder, Pflege der Mitgliederdatenbank, Versand von Informationen an Interessent/innen und Mitglieder, Versand von Einladungen zu Veranstaltungen oder Gremiensitzungen, Erstellen der Rechnungen, Lastschriftinzug der Abo- und Mitgliedsbeiträge, Einforderung der ausstehenden Mitgliedsbeiträge, vorbereitende Arbeiten der Buchführung, Unterstützung der Vorstandsmitglieder in ihren jeweiligen Arbeitsbereichen und vieles mehr. Auch zahlreiche Anfragen werden direkt durch die Geschäftsstelle beantwortet oder an die zuständigen Vorstandsmitglieder weitergeleitet.

Mit dem personellen Ausbau der Geschäftsstelle wurde im Herbst in den Räumen des Gemeinschaftswerks der Evangelischen Publizistik in Frankfurt ein zweiter Büroraum angemietet und eingerichtet. Auch dafür können wir weiterhin auf die Infrastruktur im Hause GEP zurückgreifen. (Hilde Gaus/HG)

2. Finanzen

Neben den Routine-Aufgaben als Schatzmeisterin wie Budgetplan erstellen und überwachen, Rechnungen überprüfen und dem Kontieren der Buchungsbelege, bestand meine vorrangige Aufgabe wieder darin, der BSM zusätzliche Einnahmen zu sichern.

So konnte die Finanzierung unseres Newsletters durch erfolgreiche Anzeigen-Akquise gewährleistet werden. Auch sind unsere mittlerweile etablierten Veranstaltungen „Fundraiserinnen-Tag“ und „BSM-Fundraising-Treffs“ für Sponsoren so interessant geworden, dass nun im Berichtsjahr zusätzliche 13.862 EUR (brutto) Sponsorengelder zur Verfügung standen. In der Summe mit Mitgliedsbeiträgen, Einnahmen aus dem Fundraiserinnen-Tag und Lizenzgebühren für den Fundraising-Kongress verfügen wir damit über ein solides finanzielles Fundament. Voraussetzung ist allerdings, dass dieses Niveau zukünftig gehalten werden kann.

Durch die Einführung der Drei-Sparten-Rechnung (Ideeller Bereich, Vermögensverwaltung und wirtschaftlicher Bereich) war es möglich, die Einnahmen und Ausgaben so zu steuern, dass wir für das Jahr 2002 keine Überraschungen durch Steuernachzahlungen erleben müssen. Körperschafts- und Gewerbesteuer wird für das Jahr 2002 nicht anfallen.

Die unerfreulich hohe Zahl offener Mitgliedsbeiträge aus den Jahren 2000 – 2002 hat uns einen großen Arbeitseinsatz abverlangt. Deshalb haben wir jetzt ein Mahnverfahren eingeführt, mit dem wir anstehende Mitgliedsbeiträge schneller und effizienter anmahnen werden. (HG)

3. Mitglieder

Per 31.12. 2002 betrug die Mitgliederzahl 834. Nach dem Gründungsjahr 1993 gewann die Bsm in den ersten 5 Jahren pro Jahr 54 neuen Mitglieder und per 31.12.98 hatte sie 328 Mitglieder. Mit einem durchschnittlichen Zuwachs p.a. von 132 neuen Mitgliedern in den nächsten 4 Jahren hat sich die Mitgliedszahl mehr als verdoppelt. Ende März 2003 hat der Verband 858 Mitglieder, etwa hälftig Frauen und Männer.

Innerhalb des Vorstands beschäftigte sich eine Arbeitsgruppe (Anette Brücher- Herpel, Brigitte List-Gessler, Ursula Kapp-Barutzki) mit der Weiterentwicklung dieser Themen.

Die Erfahrungen in den letzten Jahren zeigen, dass die Mitgliederswerbung im Rahmen von Mailings an kalte Adressen nicht sehr erfolgreich ist, zumal für eine Anschubfinanzierung die finanziellen Mittel fehlen. Die Mitgliederswerbung liegt – auch nach Meinung externer Berater- vor allem in der gezielten, systematischen Ansprache von BesucherInnen / Interessierten von Fachveranstaltungen wie Kongressen, Fundraiserinnentag, Fundraising-treffs und den Absolventen der Fundraising Akademie. So wurden in 2002 42 Mitglieder über den Bsm-Fundraising Kongress und 53 über die Fundraising – Akademie geworben. Insgesamt wurden 2002 183 neue Mitglieder geworben.

