DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

Wir stärken **die Kultur des Gebens**

JAHRESBERICHT 2014

INHALT

1.0. Editorial | Aus Geschäftsstelle und Gremien 3-8
1.1. Bericht der Geschäftsführung
1.2. Beirat des DFRV – Eigene Geschäftsordnung und Personalwechsel
1.3. Schiedskommission – Sanktionen: Ja oder Nein?
1.4. Die Geschäftsstelle – Gut erreichbar!
2.0. Die neue Struktur der Pressearbeit: Passiv, Reaktiv, Aktiv 9-13
2.1. Verbandskommunikation: Von Eisduschen und Fundraising-ABCs
2.2. Interne Verbandskommunikation und Marke
3.0. Mitgliederentwicklung 14-15
4.0. Die Gruppen des Deutschen Fundraising Verbandes – Vielfältig und aktiv 16-33
4.1. Die Fachgruppen
4.2. Die Fachausschüsse
4.3. Die Regionalgruppen
4.4. Die Arbeitskreise des DFRV – Was ist nach dem Sonderworkshop „Zukunft des DFRV“ passiert?
5.0. Sponsoring und Partnerschaften 34-35
6.0. Aktuelles aus dem Bereich Lobbyarbeit 36-37
7.0. Der Verband auf Internationalem Parkett 38-39
8.0. Der Fundraising Kongress – Eine fröhliche Veranstaltung mit neuer Unterstützung 40-42
9.0. Finanzen 2014 43-46
10.0. Schlussbemerkung 47

1. Editorial | Aus Geschäftsstelle und Gremien

Liebe Mitglieder,

mit Interesse und Spannung (so hoffe ich doch) erwartet, liegt er nun vor Ihnen: Der Jahresbericht 2014 unseres Deutschen Fundraising Verbandes!

Wie war die Ausgangslage, als im April 2014 der neue Vorstand gewählt wurde? Die von der „Zukunftswerkstatt“ initiierte Mitgliederumfrage 2013 zeigte Unzufriedenheit mit der internen Kommunikation, mit etlichen Leistungen des Verbandes, auch Sorgen um die dauerhafte Finanzierung und die Zukunft des Fundraisingkongresses.

Nun, ein Jahr später, dürfen wir feststellen: Die Finanzen sind stabil, den Verband und den Kongress gibt es noch, die Forderungen nach Rücktritt halten sich in engen Grenzen. Oder man hat sie von mir ferngehalten...

Wir haben gemeinsam mit dem alten Vorstand in einer Klausursitzung alle diese Baustellen besichtigt. Mir hat es sehr gefallen, dass die Mitglieder des alten Vorstandes uns ihre Hilfe, wo nur erwünscht, angeboten haben. Johannes Bausch hat sich sogar bereitgefunden, uns im Vorstand noch ein Jahr aktiv zu begleiten. Er ist aber nicht der Einzige, auf den wir weiter zählen dürfen. Danke, Johannes, danke allen, die uns unterstützen!

Nun, und dann haben wir uns in die Arbeit gestürzt. Eine der ersten Maßnahmen war, uns acht Vorstandsmitgliedern nach Interessenschwerpunkten und Notwendigkeit Themen bzw. fachliche „Ressorts“ zuzuordnen – was effektiv das „Überleben“ im Dickicht zahlloser Detailinformationen zu allen möglichen Themenfeldern sichert. Auf der folgenden Seite finden Sie diese Zuordnung. Wir beschäftigen uns seitdem mit Vision und Mission des Verbandes genauso wie mit mehr oder weniger „großen“ Themen. Die Taktfrequenz unserer Treffen und Telefonkonferenzen ist, denke ich, so angemessen wie anstrengend.

