DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

2011

JAHRESBERICHT

INHALT

Einführung

1. Aus der Geschäftsstelle 4

2. Verbandsentwicklung 6
2.1. Mitgliederentwicklung
2.2. Fachverband
2.3. Zertifizierung
2.4. Sponsoring

3. Fachgruppen, Regionalgruppen und Ausschüsse 12
3.1. Fachgruppen
3.2. Regionalgruppen
3.3. Fachausschüsse

4. Veranstaltungen 16
Schwerpunkt: Kongress

5. Kommunikation und Lobbyarbeit 20

6. Internationales 24

7. Finanzen 26

Schlussbemerkung 30

Einführung

MITTEN DRIN STATT NUR DABEI

2011 war ein ereignisreiches Jahr für den Deutschen Fundraising Verband und auch für uns Vorstandsmitglieder. Wir haben einiges auf den Weg gebracht, an vielen Projekten arbeiten wir in diesem Jahr mit Hochdruck weiter und wir sind weit davon entfernt, uns zurückzulehnen.

Die Weichen für eine spürbare Weiterentwicklung unseres Verbandes haben wir 2011 **durch die Satzungsänderung** gestellt. In diesem Bericht können Sie nachlesen, welche Themen wir uns vorgenommen und was wir im Einzelnen erreicht haben. Wir sind sicher: Mit Ihrer Hilfe können wir unsere gemeinsamen Pläne in die Realität umsetzen und den Deutschen Fundraising Verband weiter nach vorn bringen. Damit wir eine Kultur des Gebens in Deutschland etablieren und unsere Branche entscheidend stärken können.

In diesem Sinne: Ärmel hoch!

Ihre Vorstandsmitglieder

Aus der Geschäftsstelle

NEUERUNGEN UND HIGHLIGHTS

Das Jahr 2011 war in der Geschäftsstelle des Deutschen Fundraising Verbandes geprägt von Veränderungen. Zum einen zog mit Jörg Fester Mitte des Jahres ein neuer Geschäftsführer ein, zum anderen warfen die Strukturveränderungen der Verbandsmitgliedschaft ihre Schatten voraus.

Nach rund eineinhalb Jahren haben wir die Position des Verbandsgeschäftsführers neu besetzt. Mit Jörg Fester fanden wir einen Verbandsexperten, der ab Juni die Führung der Bundesgeschäftsstelle übernahm. Ein besonderer Dank des Vorstandes geht an dieser Stelle an die MitarbeiterInnen der Bundesgeschäftsstelle, die in der Übergangszeit die anfallenden Aufgaben hervorragend erledigten.

Die im Jahr 2012 anstehenden Veränderungen der Mitgliederstruktur haben schon 2011 einen Teil der Verbandsarbeit bestimmt. Um bei der Mitgliederversammlung 2012 einen ausgereiften Vorschlag für die Beitragsstruktur vorstellen zu können, organisierte die Geschäftsstelle Mitgliederworkshops, in deren Rahmen das Konzept praxisnah entwickelt wurde.

Ein weiteres Highlight in der Arbeit der Geschäftsstelle war die Durchführung einer einwöchigen Studienreise für unsere Mitglieder im Oktober 2011 nach Ost-Kanada und Neu-England. Die Reisegruppe besuchte regionale und internationale Organisationen und Institutionen aus verschiedenen Themenbereichen der Fundraising-Welt. Für alle, die nicht an der Reise teilnehmen konnten, bietet die in der Geschäftsstelle erhältliche Reisedokumentation die Möglichkeit, an den Themen und Erkenntnissen teilzuhaben.

Ausblick 2012

Für 2012 stehen ebenfalls einige Neuerungen auf der Agenda. Die Implementierung unserer neuen Verbandswebsite ist ein wichtiges Thema für die Geschäftsstelle. Besondere Schwerpunkte liegen außerdem im Vorantreiben der Lobbyarbeit und in der Intensivierung unseres Mitgliedermarketings.

Wenn Sie Fragen haben, melden Sie sich gern bei uns! Wir haben immer ein offenes Ohr.

Das Team der Bundesgeschäftsstelle (v.l.n.r) Christian Köhn, Manuela Ewert, Julia Schulz, Anja Köhn, Jörg Fester

Verbandsentwicklung

ES TUT SICH WAS

2.1. Mitgliederentwicklung

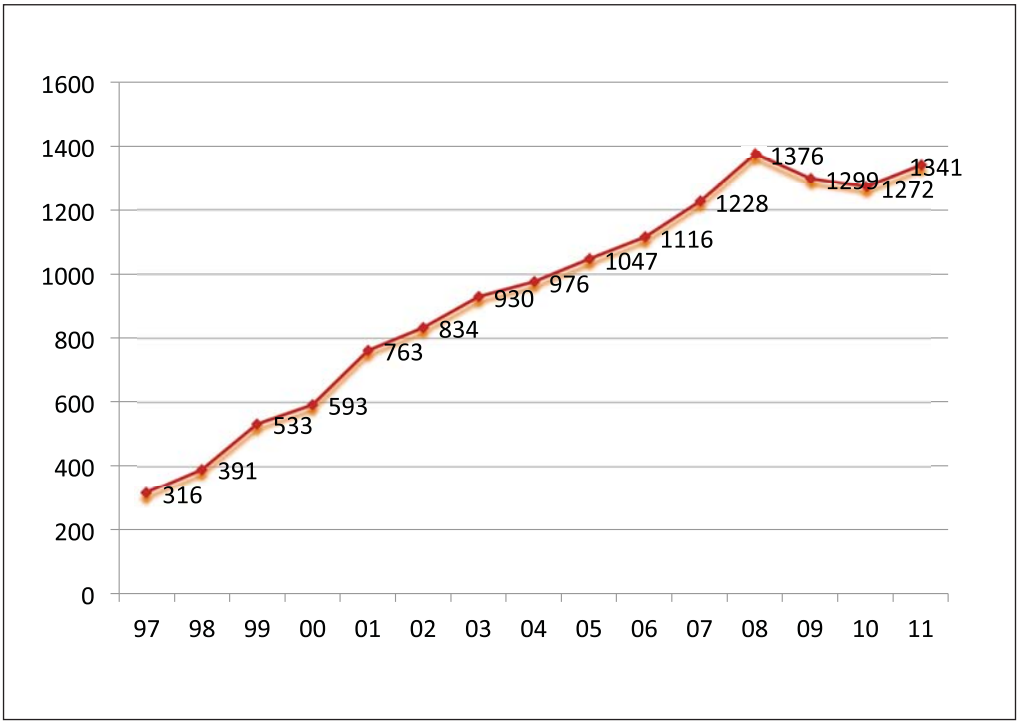
Jedes fünfte Mitglied mehr als zehn Jahre dabei

Die Mitgliederzahlen des Verbandes bewegen sich in den letzten Jahren ungefähr auf dem gleichen Niveau. 2011 hielten sich sowohl die Neueintritte als auch die Austritte der persönlichen Mitglieder die Waage: Wir konnten 125 neue Mitglieder begrüßen und mussten 108 Kündigungen zur Kenntnis nehmen.