Zu dem mittlerweile etablierten Standardprogramm in der Mitgliederswerbung sollen folgende Zielgruppen in Zukunft aktiv angesprochen werden:

Kultur und Hochschule über gezielte persönliche Ansprache und Fundraising orientierte Mitarbeiter bei lokalen Initiativen vor allem über die lokalen Treffs.

„Nachwuchsförderung“ soll bei relevanten Studiengängen bei FH´s u. Hochschulen erfolgen. Die erfolgreiche „Werbung“ durch die Fundraising Akademie soll natürlich fortgeführt werden.

Gemäß einem MV –Beschluss vom September 2001 wurde ein Vorschlag entwickelt. Nach wie vor sollen Agenturen die Stimmrechte einer Einzelmitgliedschaft haben, doch entsprechend ihrer Größe unterschiedliche Beiträge leisten.

Die Befragung der Mitglieder im Sommer 2002 zeigte, dass die Weiterentwicklung unseres Berufsprofils und mehr berufsständische Information gewünscht wird. Anlässlich einer Umfrage beim Fundraiserinnentag und einer Telefonumfrage wurde ein aktueller Gehaltsspiegel je nach Position und Umfeld erstellt. Ergänzt wurde dieses Informationsangebot mit Musterstellen - Beschreibung sowie einem einem Muster-Honorar -Vertrag .

Wir stehen in Kontakt mit der Universität in Bremen, die bei einer Untersuchung über die Zukunft der freiberuflichen Kulturberufen wie Designer, Medienfachleute, Lektoren, auch die Fundraiser miteinbezogen hat. Um zu diesem Komplex, der bedeutsam für die Weiterentwicklung unsere Berufsbildes und seine weitere Zukunft ist, noch weitere aktuellen Informationen zu bekommen, soll im Sommer eine online -Befragung bei unseren Mitgliedern durchgeführt werden. (Ursula Kapp-Barutzki/UKB)

4. Deutscher Fundraising Kongress

Die BSM hat den 9. Deutschen Fundraising Kongress letztmalig in Leipzig veranstaltet. Der Deutsche Fundraising Verband konnte mit der im April 2002 durchgeführten Veranstaltung mit erneut mehr als 500 fachkundigen Teilnehmern seine Stellung als größter Multiplikator von Fachwissen der deutschsprachigen Fundraising-Szene festigen.

Ein mehrjähriger Vertrag mit der Kölner Agentur neues handeln garantiert auch in Zukunft Kontinuität auf hohem qualitativen Niveau für die Teilnehmer bei den folgenden Kongressen am neuen Kongressort Magdeburg sowie höhere Einnahmen für die BSM. (Dr. Friedrich Haurert/FH)

5. Wissenschaftliche Kontaktstelle

Als Ansprechpartner der wissenschaftlichen Kontaktstelle wurden wie schon in den Vorjahren vor allem Anfragen von ca. 30 Studierenden beantwortet.

Mit der Etablierung von Fundraising an Fachhochschulen werden neue Impulse für die gesamte Profession ausgehen. Eine enge Kooperation mit dem Studiengang Public Management an der Berliner Fachhochschule für Verwaltung und Rechtspflege ist angedacht. (FH)

6. Recht

Im April 2002 wurde ich in der Mitgliederversammlung zur Beisitzerin des BSM-Vorstands gewählt. Neben meiner Mitwirkung in den beiden Vorstandsarbeitskreisen Mitgliederwerbung und BSM-Vision besteht das wesentliche Aufgabenfeld in der Beantwortung von Mitgliedsanfragen mit rechtlichen Fragestellungen. In gleicher Weise erfolgte die Betreuung der BSM-Geschäftsstelle in Vertrags- und Rechtsfragen.

Der 7. Fundraiserinnen-Tag fand am 30. November 2002 statt und wurde auch in diesem Jahr von uns Frauen im BSM-Vorstand geplant und organisiert.