Ich selbst habe mir unter anderem den Bereich „Lobbyarbeit“ ausgewählt. Unser Verband wird öffentlich nicht ausreichend wahrgenommen, immer noch nicht. Das zu ändern sind wir angetreten. Allerdings ist klar: Es braucht einen langen Atem, und allein sind wir zu schwach! Im Dritten Sektor gibt es andere wichtige Zusammenschlüsse, mit teilweise größerem Einfluss als dem unseren. Deshalb suchen wir den Schulterschluss, um gemeinsam mit anderen unsere Ziele besser zu erreichen. Im vergangenen Jahr gab es gute Gespräche unter anderem mit dem Bundesverband Deutscher Stiftungen, dem Spendenrat, dem Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE) und anderen. Wir sind vertreten im Bündnis für Gemeinnützigkeit, der großen Plattform für (Dach-) Verbände im Dritten Sektor. Das aktuelle Thema „Transparenz im Dritten Sektor“ ist auch eines unserer Kernthemen.

Eine weitere „Großbaustelle“ ist die Mitgliederwerbung. Wir sind nur stark mit vielen Mitgliedern, und umso stärker, je mehr gemeinnützige Organisationen wir vertreten. Die Kolleginnen und Kollegen allerdings, die ich persönlich anspreche, haben fast alle die gleiche Frage: „Was bringt es mir/uns denn?“ Also heißt es, fassbare Vorteile zu erarbeiten, die besonders eine Organisationsmitgliedschaft attraktiver machen.

Über unseren Verband können Organisationen zu guten Konditionen attraktive Leistungen erhalten – so wie das jetzt startende DM-Panel, ein in der Schweiz bereits hoch bewährtes ▸

10. Januar

Nachdem die Fristen für die SEPA-Umstellung verlängert wurden, startet der IT-Ausschuss des DFRV eine Kurzumfrage: rund 70 Prozent der TeilnehmerInnen fühlen sich bereits jetzt für SEPA gut gerüstet

Instrument zur Marktbeobachtung und vergleichenden Bewertung der eigenen Ergebnisse im Bereich Direct Mail. Die Spendenbilanz, die Gehaltsstudien, die in Vorbereitung befindliche Kooperation mit TNS Infratest beim jährlichen Spendenmonitor gehören genauso wie die vergünstigten Kongressgebühren (auch im Ausland bei unseren Partnern!) in diese Kategorie. Weitere Ideen aus der Mitgliedschaft sind herzlich willkommen! Wir wollen in den nächsten zwei Jahren noch mehr solcher „Mehrwerte“ schaffen.

Wir wollen zudem unseren Beitrag zur Kultur des Gebens stärker herausheben, es programmatisch verdeutlichen. Wir sind nicht nur für eine starke Kultur des Gebens – **wir stärken die Kultur des Gebens!** (Dank an Susanne Wohmann, die sich um Claim und Grafik verdient gemacht hat!) Fassbar wird dies nun auch über das neue Ethiksignet für Organisationen und Dienstleister (Dank an den Ethikausschuss!). Mit den Vorteilen des Ethik-Signets hoffen wir, Organisationsvertreter/innen, die sich noch nicht zur Mitgliedschaft entschlossen haben, das entscheidende Argument dafür liefern zu können.

Mit der Mitgliedschaft sind Beitragskosten verbunden. Ich setze mich dafür ein, die Beitragsordnung ein wenig aufzulockern, um besonders Neueinsteiger und junge Fundraiser/innen zu gewinnen und Kolleg/innen, deren Organisationen Mitglied werden, zu binden.
Dies alles ist gleichwohl nichts, wenn unser Verband nicht medial präsenter wird. Vor allem der guten Arbeit unseres Geschäftsführers ist es zu verdanken, dass das Netzwerk an Journalistenkontakten immer dichter und belastbarer wird, dass wir allmählich „gefragter“ werden – ein gutes Gefühl.

Dieses Vorwort ist nicht der Bericht selbst. Deshalb bitte ich um Nachsicht, dass ich aus dem großen Gesamten unserer Arbeit nur diese wenigen Aspekte herausgegriffen habe.
Allen, die uns helfen, sage ich meinen – unseren – herzlichen Dank, auch unseren vier engagierten Mitarbeiterinnen in der Geschäftsstelle, die für viele von Ihnen ja das Gesicht und die Stimme des Verbandes sind!