Auf der anderen Seite haben wir festgestellt: Fast 50 Prozent unserer Mitglieder sind schon zwischen drei und zehn Jahre im Verband – 19 Prozent sogar schon länger als zehn Jahre. Nur 9,4 Prozent unserer Mitglieder sind dem DFRV nur für ein Jahr verbunden, wahrscheinlich um in dem Jahr ihrer Mitgliedschaft vom reduzierten Teilnehmerbeitrag beim Fundraising Kongress zu profitieren.

Erfreulich war der leicht abnehmende Trend der Kündigungen im Vergleich zum Vorjahr. Eine Ursache dafür sehen wir in den verstärkten Maßnahmen der Geschäftsstelle zur Mitgliederbindung. Andererseits sind die bevorstehenden Änderungen in der Mitgliederstruktur zugunsten einer Aufnahme juristischer Personen der Grund für vereinzelte Kündigungen persönlicher Mitgliedschaften – einige Mitglieder bereiten so ihre bevorstehende juristische Mitgliedschaft vor. Neueintritte in den Verband sind Mitte des Jahres 2011 überdurchschnittlich angestiegen, da wir im Nachgang zum Fundraising Kongress in Fulda eine Reihe von TeilnehmerInnen von einer Verbandsmitgliedschaft überzeugen konnten.

Mitglieder gesamt – Stand 31.12.2011



2.2. Fachverband

Neues Beitragsmodell: mehr Köpfe und Hände für den Verband

In diesen Tagen ist es wieder unser Thema – die Mitgliederversammlung wird am 20. April darüber abstimmen: Das neue Beitragsmodell des Deutschen Fundraising Verbandes, das auch Organisationen, Dienstleister und Agenturen als Verbandsmitglieder berücksichtigt. Es wird entscheidend dazu beitragen, den Verband neu aufzustellen – denn wenn wir etwas bewegen möchten, brauchen wir mehr Köpfe und Hände, um die gemeinsamen Aufgaben anzugehen. Wir brauchen die Stimmen aller Organisationen und Unternehmen, die sich mit Fundraising beschäftigen und **wir brauchen eine solide finanzielle Basis** – Voraussetzung dafür ist ein attraktives Beitragsmodell mit interessanten Gegenleistungen.

Seit dem letzten Jahr haben die Vorstandsmitglieder mehrere Workshops mit unterschiedlichen TeilnehmerInnen durchgeführt und dabei ein Gerüst für ein Beitragsmodell entwickelt. Wir haben mit Entscheidern aus Organisationen und Agenturen Gespräche geführt, um das Beitragsmodell einem Praxistest zu unterziehen. Auch beim Jahrestreffen der Verbandsgruppen kam das Beitragsmodell zur Sprache. Insgesamt fand es breite Zustimmung. Einige Ideen zur Optimierung fließen in das neue Modell ein, das wir bei der Mitgliederversammlung vorstellen werden:

Agenturmitglied oder „normales“ Mitglied?

Anders als im ursprünglichen Entwurf zum Beitragsmodell gibt es nun keine Beschränkungen mehr für Personen, die gleichzeitig mehrere Rollen einnehmen – also z.B. sowohl Verbandsmitglied als auch Geschäftsführer eine Fundraising-Agentur sind. Sie können frei entscheiden, ob sie weiterhin „normales“ Mitglied bleiben, oder ob sie die Vorteile einer Agenturmitgliedschaft nutzen und ihre Mitgliedschaft entsprechend umwandeln möchten. Sie können auch entscheiden, die Agentur- oder Organisationsmitgliedschaft (und damit auch die Stimmberechtigung) an einen anderen Mitarbeiter oder eine Mitarbeiterin zu übertragen.

Bemessungsgrundlagen

Die Bemessungsgrundlage für Agenturen wird sich am Umsatz ausrichten, die für Organisationen an ihren freien Mitteln – also an den Spendenmitteln, die ihnen zur Verfügung stehen.

Was gibt's für den Beitrag?

Mit welchem Jahresbeitrag muss eine Organisation denn nun rechnen? Wie sieht es bei Agenturen aus? Und welche Leistungen wird der Verband seinen neuen Mitgliedern anbieten?

So sieht der aktuelle Vorschlag des Vorstandes für das Beitragsmodell aus:

Bemessung (freie Mittel bzw. Umsatz)	Beitrag Organisation	Beitrag Dienstleister
bis 100.000 €	320 €	500 €
100.001 € – 250.000 €	750 €	750 €
250.001 € – 500.000 €	750 €	1.000 €
500.001 € – 750.000 €	750 €	1.500 €
750.001 € – 1.000.000 €	750 €	1.750 €
1.000.001 € – 5.000.000 €	1.000 €	2.000 €
5.000.001 € – 10.000.000 €	1.250 €	2.500 €
über 10.000.000 €	2.000 €	2.500 €
Die Mitgliedschaft für freie Dienstleister liegt pauschal bei 320 Euro.		

Die Leistungen des Verbandes für Organisationen und Dienstleister:

- Nutzung des DFRV-Logos (vertrauensbildendes Gütesiegel)
- Sonderkonditionen beim Deutschen Fundraising Kongress, bei internationalen Fundraising Kongressen, bei Fachtagungen des Verbandes und Weiterbildungsangeboten unserer Partner für alle Mitglieder und MitarbeiterInnen von Mitgliedsorganisationen und -unternehmen
- Vergünstigte Rechtsberatung
- Eintragung im DFRV-Mitgliederverzeichnis
- Nutzung der DFRV-Stellenbörse
- Für Dienstleister zusätzlich: Vergünstigte Konditionen bei Werbung und Anzeigen in den Medien des DFRV

Den entscheidenden nächsten Schritt gehen wir bei der Mitgliederversammlung 2012, wenn wir das Beitragsmodell so wie vorgeschlagen verabschieden oder gemeinsam modifizieren. Anschließend geht es direkt in die aktive Mitgliederwerbung.

2.3. Zertifizierung

Personenzertifizierung schafft Vertrauen

Elementarer Bestandteil unserer Arbeit als FundraiserInnen ist es, das Vertrauen unserer Ziel- und Bezugsgruppen zu gewinnen – zum Beispiel das Vertrauen bestehender oder potenzieller SpenderInnen, der Medien, unserer Vorgesetzten und KollegInnen. Die Tatsache, dass es in Deutschland keine Personenzertifizierung im Fundraising gibt, erschwert diese Aufgabe. Für FundraiserInnen, die einen zertifizierten Studiengang durchlaufen haben, gibt es keine Qualitätssicherung. Für Quereinsteiger, die keine zertifizierte Ausbildung absolviert haben, gibt es keine überprüfbare Standardisierung von Kompetenzen. Dieser Mangel an Standardisierungen führt in der Außenwahrnehmung der Berufsgruppe der FundraiserInnen immer wieder zu Vertrauensverlusten. Das ist vor dem Hintergrund einer immer kritischeren öffentlichen Beobachtung umso bedeutsamer.

Um diesem Mangel zu begegnen, haben wir 2011 in Zusammenarbeit mit der Fundraisingakademie ein Konzept erarbeitet, das die Einführung einer Individualzertifizierung von FundraiserInnen auf europäischer Ebene skizziert, jeweils durchgeführt durch den zuständigen nationalen Fundraising Verband. Sinnvoll ist es dabei, die Individualzertifizierung mit den bereits existierenden europäischen Systemen zu synchronisieren – dazu sollte sie sich an den Kriterien des groß angelegten und von der Europäischen Union (EU) geförderten EFA-Certificate orientieren.