Seit mehreren Wochen erfolgt die Planung und Organisation einer Fundraising-Exkursion nach London für BSM-Mitglieder. Die Reise ist für den Zeitraum 15. - 19. Juni 2003 terminiert. Vorgesehen sind Fundraising-Gespräche u.a. mit Greenpeace/UK, Tate-Gallery, Salvation Army, Help the Aged und der Royal Festival Hall. (Annette Brücher-Herpel/ABH)

7. Fundraiserinnen-Netzwerk

Am 30. November 2002 fand im Roncalli-Haus in Wiesbaden der 7. Fundraiserinnen-Tag statt. Mit 150 Teilnehmerinnen aus dem gesamten Bundesgebiet war die Veranstaltung schon im Vorfeld komplett ausgebucht. Für viele Frauen hat die Teilnahme längst Tradition, zunehmend wird der Tag aber auch von Neueinsteigerinnen und zum Schnuppern genutzt. Begehrte waren wieder die Plätze für das Einzelmentoring und zum ersten Mal wurde auch eine Erfahrungsaustauschgruppe für Fundraiserinnen aus Kultur- und Bildungseinrichtungen angeboten.

Die Tagung wurde wie schon in den Vorjahren nahezu ausschließlich ehrenamtlich organisiert. Neben den Frauen im BSM-Vorstand sowie der Gründerin des Netzwerkes, Dr. Marita Haibach, trugen wieder viele ehrenamtliche Helferinnen zum reibungslosen Ablauf der Veranstaltung bei. Ihnen und den Moderatorinnen der Arbeitsgruppen sowie Geschäftsstellenleiterin Nadine Reuter für Ihre hervorragende Unterstützung an dieser Stelle ein ganz herzliches Dankeschön!

Wir bedanken uns außerdem bei den Sponsoren des Fundraiserinnen-Tages, der Bank für Sozialwirtschaft, der GFS Fundraising & Marketing, MICROPLAN, Scharrer Social Marketing sowie bei steinrücke+ich. (Brigitte List-Gessler/BLG)

8. Fachgruppe Evangelische Kirche und Diakonie

Gemeinsam mit der Agentur steinrücke+ich veranstaltete Matthias Buntrock, Leiter der Abteilung Fundraising im Evangelischen Johanneswerk, zum zweiten Mal die Fachtagung „kollekt“, die auf die speziellen Bedingungen für Fundraising in der Ev. Kirche und Diakonie

zugeschnitten ist. Der inhaltliche Schwerpunkt lag diesmal auf dem Thema „Kooperationen mit der Wirtschaft“. Über 100 Teilnehmer/innen nutzten die Veranstaltung als Fundraising Kontaktbörse und zum fundierten Neueinstieg - ein Großteil von ihnen kam dabei zum ersten Mal mit der BSM in Kontakt. (BLG)

9. Fachgruppe Kunst und Kultur

Mit Unterstützung von Marita Weinberg/S.T.E.P. GmbH Kommunikation + Marketing hatte die Fachgruppe sowohl 1999 wie auch im Jahr 2000 die erste und zweite Fundraising-Fachtagung für den Kunst- und Kulturbereich organisiert. Die dritte, für 2001 geplante Veranstaltung musste angesichts zu niedriger Anmeldezahlen abgesagt werden. Zum 31.12.2002 wurde die Fachgruppe nun aufgelöst. Wir danken den Mitgliedern sowie Herrn Thumann, der die Fachgruppe mitbegründet und seit 1999 geleitet hat, für Ihr Engagement. Die Mitglieder der Fachgruppe werden dem Vorstand mit Ihrem Know-How auch weiterhin als Ansprechpartner/innen für den Bereich Kunst- und Kultur-Fundraising zur Verfügung stehen. (BLG)

10. Fachtagung „Fundraising für Kunst und Kultur“

In Kooperation mit der BSM und dem Kulturpolitischen Rat veranstaltete die Evangelische Akademie Bad Boll vom 19.-21. März 2003 die Fachtagung „Fundraising für Kunst und Kultur“, an der insgesamt 71 Personen teilnahmen. Das Programm bestand aus einer gelungenen Mischung von Vorträgen und moderierter Gruppenarbeit mit einer Podiumsveranstaltung. Zahlreiche BSM-Mitglieder wirkten als Referent/innen mit, geleitet wurde die Tagung von Dr. Irmgard Ehlers (Ev. Akademie Bad Boll), Dr. Marita Haibach (Brakeley Limited) und Brigitte List-Gessler (BSM). Wir danken Dr. Ehlers für die Einbindung der BSM sowie AZ Direct (Gütersloh) für die freundliche Unterstützung im Vorfeld der Tagung. (BLG)