Ihr Martin Dodenhoeft, Vorsitzender

Vorstandsmitglieder	Aufgabenbereiche
Martin Dodenhoeft *Vorsitzender*	DFRV allg. Beirat Fachausschuss Ethik Lobby Partner/ Kooperationen
Miriam Wagner Long *stv. Vorsitzende*	Kongress Programm Fundraisingpreis Fachgruppen Digitales Social Media Internationales Kooperation (EFA)
Reinhard Greulich *Schatzmeister*	Finanzen Geschäftsstelle/ Geschäftsführung
Johannes Bausch *Beisitzer*	Regionalgruppen Akademie
Cornelia Blömer *Beisitzerin*	Fachgruppen allg. Gesundheit Politik Fachausschüsse allg. IT Recht Sponsoring
Tom Neukirchen *Beisitzer*	Verwaltung Vorstandsinterne Arbeit Schiedskommission Arbeitskreise allg. Berufsbild Zukunft Fachgruppen Bildung Wissenschaft Internationales EFA
Christian Schlichter *Beisitzer*	Fachgruppe Kirche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Susanne Wohmann *Beisitzerin*	Fachgruppen Frauen Kultur Mitglieder Mitgliederwerbung Mitgliederbindung Verbandsmedien/ Material

13. Februar

Die Regionalgruppe München vertritt den Verband mit einem Infostand auf dem Fundraisingtag München

14. Februar

Die Jury des Deutschen Fundraising Preises legt die diesjährigen Nominierungen fest

1.1. Bericht der Geschäftsführung

Die Arbeit des Geschäftsführers im Jahr 2014 lässt sich grob in drei Teilbereiche unterteilen:

- Tagesgeschäft,
- Strategische Projekte,
- Verbandskommunikation.

Das simple Wort Tagesgeschäft klingt harmlos, umfasst aber die gesamte personelle, finanzielle, technische und inhaltliche Führung der Geschäftsstelle, inklusive der Planung und Durchführung des Fundraising-Kongresses 2014 gemeinsam mit den Agenturen kaiserwetter und WOK.

Gerade in der Geschäftsstelle mussten einige Dinge dringend angegangen werden. Die Serverlandschaft war überaltert, die Telefonanlage marode und die Datenbank nicht mehr auf dem neuesten Stand. Da nach dem Studienabschluss von Susann Banjara damit zur rechnen war, dass sie bald in eine Festanstellung wechselt, haben wir frühzeitig mit Judith Bierau einen wertvollen Ersatz gesucht und gefunden. Der personell verstärkte Vorstand hat zahlreiche positive Aktivitäten angestoßen, die zu einer höheren Mitgliederkommunikation führten. Die Fachgruppenarbeit wurde neu strukturiert und langfristige Veranstaltungsplanungen zu Fachtagen angegangen. Nicht zuletzt der erfolgreiche Fundraising-Kongress 2014 belegte in den Monaten Februar bis Mai, inklusive aller Vor- und Nacharbeiten, einen Großteil der Arbeitszeit. Aber es hat sich gelohnt. Zahlreiche Sponsoren konnten wir zurückgewinnen oder halten, auch neue haben wir gefunden. Das Konzept des Programmbeirats und die Kongressstruktur wurden sanft geändert, was sich im Ausblick auch in den wieder sehr guten Anmeldezahlen für 2015 widerspiegelt.

Um den Verband weiterhin handlungsfähig zu halten, mussten wir die Finanzen konsolidieren. Hier sind wir durch Kostenoptimierungen auf einem guten Weg. Wichtig ist jedoch, dass wir weitere Mitglieder gewinnen. Und das ist nur mit interessanten und attraktiven Mehrwert-Angeboten möglich. Solche strategischen Projekte sind das im Jahr 2015 startende Direktmarketing-Panel, die Weiterentwicklung vorhandener und das Angebot neuer Studien und Umfragen zum Fundraising sowie ein größeres Angebot an Fach- und Regionaltagen. Gerade im Bereich Studien haben wir zahlreiche Gespräche mit möglichen Kooperationspartnern, im Gesundheitsbereich, bei sozialen Bündnissen und Anbietern im Bereich Befragungen geführt, und für 2015 einige Starts geplant.