Zertifizierung in vier Kompetenzbereichen

In vier Kompetenzbereichen, so sieht es das Konzept vor, sollen FundraiserInnen, die sich zertifizieren lassen möchten, bestimmte Fähigkeiten nachweisen. 1. Kommunikationsinstrumente des Fundraisings beherrschen und anwenden, 2. Voraussetzungen für erfolgreiches Fundraising schaffen, 3. Fundraising-Strategien entwickeln und umsetzen und 4. Organisationsentwicklung erfolgreich mitgestalten. Das Verfahren zur Zertifizierung verantworten der Deutsche Fundraising Verband und die Fundraising Akademie, die gemeinsam Auditoren ausbilden und berufen, um den Prozess der Zertifizierung umzusetzen.

Die Zertifizierungskommission sollte dabei aus in der Branche ausgewiesenen Expertinnen und Experten bestehen – zwei Drittel von ihnen sollten VertreterInnen von Organisationen sein, ein Drittel VertreterInnen von Agenturen und Dienstleistern. Die Zertifizierungskommission überwacht das Verfahren und führt die Personalzertifizierungen im Auftrag des Verbandes und der Akademie durch – einmal im Jahr, im Vorfeld des Deutschen Fundraising Kongresses. Die Berufung in die Kommission erfolgt in der Regel für die Dauer von fünf Jahren, eine zweite Amtsperiode ist möglich.

Ziel: Start 2013

Bei der Mitgliederversammlung im April 2012 stimmen die Verbandsmitglieder über das Konzeptpapier zum Zertifizierungsverfahren ab. Wird es wie vorgeschlagen oder modifiziert verabschiedet, können bereits im April 2013 die ersten Zertifizierungen stattfinden. 2012 wird dann ganz im Zeichen der Kommissions-Zusammensetzung und der Werbung stehen. Ziel ist es, die Zertifizierungen nicht nur kostendeckend durchzuführen, sondern Überschüsse für die Zertifizierer zu erwirtschaften. Mittelfristig sollen die im Zertifizierungsverfahren beschriebenen Standards europaweit vergleichbar und anerkannt sein.

2.4. Sponsoring

Verbandsentwicklung im Fokus

Unsere Sponsoren haben im vergangenen Jahr wesentlich dazu beigetragen, dass wir den Deutschen Fundraising Verband um- und ausbauen konnten. Deshalb gilt unser herzliches Dankeschön der Deutschen Post als Verbandssponsor sowie DSH Deutscher Spendenhilfsdienst, Martin Fischer, Schattauer Verlag, Rotthaus Medical GmbH und steinrücke + ich als Sponsoren der Veranstaltungen unserer Fach- und Regionalgruppen. Ebenfalls danken wir den Kongresssponsoren DialogDirect, marketwing, GOB, Liebetrau, TeleDialog, Trebbau und der Deutschen Bahn.

Das Sponsoringkonzept, das wir im letzten Jahr entwickelt haben, ist inzwischen angepasst an die neuen Voraussetzungen des nun bestehenden eingetragenen Vereins. In diesem Jahr werden wir die Akquisition weiterer Sponsoren intensivieren. Viele unserer treuen Sponsoren investierten im letzten Jahr in die Bildungsarbeit im Rahmen des Deutschen Fundraising Kongresses. Im neu ausgelegten Sponsoringkonzept haben wir ein erweitertes Themenspektrum im Angebot. So ist zum Beispiel die Entwicklung des Verbandes selbst, vor allem in der Lobbyarbeit, stärker im Fokus. Sie kann und wird nur mit der aktiven Hilfe der Verbandsmitglieder gelingen – Agenturen, Dienstleister und Organisationen eingeschlossen.

3.

Fachgruppen, Regionalgruppen und Ausschüsse

3.1. Fachgruppen

Zurzeit sind sechs Fachgruppen aktiv:

- Fachgruppe Politik und Gesellschaft (Leitung Dieter Schöffman und Susanne Thoma)
- Fachgruppe Gesundheitswesen (Leitung Birgit Stumpf)
- Fachgruppe Kirche (Leitung Elke Böhme-Barz und Paul Dalby)
- Fachgruppe Bildung (Leitung Angela Poth)
- Fachgruppe Kultur (Leitung Hanna Hilger)

Als neue Fachgruppe ist 2011 hinzugekommen ist die:

- Fachgruppe Frauen (Leitung Susanne Wohmann)

Die Fachgruppe Frauen – Vernetzung, Mentoring und Equal Pay

Gerade erst auf dem Weg, sorgt die neue Fachgruppe Frauen schon für wegweisende Ansätze im Verband. Im November 2011 gründete sie sich in Köln und widmet sich seitdem den Themen Vernetzung, Mentoring und Equal Pay. Damit will sie wesentlich zu einer besseren Situation für Fundraiserinnen auf allen Beschäftigungsebenen beitragen.

„Frauen haben großen Einfluss auf die Erhebung der Mittel und die Gestaltung des Fundraisings, also auf dessen Wirksamkeit und öffentliche Wahrnehmung. Dieser Einfluss muss sich endlich auch in entsprechender Bezahlung und Position widerspiegeln" erläutert Susanne Wohmann, Fachgruppenvorsitzende. „Schwerpunkte unserer Arbeit werden daher die stärkere Vernetzung der Fundraiserinnen untereinander und ein professionelles berufliches Mentoring-Programm sein." Erste Weichen für ein solches Programm hat die Fachgruppe im Jahr 2011 bereits gestellt – 2012 soll die konkrete Arbeit beginnen. Die Idee dahinter: Mentoring ist nicht-hierarchisch, innovativ und nachhaltig. Es umfasst eine berufsbezogene, zeitlich begrenzte und möglichst vertrauensvolle Beziehung zwischen zwei Personen (Mentorin, Mentee) außerhalb eines Vorgesetzten-Untergebenen-Verhältnisses. Ziel ist es, die Förderung von Frauen auch im Fundraisingbereich voranzutreiben.

Weitere Ziele der Fachgruppe Frauen sind der fachliche Austausch von Fundraiserinnen, der Diskurs über Frauenrolle und Gender im Fundraising sowie die Förderung von Frauen in Führungspositionen. Hierzu gehören auch Kooperation mit anderen Frauenverbänden, -netzwerken und -initiativen sowie eine verbesserte Sensibilisierung zu Diversity im Fundraising.

All diese Punkte stehen für eine Neuausrichtung des FrauenFundraisingForums, das am 7./8. September 2012 stattfinden wird.

Kontakt Fachgruppe Frauen: Susanne Wohmann, frauen@fundraisingverband.de
Kontakt Mentoring-Programm: Stephanie Schröder, info@companion-koeln.de

3.2. Regionalgruppen

Vielfältiger Austausch

Auch 2011 boten die Regionalgruppen in insgesamt 69 Treffen bundesweit wieder eine bunte Vielfalt an Möglichkeiten zum Miteinander an: von Stammtischen mit kollegialem Austausch über Exkursionen bis hin zu Vorträgen von Fundraising-ExpertInnen aus Organisationen und Agenturen zu aktuellen und fachspezifischen Themen war alles dabei.