11. Fachgruppe IT

Die Mitglieder der im Februar 2002 gegründeten Fachgruppe IT haben mit großem Know-How und außerordentlichem Engagement eine detaillierte Entscheidungshilfe für die Auswahl bzw. Erstellung des „richtigen“ Spendenprogramms für Non-Profit-Organisationen erarbeitet. Die renommierten Fundraiser/innen bzw. IT-Berater/innen Reinhard Detering, Barbara Drust (Greenpeace), Hans-Josef Hönig (NABU), Gabriele Krumbe (Outcome), Peter Maier-Schwier (Enter Services) und Dieter Wenz haben unter der Leitung von Norbert Vloet (action medeor) umfassende Informationen und Tipps zusammengetragen, die nach Fertigstellung auf der BSM-Homepage veröffentlicht werden sollen. Der Vorstand dankt der Fachgruppe für Ihre hervorragende Arbeit. (BLG)

12. Fundraising-Treffs

In 15 Städten haben sich mittlerweile gut funktionierende Treffs mit 4-6 jährlichen Veranstaltungen etabliert. An fünf weiteren Orten gibt es feste Ansprechpartner/innen, die noch auf der Suche nach Mitstreiter/innen sind. Mit BSM-Mitgliedern aus vier weiteren Städten fanden Gespräche im Hinblick auf eine Treff-Gründung statt. Die aktuelle Treff-Liste wird jeweils auf den BSM-Internetseiten und im Newsletter veröffentlicht. Leider ist die BSM im Süden Deutschlands immer noch spärlich vertreten. Wer sich für eine Neugründung interessiert, kann sich bei der Geschäftsstelle näher informieren.

Die Praxis zeigt, wie wichtig der regionale Austausch und auch die Möglichkeit des „Vor-Ort-Schnupperns“ für viele Fundraising-Interessierte sind. In der Regel werden Referent/innen zu

speziellen Fundraising-Themen eingeladen oder berichten die Treff-Teilnehmer/innen über eigene Projekte und Erfahrungen. Üblicherweise sind bei den Veranstaltungen zwischen 8 und 30 Teilnehmer/innen anwesend. Erfreulichen Zulauf haben viele Treffs durch die Student/innen und Absolvent/innen der Fundraising-Akademie erhalten. Die Finanzierung der Treffs erfolgt durch die Erhebung eines Kostenbeitrages von den Anwesenden.

Am 12./13. Oktober kamen 17 Treff-Organisator/innen aus dem gesamten Bundesgebiet in Würzburg zum zweiten Mal zum Erfahrungs- und Informationsaustausch zusammen. Diskussionsthemen waren die Positionierung und das Selbstverständnis der Treffs ebenso wie der Entwurf für eine Geschäftsordnung. Für Treff-Neugründungen wurde als Hilfestellung eine Checkliste erarbeitet. Die Resonanz auf den Austausch fiel auch in diesem Jahr wieder sehr positiv aus.

Ermöglicht wurde das Würzburger Zusammentreffen durch das Engagement unseres Sponsors Enter Services aus Alzenau, dem wir an dieser Stelle ganz herzlich danken!

Über meine Tätigkeit in Zusammenhang mit den Fundraising-Treffs und Fachgruppen hinaus habe ich im Berichtszeitraum auch in der Arbeitsgruppe „Mitglieder und Berufsständisches“ mitgewirkt. (BLG)

13. Öffentlichkeitsarbeit/Pressearbeit

Die Pressearbeit im vergangenen Jahr war geprägt von drei Aspekten:

1. Das vergangene Jahr war für die BSM ein „Jahr des Rundfunks“. Über 100 Senderanfragen wurden durch die Pressearbeit betreut, zum überwiegenden Teil mit Intervieweinspielungen oder Live-Interviews. Neben den öffentlich-rechtlichen Sendern (besonders WDR, SWR, NDR) kamen auch sehr viele Anfragen von privaten Sendern. Die Präsenz im Rundfunkbereich konnte im vergangenen Jahr maßgeblich gesteigert werden. Hinzu kamen Fernsehauftritte von Vorsitzenden Dr. Burens z.B. im ZDF.
2. Auffällig waren sehr häufige Anfragen zum Beruf des/r Fundraiser/in. In vielen Publikationen berufsberatender Provenienz konnte die BSM „Flagge zeigen“. Darunter waren z.B. auch Internetportale wie www.jobpilot.de oder www.arbeitsamt.de. Hauptgrund dafür ist die steigende Arbeitslosigkeit und der starke Stellenabbau im Kommunikationsbereich. Dies bestätigen auch die vielen Zugriffe der Mitgliederinformationen auf www.sozialmarketing.de. Die Informationen über Berufsprofil Verträge und Einkommen wurden überdurchschnittlich oft abgerufen.
3. Erfreulich ist, dass viele „warme“ Pressekontakte ausgebaut werden konnten. Dies betrifft die Fachpresse ebenso wie regionale bzw. überregionale Tageszeitungen. Vielen Journalisten ist die BSM als kompetenter Gesprächspartner in Fragen rund um Spenden und Sponsoring bekannt. Entsprechend fanden die Pressemitteilungen stärkere Beachtung.

Besonders erwähnenswert ist die mit anderen Verbänden gemeinsam gestartete Initiative gegen die geplanten Änderungen der Firmenspenden des Bundesfinanzministeriums im Herbst 2002. Die gemeinsame offensive Pressearbeit hat neben der Lobbyarbeit der Wohlfahrtsverbände maßgeblich zum Umdenken des Ministeriums beigetragen und dafür gesorgt, dass die alte Regelung beibehalten werden konnte. Dies wiegt umso mehr, da Themen wie „Dienstwagenverordnung“ wesentlich populärer und öffentlichkeitswirksamer gewesen sind.

Auch der Relaunch der Webseite www.sozialmarketing.de wurde weiter entwickelt. Die konzeptionellen Vorgaben stehen und entsprechende Angebote liegen vor. Entsprechend der Haushaltslage können die Pläne auch kurzfristig umgesetzt werden. Umgesetzt wurde außerdem ein erster (vor allem) inhaltlicher Relaunch der Mitgliederzeitschrift. Neben dem

Titel „fundraising aktuell“ wurden die Schwerpunkte verändert und stärker auf die Praxis ausgerichtet. Darüber hinaus erscheint der Newsletter „fundraising aktuell online“ nun alle 14 Tage, um die Mitglieder mit aktuelleren Informationen versorgen zu können. Auch hier wird stärker auf die Praxis focussiert. (Dr. Thomas Röhr/TR)

14. Redaktion bsm-Newsletter

Zusammen mit Dr. Müllerleile wurde von den Vorstandmitgliedern Herr Dr. Röhr, Herr Dr. Sandbrink und Frau Uhlendorff u.a. die Weiterentwicklung des BSM-Newsletters vorangetrieben. So wurde das Konzept überarbeitet, das Layout verändert und mit „Fundraising Aktuell“ im Rahmen einer Mitgliederbefragung ein neuer Titel gefunden. (Dr. Stefan Sandbrink/StSa)

15. Bearbeitung berufsständischer Fragen

Seit Dezember 2001 hat Herr Dr. Sandbrink die Koordinierung und Beantwortung berufsständischer Fragen von Herrn Dr. Müllerleile interimistisch übernommen. Die Beantwortung berufsständischer Fragen stellt einen wichtigen Dienstleistungsservice gegenüber den BSM-Mitgliedern dar. Anfragen kommen aber auch von potentiellen Neu-Mitgliedern, Verbänden, die das Fundraising ausbauen wollen, sowie von Personen oder Organisationen, die Fundraising-Dienstleistungen von Agenturen in Anspruch nehmen. Das Spektrum der bearbeiteten Fragen ist breit. Es reicht von arbeitsrechtlichen Fragestellungen über Verdienstmöglichkeiten im Fundraising bis hin zu Vertragsgestaltung z. B. bei Sponsoring. Häufig angefragt werden beispielsweise Musterverträge oder Honorarordnungen. Im ersten Halbjahr 2002 gab es ca. 120 Anfragen mit abnehmender Tendenz. Insgesamt wurde dieser Bereich als Serviceleistung inzwischen stärker formalisiert und für Mitglieder attraktiver gestaltet, indem häufig gestellte Fragen und deren Antworten in die Website eingestellt wurden (FAQ's im Fundraising, Verdienstmöglichkeiten), so daß sich viele fernmündliche bzw. Email-Anfragen erübrigten. Im August 2002 wurde diese Aufgabe an Frau Brücher-Herpel übertragen. (StSa)