Wichtig ist für unsere Mitglieder natürlich sowohl die Sichtbarkeit des Verbandes nach außen, in die Medien und die Politik, als auch die Kommunikation nach innen. Deshalb lag ein weiterer Schwerpunkt unserer Arbeit im Auf- und Ausbau eines Netzes an Presse-, Lobby- und Politik-Kontakten. Die größere Sichtbarkeit zeigt sich in den deutlich angestiegenen Interview-Anfragen sowie inhaltlichen Anfragen der Presse. Zur Kommunikation nach innen mussten zunächst die internen Verbandsstrukturen überarbeitet werden, da viele Informationswege zum Beispiel aus den Fachausschüssen, Fach- und Regionalgruppen in Richtung Vorstand und Geschäftsstelle nur unzureichend und zu unverbindlich definiert waren. So konnten viele für Mitglieder sicherlich interessante Informationen oft nur verspätet oder gar nicht durch die Geschäftsstelle verbreitet werden. Durch sehr offenen und konstruktiven Dialog mit den Fachausschüssen, Fach- und Regionalgruppen konnten wir jedoch schnell Kommunikationsengpässe identifizieren und beheben. Nicht zuletzt er-

reichte uns das Feedback, dass das Mitgliedermagazin Fundstücke von Ausgabe zu Ausgabe inhaltlich immer besser wurde. Hier konnte die schon immer sehr gute und engagierte Arbeit der Agentur Bergmoser und Höller durch die regelmäßige inhaltliche Unterstützung von Vorstandsmitglied Christian Schlichter und mir weiter optimiert werden.

Arne Peper – Geschäftsführer

1.2. Beirat des DFRV – Eigene Geschäftsordnung und Personalwechsel

Im Jahr 2014 ging der Beirat in das dritte Amtsjahr nach seiner Gründung. Dabei kam es auf der Mitgliederversammlung das erste Mal zu personellen Veränderungen: Reinhard Greulich trat nach seiner Wahl in den Vorstand vom Beirat zurück. Harald Meyer-Porzky und Dieter Schöffmann gehörten dem Beirat im Rahmen ihres Amtes als Rechnungsprüfer an und verließen diesen 2014 daher mit der Beendigung Ihrer Rechnungsprüfertätigkeit wieder. Ihre Positionen wurden durch die neuen Rechnungsprüfer Jochen Schiel und Wiebke Doktor eingenommen, die beide bereits vorher als gewähltes bzw. von den Regionalgruppen mandatiertes Mitglied dem Beirat angehörten. Insgesamt waren damit vier Positionen im Beirat nachzubesetzen, davon zwei durch die Regionalgruppen mandatierte und zwei gewählte. Für die beiden letzteren Positionen wurden direkt auf der Mitgliederversammlung Jan Uekermann und Dr. Friedrich Haunert nachgewählt.

In der Sitzung, die der Beirat 2014 direkt im Vorfeld der Mitgliederversammlung abhielt, gab dieser sich eine Geschäftsordnung. Mit einer Satzungsänderung auf der Mitgliederversammlung wurde dem Beirat zudem ermöglicht, in Zukunft Beschlüsse auch im Rahmen von Telefonkonferenzen abzustimmen, um diesem einen größeren Handlungsspielraum auch zwischen den beiden jährlichen Sitzungen einzuräumen.

In der zweiten Beiratssitzung im November wurde das Budget für 2015 genehmigt. Außerdem war die Kooperation des DFRV mit Swissfundraising bezüglich Direct-Mail-Panels ein zentrales Thema der Sitzung. Das in der Schweiz bereits seit einigen Jahren erfolgreich genutzte Panel soll ab 2015 für den deutschen Markt aufbereitet werden. Zudem wurden Überlegungen für eine neue Beitragsordnung vom Beirat diskutiert.

21. Februar

„Brauchen wir eine Personenzertifizierung?“ fragt der DFRV in einer Umfrage

1.3. Schiedskommission – Sanktionen: Ja oder Nein?

Die Schiedskommission hat sich nach der Mitgliederversammlung im April 2014 in neuer Besetzung konstituiert. Im ersten halben Jahr machte sich die Schiedskommission mit den laufenden Fällen vertraut, überprüfte die vorliegende Geschäftsordnung, optimierte bestehende Standards und verständigte sich über die Zusammenarbeit nach innen und mit den Gremien des Verbandes. Sie tagte im vergangenen Jahr zur Konstituierung und anlassbedingt ein weiteres Mal. Darüber hinaus gab es mehrere Telefonkonferenzen.