Immer wiederkehrende beliebte Themen sind z.B. PR-Arbeit, EU-Fördermittel, Stiftungsakquise, Markenbildung, Instrumente wie Online-Fundraising, Event-Fundraising, Bußgeldmarketing und Telefon-Fundraising. Diese werden durch aktuelle Themen wie Datenschutz, SEPA, Corporate Volunteering, Cause Related Marketing (CRM), Monitoring, Evaluation und Controlling sowie Transparenz in Spenden sammelnden Organisationen regelmäßig ergänzt und erweitert.

Die RegionalgruppenleiterInnen laden hierzu durchschnittlich dreimal jährlich nicht nur die Mitglieder des Verbandes sondern auch interessierte Gäste ein. Die Teilnehmerzahlen schwanken je nach Regionalgruppe und Thema des Treffens zwischen 8 und 50. In vielen Regionalgruppen ist der Anteil von Nichtmitgliedern höher, denn nach wie vor sind die Regionalgruppen vor Ort die ersten Anlaufstellen für kleinere Institutionen oder dienen zur Neuorientierung und Fortbildung von Berufsanfängern. Der Verband sieht hier ganz klar eine weitere Herausforderung, diese TeilnehmerInnen als Mitglieder zu gewinnen und mit in die Verbandsarbeit einzubinden.

Seit 2011 werden die Regionalgruppen personell verstärkt, z.B. durch Erhard Stahl in der Regionalgruppe Wiesbaden/Mainz und seit 2012 auch Mathias Nippgen-van Dijk sowie Andreas Ramacher, der die Leitung der RG Östliches Ruhrgebiet übernahm.

Ebenso gab es 2011ein Jubiläum und eine Neugründung zu feiern: Die Regionalgruppe Wiesbaden/Mainz feierte ihr 5-jähriges Bestehen und im hohen Norden der Republik formiert sich gerade in Rostock die Regionalgruppe Mecklenburg-Vorpommern.

Für Herbst 2012 ist eine weitere Gründung geplant: In der Region Mannheim/Heidelberg möchten Olav Bouman, Volker Erbacher und Sebastian Carp eine neue Gruppe ins Leben rufen. Unterstützung benötigt dringend die RG Karlsruhe. Hier wird eine neue Leitung gesucht. Auch der Regionalgruppenleiter Ulrich Müller aus der RG Braunschweig/Magdeburg benötigt dringend Verstärkung. Interessenten können sich gern in der Geschäftsstelle melden.

Kontakt: Johannes Bausch, bausch@fundraisingverband.de

3.3. Fachausschüsse

Service und Arbeitshilfen

Im vergangenen Jahr gab es viel Arbeit für die verschiedenen Fachausschüsse des Verbandes. So beschäftigte und beschäftigt den **Fachausschuss IT** das Thema SEPA (Single Euro Payments Area) – der Einheitliche Euro-Zahlungsverkehrsraum.

Die weitere Vereinheitlichung des europäischen Zahlungsraums (SEPA) hat erhebliche Auswirkungen auf die Non-Profit-Branche und das Fundraising. Bis zum Februar 2014 müssen alle Spenden sammelnden Organisationen ihre Lastschriftverfahren und Überweisungen nach den SEPA-Vorgaben ausrichten. Diese Umstellung wirft in der Praxis zahlreiche Fragen auf. Die Mitglieder des IT-Ausschusses und vor allem die Leiterin des Ausschusses Doris Kunstdorff setzen hierbei alle Hebel in Bewegung, um alle fundraisingrelevanten Informationen zu SEPA zu sammeln und diese den FundraiserInnen zugänglich zu machen. Nicht zuletzt stehen die Mitglieder des Fachausschusses auch als Ansprechpartner für Fragen der FundraiserInnen zum Thema SEPA zur Verfügung.

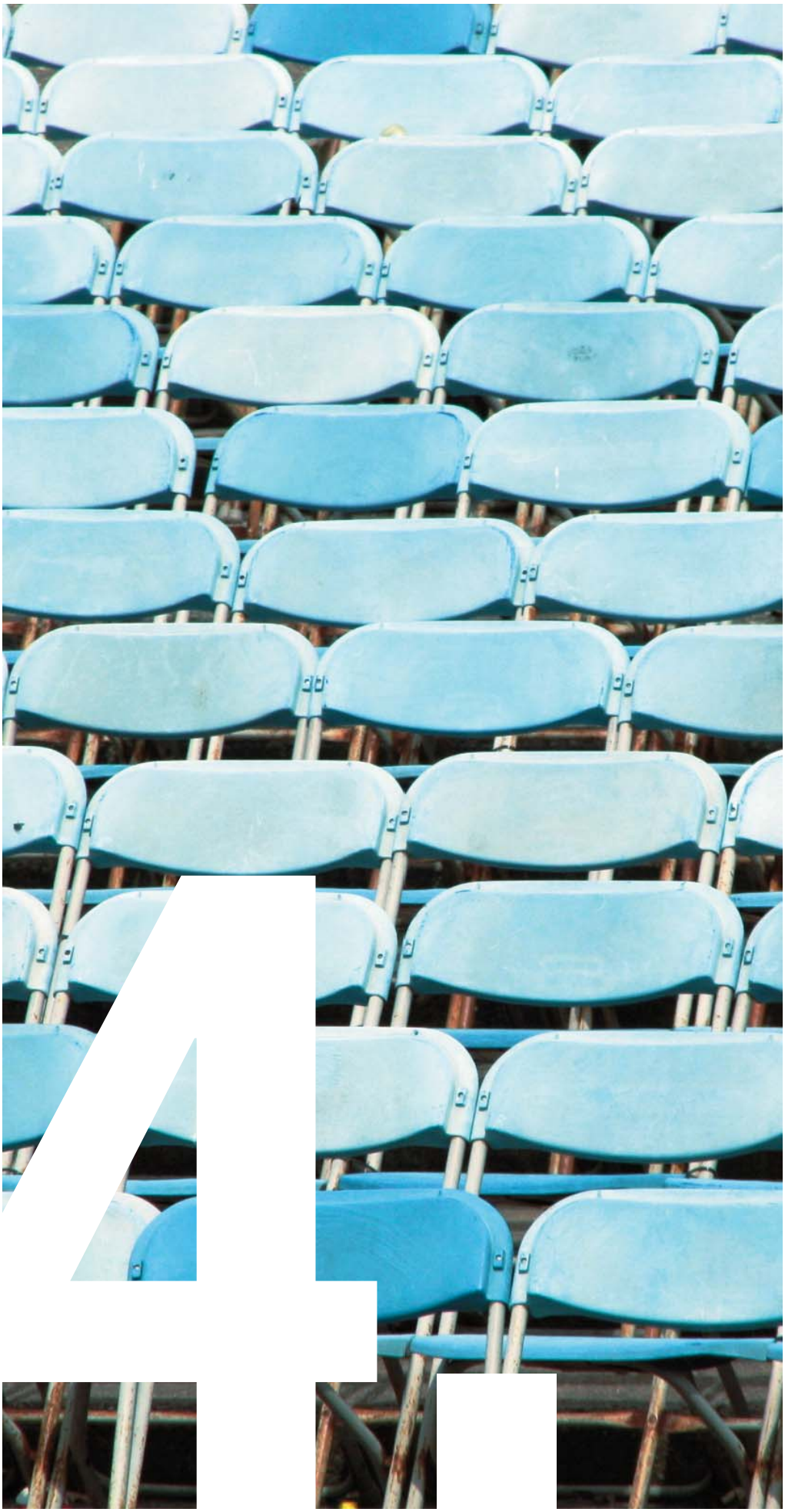
Im **Ausschuss für eine gute, ethische Fundraising-Praxis** standen zwei Themen im Mittelpunkt der Arbeit. Zum einen wurde die „Charta der Spenderrechte" weiterentwickelt – diese wird auf der Mitgliederversammlung 2012 in Berlin zur Abstimmung gestellt – zum anderen wurden und werden die „19 Grundregeln für eine gute, ethische Fundraising-Praxis" an die neue Mitgliederstruktur angepasst, so dass diese Grundregeln dann auch für Organisationen und Dienstleister Anwendung finden können.