16. Betreuung des Seminarkalenders, der Agentur- und Beraterliste, der Stellenangebote und Stellengesuche

Zur Entlastung der Geschäftsstelle wurde diese Aufgabe auf Herrn Dr. Sandbrink übertragen. Hiermit soll die Kundenfreundlichkeit und die zeitnahe Bearbeitung auch für die Zukunft gesichert werden. Alle vier Bereiche entwickeln sich erfreulich. So befinden sich derzeit 58 Agenturen/Berater auf der Agentur- und Beraterliste und 11 Seminarankündigungen aus dem deutschsprachigen Raum auf der Seminarliste (Stand 18.03.03). Dieses entspricht in etwa den Werten des Vorjahres. Die Veröffentlichung von Seminaren ist inzwischen ein kostenloser Service und soll dazu führen ein möglichst umfangreiches Angebot zu präsentieren. Die Gebühren für die Agenturen sind im Vergleich zu anderen Veröffentlichungsmöglichkeiten extrem niedrig und werden nun gestaffelt gehandhabt, wobei Mitglieder besonders günstige Tarife erhalten.

Auch die Rubriken Stellenangebote und Stellengesuche erfreuen sich zunehmender Nutzung. Darüber hinaus nutzen 141 Abonnenten den Informationsdienst für Stellenangebote und 12 Abonnenten den Informationsservice für Stellengesuche. Neben kleineren Nonprofit-Organisationen und Agenturen suchen auch größere und internationale

Organisationen die Zusammenarbeit mit der BSM und nutzen deren unentgeltliches Angebot. Ohne selber vermittelnd tätig zu sein leistet die BSM über ihre Homepage einen wichtigen Beitrag zur Vermittlung von Fundraising-Arbeitsplätzen im deutschsprachigen Raum. Derzeit befinden sich ca. 20 Angebote auf der Website. Der Service im Bereich „Stellengesuche“ wurde insofern eingeschränkt, als daß er nunmehr ausschließlich den Mitgliedern zur Verfügung steht. Damit wird diese Liste übersichtlicher und auch leichter zu pflegen. Die zeitnahe Bearbeitung der Rubrik Stellenangebote und Stellengesuche liefert einen bedeutenden Beitrag zur Sicherung der Attraktivität der BSM-Homepage für an Fundraising interessierte Internet-User. (StSa)

17. Kontakte

Die BSM wurde Mitglied im DDV-Plenum Bildung u. Forschung Direktmarketing, wo verschiedene Fach –Hochschulen und Institutionen wie das Siegfried Vögele und Emnid-Institut das Direktmarketing weiter entwickeln möchten. Entsprechende Kontaktmöglichkeiten auch zu Referenten wurden auch für die Fundraising Akademie geschaffen. Zur Stärkung der Lobbyarbeit hat die Bsm gemeinsam mit Stifterverband, Spendenrat, Bertelsmannstiftung und Maecenata –Institut das Aktionsbündnis Gemeinnützigkeit gegründet um notwendige Verbesserungen im Gemeinnützigkeitgesetz zu erreichen. Bsm wurde auch Mitglied des BBE – ein von der Enquetekommission empfohlenes Bündnis zur Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements in Deutschland. (UKB)

18.Internationale Beziehungen

Im Februar 2002 wurde der Dachverband der europäischen Fundraising Verbände, die European Fundraising Association (EFA) gegründet. Die BSM war, vertreten durch Dr. Marita Haibach, maßgeblich an den Vorarbeiten beteiligt und gehörte zu den Gründungsmitgliedern. Marita Haibach ist Vizepräsidentin und hat innerhalb der EFA die Federführung für die Entwicklung gemeinsamer Standards für Fundraising-Training und Qualifizierung verbunden mit der Schaffung eines europaweiten Anerkennungssystems. (UKB)

19.Vorstands-AG: Positionspapier

Zusammen mit Dr. Fritz Haurert und Anette Brücher-Herpel wurde ein Positionspapier als Grundlage der Vorstandsarbeit und Gespräch mit externen Agenturen für ein Marketingkonzept erarbeitet. (UKB)