Nach der Sommerpause hat die Schiedskommission zwei laufende Verfahren bearbeitet und abgeschlossen. In beiden Fällen hat die Schiedskommission – wie in der Schiedsordnung geregelt – dem Vorstand Vorschläge zur Beilegung der Konflikte unterbreitet. Neben der Frage nach Sanktionen hat sie den Vorstand gebeten, weitergehende Fragen an andere Ausschüsse zur Bearbeitung weiterzureichen. Dabei ging es einerseits um Inhalte von Stellenanzeigen und andererseits um die Sicherung von Rechten an geistigem Eigentum.

Zur Klarstellung des Tätigkeitsprofils und Aktionsradius der Schiedskommission wurde beratschlagt und entschieden, dass die Kommission ausschließlich auf Antrag tätig wird. Dieser Antrag muss sie über die Geschäftsstelle erreichen und dort auf Vollständigkeit und Zulässigkeit geprüft worden sein. Hinweise auf Facebook oder Blogs, sich mit dem einen oder anderen Thema zu befassen, sind nicht als Arbeitsaufträge an die Schiedskommission zu werten. Wer Anlass sieht, sich über die Aktivitäten oder Unterlassungen von Organisationen, Kolleginnen oder Kollegen zu beschweren, ist daher aufgefordert, einen begründeten Antrag an die Schiedskommission zu stellen.

Zum aktuellen Stand (März 2015) liegen der Schiedskommission keine laufenden, anhängigen Verfahren vor.

1.4. Die Geschäftsstelle – Gut erreichbar!

Neben den Büroräumen für die Mitarbeiterinnen des DFRV bietet die Geschäftsstelle auch einen Besprechungsraum. Er wurde auch in 2014 wieder rege durch Arbeitsgruppen und Partner des DFRV genutzt. Es tagten dort unter anderem der Beirat, der Arbeitskreis Berufsbild, die Fachgruppe Bildung, der Schiedsausschuss und die EFA.

Der Besprechungsraum ist ausgestattet mit Telefon, Beamer, Flipchart und WLAN. Auf Wunsch wird auch ein Notebook zur Verfügung gestellt. Arbeitsgruppen und Gremien, die dort tagen möchten, können sich gerne bei uns in der Geschäftsstelle melden.

Die Geschäftsstelle ist regelmäßig telefonisch erreichbar, Montag bis Donnerstag von 09:00 bis 15:00 Uhr und Freitag 09:00 bis 13:00 Uhr. Kann ein Anruf einmal nicht persönlich entgegengenommen werden, melden wir uns auf hinterlassenen Nachrichten schnellstmöglich zurück.

2. Die neue Struktur der Pressearbeit: Passiv, Reaktiv, Aktiv

Mediale Aufmerksamkeit bekommt der Bereich Fundraising noch zu oft mit schlechten Schlagzeilen. Falsch gebuchte Spendengelder, aufdringliche Straßenwerber, zu viele „freche Bettelbriefe“, da ist die Öffentlichkeit schnell empört. Zu Recht. Aber das allein sind Ausreißer, sie bilden nicht die Arbeit der vielen Fundraiser in den Organisationen und Vereinen ab. Neben den Schlagzeilen über das, was aus dem Ruder gelaufen ist, fehlen die vielen Geschichten über das, was eine Branche für die Gesellschaft leistet. Den Medien diese Geschichten zu erzählen, ist primär Aufgabe der einzelnen Organisationen. Ihnen dazu die Rahmenbedingungen zu erklären und im Krisenfall einmal pointiert Stellung zu nehmen, das ist Aufgabe des Fundraising Verbandes.

Reagieren, das war bisher allzu oft die einzige Chance für den Fundraising Verband. Mit einer neuen Pressestrategie, die Vorstand und Geschäftsführung im November 2014 vorbereitet und der sie im Januar 2015 zugestimmt haben, gehen wir nun daran, die nächsten Jahre aktiver als bisher zu gestalten.