Leider musste die Vorsitzende des Ausschusses Almuth Wenta aus persönlichen Gründen vom Vorsitz des Ausschusses zurücktreten – der Vorstand dankt Almuth Wenta herzlich für ihre geleistete Arbeit. Auf Vorschlag des Ausschusses hat der Vorstand des Deutschen Fundraisingverbandes Jörg Gattenlöhner zum neuen Vorsitzenden berufen.

Eine neue Service-Leistung des Verbandes für seine Mitglieder stellt der **Fachausschuss Recht** dar. Der Deutsche Fundraising Verband ermöglicht seinen Mitgliedern seit dem 1. Mai 2011 eine kostengünstige Rechtsberatung. Diese leisten die Mitglieder des Rechtsausschusses, soweit diese als Rechtsanwältin oder Rechtsanwalt zugelassen sind und an dem Verfahren teilnehmen.

Mitglieder können eine Rechtsfrage schriftlich oder auf elektronischem Wege an die DFRV-Geschäftsstelle richten. Diese leitet die Frage an den auf das betreffenden Rechtsgebiet spezialisierten Rechtsanwalt weiter und berücksichtigt ggf. diesbezügliche Vorgaben des Fragestellers.

Fragen werden in der Regel schriftlich binnen zehn Tagen beantwortet. Der Verband erhebt für den Rechtsanwalt für jede erteilte Rechtsberatung vom Fragesteller eine Gebühr in Höhe von 150,00 € zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer.



Veranstaltungen

VIELFÄLTIGE ANGEBOTE – REGIONAL UND NATIONAL

Auch im Jahr 2011 gab es wieder eine große Vielfalt an Veranstaltungsangeboten des DFRV für seine Mitglieder. Neben zahlreichen Veranstaltungen unserer Regionalgruppen, gab es auch einige herausragende bundesweite Treffen.

So war im März die Frankfurter Universitätsklinik Gastgeber des Thementages Gesundheitswesen, der von der Fachgruppenleiterin Birgit Stumpf hervorragend organisiert wurde. Rund 80 Teilnehmer aus staatlichen, kirchlichen und privaten Einrichtungen des Gesundheitssystems informierten sich über Möglichkeiten, finanzielle Mittel zu beschaffen. Die breite Teilnehmerstruktur der Veranstaltung bestätigte, dass Fundraising im deutschen Gesundheitssystem Zukunftsthema ist. Die größte Gruppe bildeten Kliniken, darunter zahlreiche Unikliniken, an denen bereits für das Klinikum im Ganzen oder für einzelne Fachabteilungen Fundraising betrieben wird oder sich in Planung befindet. Fundraiser von großen Rettungsorganisationen (DRF Luftrettung, Johanniter-Unfall-Hilfe e.V.), Patienten- und Selbsthilfeorganisationen, Stiftungen sowie Vertreter von Hospizen und Diakonischen Einrichtungen, die im Gesundheitswesen aktiv sind, nutzten ebenfalls das Fortbildungsangebot der Fachgruppe. Die Vorträge des Thementages standen unter dem Motto „von der Praxis für die Praxis". Damit ein Austausch möglich ist, wurde viel Zeit für Fragen und für Diskussionen nach den Vorträgen eingeplant. Die Teilnehmer haben dies aktiv genutzt und konnten viele, auch spezifische, Fragen zu ihrer Organisation mit den Referenten besprechen.

An ungewöhnlichem Ort begann im Jahr 2011 die Kollekta, die größte bundesdeutsche Fachtagung für Fundraising in Kirche, Diakonie, Caritas und Mission. Getragen wird sie von der Fachgruppe Kirche im Deutschen Fundraising Verband, geleitet von Elke Böhme-Barz aus Köln und Paul Dalby aus Hannover. Martin Kind hatte als Präsident von Hannover 96 und als sozial engagierter Unternehmer eingeladen in sein Stadion im Herzen Hannovers. Nach einem Empfang am Spielfeldrand konnten mehr als siebzig Fundraiserinnen und Fundraiser hinter die Kulissen des Stadions schauen – treppauf, treppab, Einblicke nehmen unter die Tribünen und die verschiedenen Stufen des VIP-Bereiches.

Soft skills und vertiefte Theorie-Kenntnisse werden für Fundraiserinnen und Fundraiser in der Kirche immer wichtiger - das war auf der Kollekta deutlich zu merken. Nach den Basics wie Stiftungsmittelakquise, die immer wieder zu vermitteln sind, und den Trends wie Social Media, CSR, also Corporate Social Responsibility, oder Onlinespenden legte das Programm einen deutlichen Schwerpunkt Hintergrundwissen und Soft Skills.

Auch war der Verband auf vielen regionalen Fundraisingtagen und anderen Tagungen wie dem „Tag der Mehrgenerationenhäuser" oder dem Jahreskongress der Hessischen Landesregierung vertreten. Der Deutsche Fundraising Verband folgte der Einladung der Hessischen Staatskanzlei nach Hanau. Auf dem „Markt der Möglichkeiten", der im Rahmen des Jahreskongresses „Hessen im Dialog: … nicht ohne mich! Engagement braucht alle" veranstaltet wurde, informierte der Verband rund um das Thema Fundraising. Das Team der DFRV-Geschäftsstelle wurde am Kongress-Stand von Erhard Stahl unterstützt, der zusammen mit Peter Pham ehrenamtlich die Regionalgruppe Wiesbaden/Mainz leitet.

Schwerpunkt: Kongress

Inspiration und neue Energie

Das ganze Jahr über dürfen und müssen wir in unserem Beruf andere Menschen begeistern – jedes Jahr im April ist es für drei Tage einmal andersherum. Wir reisen an zum Deutschen Fundraising Kongress und tanken selbst Begeisterung. Wir besinnen uns darauf, welchen Stellenwert unsere Arbeit hat und warum wir ihr eigentlich so viel Zeit, Leidenschaft und Energie widmen. Wir kommen mit Gleichgesinnten ins Gespräch, tauschen uns über Erfolge, Probleme und Branchentrends aus. Wir lernen und hören zu, wir lassen uns inspirieren und nehmen wertvolle Ideen, Anregungen und eine Menge neuer Energie mit zurück in unseren beruflichen Alltag.