Punkt 1 dabei ist die **Passive Pressearbeit**: White Paper zu den wichtigsten Themen werden auf der Website des Verbandes gesammelt. So sollen Journalisten das Portal des Fundraising Verbandes als Wissensquelle und als Lieferant für Hintergrundinformationen schätzen lernen.

Punkt 2 ist die **Reaktive Pressearbeit**: So wird der Vorstand weiterhin eine stetige Erreichbarkeit von Geschäftsführer, Geschäftsstelle und Vorstandsmitgliedern für Stellungnahmen gewährleisten. Doch nicht nur auf Anfragen der Medien soll reagiert werden. Bereits jetzt schon werden Beiträge über das Fundraising in den Medien gesichtet und dann der Kontakt zu den Redaktionen gesucht. Die Botschaft des DRFV ist dabei: Wir als Fundraiser melden uns sofort zu Wort und haben auch etwas Substanzielles zu sagen.

Wichtigster Punkt ist aber künftig die **Aktive Pressearbeit**: Bei der Herausgabe von Pressemitteilungen fahren wir dabei künftig eine neue Doppelstrategie: Es erfolgt eine Erstmitteilung mit kerniger Aussage zum Anteasern mit nur knappen Grundlagen. Zwei Tage später dann wird nachgesetzt mit Detailinformation. Einige Themen sind bereits ausgemacht. Ob beim Bußgeld, Porto oder Mehrwertsteuer, wird sich der Verband über das Jahr immer wieder zu Wort melden, passende Berichterstattungen abwarten und Allianzen suchen, die dem Verband zu einer starken Stimme verhelfen.

Weitere Öffentlichkeitstrategien sind bereits im neuen PR-Papier des Verbandes benannt. Die stärkere Einbindung der Mitglieder steht dabei an erster Stelle. Pressemitteilungen, die sie in ihren Organisationen regionalisieren und an ihre Tagesmedien vor Ort geben können, spielen dabei eine Rolle.

Der Deutsche Fundraising Verband hat immer die Kompetenz der Branche gesammelt. Mit seinen 19 ethischen Grundregeln hat er zudem ein hervorragendes Fundament für gute Argumente in den Medien. Die Nachfrage bei Schlagzeilen zu uns in den Verband zu bringen und die Themen im Gegenzug zu den Medien zu transportieren, das ist die Aufgabe der nächsten Jahre. Der Anfang ist dabei gemacht.

21.-22. Februar

Das Jahrestreffen der Regionalgruppen- Fachgruppen- und Fachausschussleiter findet in Hannover statt

10. März

Wer auf der Mitgliederversammlung bei der Vorstandsneuwahl antritt, kann ab sofort auf der Webseite online eingesehen werden

2.1. Verbandskommunikation: Von Eisduschen und Fundraising-ABCs

In den Medien war der Deutsche Fundraising Verband 2014 u.a. in folgenden Berichten/Sendungen vertreten:

30.01. Flexible Hilfe ist die beste Hilfe
Thema: freies Spenden
Medium: Die Stiftung

02.04. Sendung „Morgenecho“
Thema: Fundraising allgemein und der Deutsche Fundraising Kon gress
Medium: WDR 5

14.04. Bessere Rahmenbedingungen statt ständige Portoerhöhungen
Thema: Portoerhöhungen der Post
Medium: Newsletter des BBE

24.04. NDR aktuell
Thema: Terre des Femmes Kampagne
Medium: NDR Fernsehen

01.05. Finanzspritze Fundraising
Thema: Fundraising im Gesundheitswesen
Medium: KU Gesundheitsmanagement

04.07. Das Geschäft mit den Spenden
Thema: Fundraising-Dienstleistungen und Provisionen
Medium: DIE WELT sowie diverse lokale Tageszeitungen