2011 sind die meisten TeilnehmerInnen mit besonderer Spannung zum Fundraising Kongress gefahren: Mit SWOP trat eine neue Agentur für die Kongressorganisation an. Viele gute Ideen haben den „neuen" Kongress bereichert – so zum Beispiel die Table Sessions, die auf eine bemerkenswerte Resonanz stießen. Lehrreiche Erfahrungen und Rückmeldungen wird SWOP in die Organisation des Kongresses 2012 einfließen lassen. Ein echtes Highlight und vielleicht einer der emotionalsten Momente in der Geschichte des Fundraising Kongresses war die Verleihung des Deutschen Fundraisingpreises an das Ehepaar Fischer. An dieser Stelle danken wir ausdrücklich der Agentur marketwing, die die jährliche Verleihung des Fundraisingpreises möglich macht.

Wir freuen uns auf den diesjährigen Kongress in Berlin!

Kommunikation und Lobbyarbeit

FÜR EINE KULTUR DES GEBENS

Der Deutsche Fundraising Verband will die Kultur des Gebens noch stärker in Deutschland etablieren – für dieses Ziel kommuniziert er über unterschiedlichste Kanäle.

Pressearbeit

Seit Jahresbeginn 2011 hat der Deutsche Fundraising Verband insgesamt 20 Pressemitteilungen und Presseinformationen versandt. Unter den verschiedenen Mitteilungen findet sich eine extreme Themenbreite, die so genannte „1-Cent-Überweisungen" genauso umfasst wie den Deutschen Fundraising Preis. Im laufenden Presse-Monitoring hat der Verband rund 160 Artikel mit einer Nennung des Verbandes registriert.

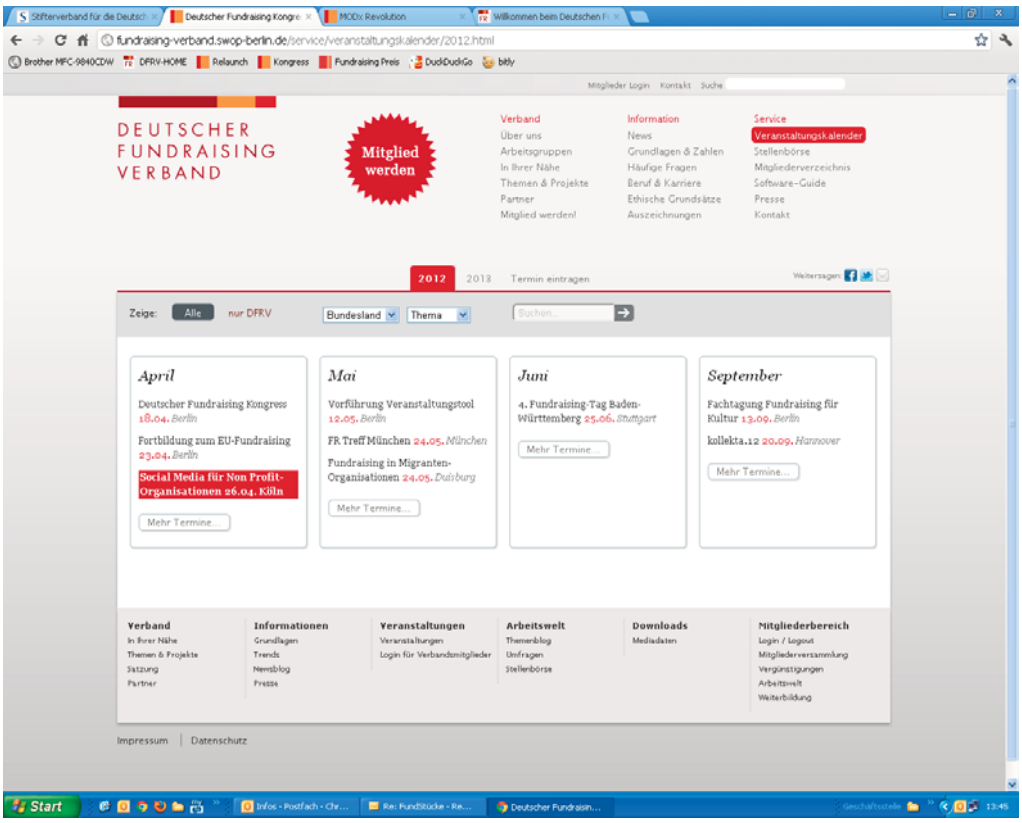
Mitgliedermedien

Die Online-Kommunikation hat auch im Verband inzwischen einen wichtigen Stellenwert. Aktuelle Informationen verschickt die Geschäftsstelle weiterhin monatlich mit „FundStücke online". Daneben etablierte sich im letzten Jahr der Newsletter „FundStücke intern", der viel Wissenswertes für die ehrenamtlichen UnterstützerInnen bereithält. Nach den ersten Ausgaben steht in naher Zukunft eine redaktionelle Überarbeitung an, um noch zielgenauer berichten zu können.

Mitglieder und Abonnenten erhalten „FUNDStücke – das Magazin" viermal jährlich in Print-Form. In einer Umfrage, die der Ausgabe 3-2011 beilag, bewerteten 63 Prozent der TeilnehmerInnen das Heft positiv.

Neue Website

In der Umsetzung befindet sich die vollständige Neukonzeption der Website www.fundraisingverband.de. Diese längst überfällige Aufgabe mussten wir nicht zuletzt aus Kostengründen immer wieder aufschieben. Die neue Website wird nach wie vor sehr viele Informationen rund um das Fundraising zur Verfügung stellen. Wesentlich stärker im Vordergrund werden Social Media Angebote sowie Service-Angebote für die Mitglieder stehen. Ziel des Relaunchs ist es, eine breit aufgestellte Plattform für das Fundraising in Deutschland anzubieten, von der vor allem die Mitglieder des Deutschen Fundraising Verbandes profitieren. Die neue Website wird voraussichtlich ab Juni 2012 online sein.



Lobbyarbeit

Die Lobbyarbeit des Verbandes hatte im Berichtszeitraum den Schwerpunkt SEPA. Das europaweit eingeführte bargeldlose Zahlungssystem SEPA (=Single Europe Payment Area) bringt für jeden Bürger zahlreiche Konsequenzen mit sich. Das betrifft natürlich auch die gemeinnützigen Organisationen in Deutschland. Die wesentlichsten Konsequenzen sind

- Änderung der Kontonummern und der Bankleitzahlen
- Neue und andere Verfahren beim Lastschrifteinzug
- Entsprechende Umstellung der Datenbanken

Der IT-Ausschuss des Deutschen Fundraising Verbandes unter der Leitung von Doris Kunstdorff hat sich der Thematik intensiv angenommen. Hierzu gehört u.a. das Sammeln der aktuellen Informationen, um über Änderungen kontinuierlich auf dem Laufenden zu sein. Darüber hinaus plant der Verband verschiedene Veranstaltungsangebote zum Thema SEPA, z.B. auf dem Deutschen Fundraising Kongress. Außerdem wurden und werden zusätzlich politische Kontakte geknüpft. So erfolgt beispielsweise am 26. April 2012 eine Anhörung von Vertretern des Vorstandes des Deutschen Fundraisingverbandes im Bundestag.