13.08. Neue Strukturen für den Deutschen Fundraising Kongress
Thema: Deutscher Fundraising Kongress
Medium: Die Stiftung

29.08. Sendung „Sommernotizbuch“
Thema: Die Ice Bucket Challenge
Medium: Bayern 2

17.11. So bringen Sie Ihre Spenden sicher ans Ziel - Sieben Tipps
Thema: Spendentipps
Medium: Westfälische Nachrichten

12.12. Banken bremsen Spender aus
Thema: Probleme mit SEPA-Spendenscheinen
Medium: Stuttgarter Nachrichten

2014 haben wir insgesamt 13 Pressemitteilungen veröffentlicht, darunter beispielsweise eine Pressemitteilung zur Fehlfunktion von SEPA-Spendenformularen. Diese konnten von einigen Banken an den SB-Terminals nicht eingelesen werden, sodass Spenderinnen und Spender damit zum Schalter gehen müssen. Dass das nicht selten extra Gebühren kostet, war dann der Stuttgarter Zeitung einen ausführlichen Bericht wert. In Folge darauf meldete sich die Deutsche Bank zu Wort, bei der die Fehlfunktionen besonders häufig auftragen. Sie sagte zu, das Problem zu bearbeiten und bis dahin keine Gebühren zu nehmen, wenn Spendenformulare aufgrund dessen am Schalter eingereicht werden müssen.

Zu den weiteren Themen, zu denen sich der DFRV in Pressemitteilungen zu Wort meldete, gehörten: die Verlängerung der SEPA-Umstellungsfrist, verbandseigene Themen wie der Fundraising-Preis sowie die Vorstandsneuwahlen, Portoerhöhungen, die gleich zweimal in 2014 auf der Tagesordnung standen, sowie die Forderung nach Reformierung des Gemeinnützigkeitsrechts.

Uns erreichten im vergangenen Jahr außerdem diverse Presseanfragen, die unabhängig von veröffentlichten Pressemitteilungen waren. Es wurde nach Informationen zu unterschiedlichsten Bereichen des Fundraisings gefragt, beispielsweise zu den Themen Spendenläufe, Sachspenden oder ethische Grundsätze im Fundraising.

Die Ice-Bucket-Challenge, die im Sommer 2014 als Social-Media-Phänomen aufkam, war gleich mehrfach Aufhänger für Presseanfragen. Vom Bayerischen Rundfunk wurde DFRV-Geschäftsführer Arne Peper zu dem Thema sogar zu einem Live-Interview ins Studio eingeladen. Aber auch zu einem ernsteren Thema erhielt er eine Studio-Einladung: Bei der Sendung NDR aktuell war er zu Gast, um über eine missverständliche Kampagne zum Thema Genitalverstümmelung zu sprechen.

Das Monitoring der Berichterstattung über Verband und Fundraising allgemein haben wir 2014 ausgeweitet. Dank einer Kooperation mit dem Unternehmen Caretelligence erhält die Geschäftsstelle seit Ende 2014 täglich Reports, die den gesamten Online-Bereich einschließlich der Social-Media-Kanäle auswerten. Aktuell befindet sich der Reportversand noch in einer Testphase, bevor er dann in Kürze auch den Mitgliedern zugängig gemacht werden soll.