Ausblick 2012

Ein wichtiger Schwerpunkt 2012 wird der Ausbau der Lobbyarbeit unseres Verbandes sein. Dazu gehört auch die geplante Kampagne „I'm overhead", die dazu beitragen soll, Standing und Selbstbewusstsein der FundraiserInnen in Deutschland zu verbessern.

Internationales

WACHSENDE NETZWERKE

Mitglieder profitieren von wachsenden Netzwerken

Der Deutsche Fundraising Verband knüpft weltweit Beziehungen zu relevanten Verbänden und Organisationen, um einen möglichst breiten Erfahrungsaustausch zu ermöglichen. Eine der wichtigsten Verbindungen ist hierbei die Zusammenarbeit mit der European Fundraising Association. Seit Juli 2009 ist der Verband mit einem Sitz im EFA-Vorstand und im EFA General Assembly mit zwei Delegierten vertreten.

Von dem kontinuierlich wachsenden EFA-Netzwerk profitieren so auch die Mitglieder des Deutschen Fundraising Verbandes. 18 Nationalverbände sind Mitglied in der European Fundraising Association – sie vertritt derzeit also 1.127 Organisationen bzw. 8.369 FundraiserInnen auf europäischer Ebene. Der Deutsche Fundraising Verband ist innerhalb der EFA der zweitgrößte Landesverband. Die EFA ist darüber hinaus Partner von acht Nationalverbänden mit Beobachterstatus sowie dem amerikanischen Fundraising Verband AFP, **zu dem es zusätzlich auch eine direkte Partnerschaft des DFRV gibt,** und der Resource Alliance aus Großbritannien. Lobbypartner der EFA in Sachen Mehrwertsteuer auf europäischer Ebene ist die European Charities' Commission on VAT ECCVAT.

Die Vorteile der EFA-Mitgliedschaft für DFRV-Mitglieder: Rabatte für alle EFA-Nationalverbände und deren Veranstaltungen, eine Kooperation mit dem International Fundraising Congress, Zugang zum EFA-Newsletter und zur EFA-Homepage. Langfristig bietet die EFA als Verbund dem DFRV diverse Chancen, die Interessen seiner Mitglieder in Brüssel zu vertreten.

Ein wichtiges Anliegen der EFA ist die europaweite Zertifizierung von FundraiserInnen. Zehn Nationalverbände haben sich das Recht erarbeitet, die EFA-Zertifizierung an anerkannte Bildungspartner zu verleihen. Ende des Jahres 2011 zählte die EFA 2.219 FundraiserInnen in Europa, die eine von EFA zertifizierte Ausbildung absolviert haben. In Deutschland profitieren die Ausbildungsprogramme des DFRV-Bildungspartners Fundraising Akademie vom EFA-Status.

Im vergangenen Jahr konnte auch ein Kooperationsvertrag mit Resource Alliance unterzeichnet werden, der es unseren Mitgliedern erlaubt, beispielsweise vergünstigt zum IFC Kongress nach Noordwijlerhout zu fahren. Eine Kooperation mit dem amerikanischen AHP (Association of Healthcare Philanthropie) ist derzeit in Verhandlung.

Seit 2009 ist der DFRV Partner der SONI-Studie, die jährlich als Basis für ein internationales Benchmarking-Tool für europäische Non-Profit-Organisationen dient. Der Deutsche Fundraising Verband hat die Möglichkeit, die Studienergebnisse zu veröffentlichen und sie an seine Mitglieder zu verteilen. Die SONI-Studie ist eine der wenigen Möglichkeiten für deutsche Non-Profit-Organisationen, sich mit anderen europäischen NPO zu vergleichen.

Weitere Aktivitäten, wie Treffen mit ausländischen Besucherdelegationen, Workshops für internationale Gäste, Interviews und Hintergrundgespräche für Diplomarbeiten und Dissertationen, runden die internationalen Aktivitäten des DFRV ab. Ein letztes Highlight aus dem Jahr 2011 war eine USA-Studienreise für DFRV-Mitglieder, die diverse Stationen und Protagonisten vorbildhafter Fundraising-Techniken und -Methoden besucht haben.

19.5.
Schluss
5,70
5,63

Finanzen

ERGEBNISSE NAHEZU AUSGEGLICHEN

Das Jahr 2010 hat der Verband mit einem positiven Jahresergebnis in Höhe von 26.000 Euro abgeschlossen. Überschüssen im ideellen Bereich in Höhe von rund 44.000 Euro stehen Verluste im Bereich des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs in Höhe von etwa 18.000 Euro gegenüber.

Das Jahr 2011 hat viel Neues gebracht: Zum 1. Januar 2011 ist die neue Satzung des Deutschen Fundraising Verbandes in Kraft getreten. Mit dem Wechsel vom Berufs- zum Fachverband gelten für uns erstmalig die Regelungen des Gemeinnützigkeitsrechts. Die Berechtigung zur steuerwirksamen Entgegennahme von Spenden hat sich bisher noch nicht ausgewirkt. Ebenfalls neu ist aber die neue Mitgliedsordnung: Nicht mehr nur hauptberufliche FundraiserInnen können Verbandsmitglieder werden, sondern auch Unternehmen und Organisationen. Positive Auswirkungen auf die Ertragslage kann diese Neuerung allerdings erst dann haben, wenn die Mitgliederversammlung die neue Beitragsordnung beschließt.

2011 haben die Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen daher bei rund 190.000 Euro stagniert. Wichtig zu wissen: Soweit die Beiträge den Bezug der FUNDStücke betreffen, sind sie dem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb zugeordnet (34.000 Euro zzgl. 2.500 Euro Umsatzsteuer).

Erwähnenswert sind die gestiegenen Personalkosten (+28.500 Euro), die sich aus Gehaltsanpassungen und der im Vergleich zum Vorjahr längerfristigen Beschäftigung eines hauptamtlichen Geschäftsführers ergeben. Dies trägt maßgeblich zum Verlust im ideellen Bereich von rund 12.000 Euro bei.

Rückgängig waren im Vorjahresvergleich die Einnahmen aus dem Fundraising Kongress (-12.000 Euro). Dagegen haben sich die Einnahmen aus Anzeigen und Eintragungsgebühren leicht verbessert (+10.000 Euro). Die Einnahmerückgänge aus Veranstaltungen werden kompensiert aus der Reduktion diesbezüglicher Ausgaben in annähernd gleicher Höhe.

Insgesamt schließt der wirtschaftliche Geschäftsbetrieb 2011 mit einem positiven Ergebnis von 9.000 Euro – im Vergleich zum Jahr 2010 bedeutet das ein Plus von 27.000 Euro.

Der Verband beendet das Geschäftsjahr 2011 mit einem nahezu ausgeglichenem Ergebnis von -2.000 Euro. Für das laufende Geschäftsjahr 2012 ist bei steigenden Einnahmen und satzungsmäßigen Ausgaben erneut ein ausgeglichenes Ergebnis geplant.

Die Finanzen der Jahre 2010 und 2011 im Überblick

	Ergebnis 2011 in Euro	Ergebnis 2010 in Euro
1) IDEELLER BEREICH		
a) nicht steuerbare Einnahmen*	151.032,28	191.183,93
Summe nicht steuerbare Einnahmen	**151.032,28**	**191.183,93**
b) steuerunwirksame Ausgaben		
Summe der Abschreibungen	-1.883,70	-3.027,01
Bürokosten	-27.289,90	-28.555,40
Personalkosten	-149.760,83	-121.365,93
Reisekosten, sonstige Kosten	-13.496,61	-10.292,76
Ausgaben Veranstaltung	0,00	0,00
Öffentlichkeitsarbeit	-2.181,19	-1.878,03
Fundraising-Preis	-5.000,00	-5.000,00
Regionalgruppen und Koordinatorentreffen	-5.890,40	-6.911,47
Fachgruppen/Fachausschüsse	-1.593,65	-1.494,45
Homepage	-1.116,45	-397,32
Internationale Beziehungen	-520,00	0,00
Mitgliederwerbung	-2.733,18	-825,12
Beiträge an Verbände	-6.148,59	-7.225,00
Zertifizierung	-2.500,00	0,00
Mitgliederaufwand/-pflege	-3.330,15	-5.325,42
Buchführung und Jahresabschluss	-6.492,60	-8.376,20
Aufwand Struktur-/Leitbildkommission	0,00	-3.300,00
Vorstand	-26.461,33	-22.588,19
Rechtsberatung	-9.717,97	-11.205,64
nicht abziehbare Steuern	-3.983,33	-4.271,49
Summe steuerunwirksame Ausgaben	**-270.099,88**	**-242.039,43**
Aufteilung in wirtsch. Geschäftsbetrieb	107.286,47	95.107,18
Ergebnis ideeller Bereich	**-11.781,13**	**44.251,68**

	Ergebnis 2011 in Euro	Ergebnis 2010 in Euro
2) VERMÖGENSVERWALTUNG	217,13	-381,65
Ergebnis Vermögensverwaltung	**217,13**	**-381,65**
3) WIRTSCHAFTLICHER GESCHÄFTSBETRIEB		
a) Betriebseinnahmen		
Anzeigen, Newsletter	33.422,03	25.565,08
Eintragungsgebühr, Agenturliste	18.114,32	15.960,99
Abo Fundstücke*	34.221,50	0,00
Sponsoring (Verband)	38.350,00	40.400,00
Fachtage (Gesamtsumme)	3.727,10	32.996,96
Einnahmen Kongressgebühren	48.000,00	59.507,21
sonst. Einnahmen wirtsch. Geschäftsbetrieb	1.496,98	144,79
Summe Betriebseinnahmen	**177.331,93**	**174.575,03**
b) Betriebsausgaben		
online Newsletter/Fundstücke	-55.447,75	-65.206,98
Fachtage	-2.365,10	-31.001,51
sonst. Aufwand wirtsch. Geschäftsbetrieb	-2.461,20	-650,00
Sponsoring	-386,56	-226,90
Steuern	0,00	0,00
Summe Betriebsausgaben	**-60.660,61**	**-97.085,39**
anteilige Kosten aus ideellem Bereich	-107.286,47	-95.107,18
Ergebnis wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb	9.384,85	-17.617,54
Gesamtergebnis	**-2.179,15**	**26.252,49**

* Mitgliedsbeiträge werden ab 2011 anteilig unter "Abo Fundstücke" gezeigt.

Bilanz zum 31.12.2011

AKTIVA			31.12.2011	31.12.2010
	€	€	€	€
Anlagevermögen				
1. Internetseite		22.242,86		0,00
2. Büroeinrichtung und sonstiges Inventar		2.042,00		2.173,00
3. Beteiligungen		17.000,00		17.000,00
		41.284,86	**41.284,86**	19.173,00
Umlaufvermögen				
1. Kasse		83,48		113,33
2. Guthaben bei Kreditinstituten		17.302,23		24.877,32
3. Mitgliedsbeiträge (ausstehend)		3.424,00		2.979,83
4. Darlehen Fundraisingakademie		0,00		1.431,52
5. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		512,75		5.879,79
6. sonstige Forderungen		6.385,92		3.471,72
7. aktive Rechnungsabgrenzung		1.350,00		1.100,00
8. Aufträge in Arbeit		5.763,00		0,00
9. Forderungen aus Steuern		0,00		112,00
		34.821,38	**34.821,38**	39.965,51
			76.106,24	**59.138,51**

Schlussbemerkung

MEILENSTEINE UND MÖGLICHKEITEN

Wir haben viel erreicht, aber wir sind noch lange nicht zufrieden. Mit unseren Konzepten zur Zertifizierung, zur Kampagne „I'm overhead" und zum Mitgliedermarketing haben wir die Chance, im nächsten Jahr echte Meilensteine für den Verband zu erreichen. Wenn es uns gelingen, die Ideen erfolgreich in die Tat umzusetzen, wird der Verband mit seinen Mitgliedern sicher davon profitieren und in der Öffentlichkeit deutlich stärker wahrgenommen werden.

Der nächste wichtige Schritt ist nun die Verabschiedung eines neuen Beitragsmodells für unsere neuen Mitglieder – Organisationen und Unternehmen – damit der Verband sich breiter aufstellen und mit lauterer Stimme sprechen kann. Außerdem steht im nächsten Jahr ein Jubiläum an: Gefeiert wird am 18. oder 25. Januar. Bitte beide Termine vormerken.

In diesem Sinne grüßt Sie herzlich
Ihr Vorstand

PASSIVA			31.12.2011	31.12.2010
	€	€	€	€
Eigenkapital				
1. Ergebnisvortrag		45.186,44		18.933,95
2. Vereinsergebnis 2011				
- ideeller Bereich	-11.781,13			44.251,68
- Vermögensverwaltung	217,13			-381,65
- Ergebnis wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb	9.384,85	-2.179,15	**43.007,29**	-17.617,54
				45.186,44
Rückstellungen				
Berufsgenossenschaft + Sonstige			**2.320,00**	300,00
Verbindlichkeiten				
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		26.796,82		10.242,40
2. sonstige Verbindlichkeiten		1.305,30		0,00
3. Umsatzsteuer		833,92		2.848,94
4. Verbindlichkeiten aus				
- Sozialversicherung	113,30			0,00
- Lohn- und Kirchensteuer	1.729,61	1.842,91	**30.778,95**	560,73
				13.652,07
			76.106,24	**59.138,51**

Johannes Bausch, Veronika Steinrücke, Dr. Thomas Röhr, Katja S. Deckert, Ricarda Rath, Mathias Lindemann, Matthias Buntrock, Becky Ann Gilbert, Jörg Fester

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

IMPRESSUM
Herausgeber: Deutscher Fundraising Verband e.V.
Chausseestraße 5 · 10115 Berlin
Tel.: 030/ 30 88 318 – 00 · Fax: 030/ 30 88 318 – 05
E-Mail: info@fundraisingverband.de

Redaktion: Veronika Steinrücke, Friederike Hofmann

Gestaltung: Sabine Schrage, steinrücke+ich

Druck: Laserline, Berlin · Fotos: photocase / DFRV