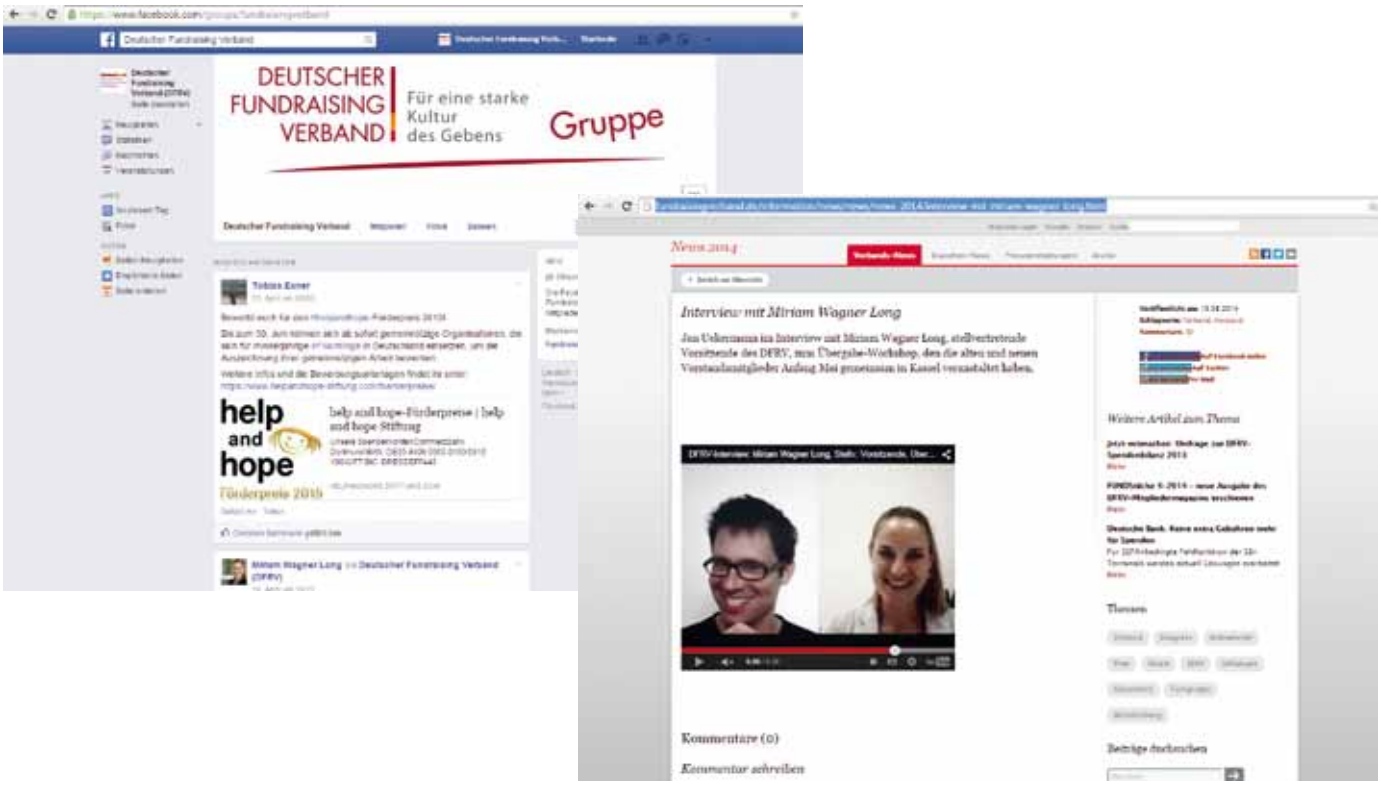
In der Auswertung der Daten von Caretelligence zeigte sich, dass über den Deutschen Fundraising Verband online vor allem in den sozialen Netzwerken diskutiert wird. 44,4 Prozent aller Erwähnungen fanden dort statt. Auch Microblogs thematisieren den Verband relativ oft, sie machen 22,5 Prozent aus. Dabei werden 34 Prozent aller Berichte von Caretelligence als positiv gewertet, 65 Prozent sind neutral und lediglich 1 Prozent der Berichte über den Verband wird als negativ eingestuft.

Über den Deutschen Fundraising Kongress wird dagegen mehr in den Microblogs berichtet. 40,9 Prozent der Erwähnungen fanden dort statt, wohingegen die Erwähnungen in den sozialen Netzwerken hier 18,2 Prozent ausmachen. In Bezug auf den Deutschen Fundraising Kongress wertete Caretelligence im Auswertungszeitraum überhaupt keine Berichterstattungen als negativ, 65 Prozent als neutral und 35 Prozent als positiv.

Bei einer Betrachtung des Themas „Fundraising“ allgemein liegen mit 44,7 Prozent der Erwähnungen dann wieder die Sozialen Netzwerke vorne, gefolgt von den Microblogs mit 21,2 Prozent. Und auch wenn die negative Berichterstattung über das Fundraising oft sehr präsent scheint, so macht sie im Online-Bereich doch lediglich 4 Prozent aus. 61 Prozent dagegen werden von Caretelligence als neutral gewertet mit 36 Prozent fällt mehr als jeder dritte Bericht sogar positiv aus.

Der Social-Media-Bereich erweist sich also als sehr relevant sowohl für den Verband als auch in Bezug auf das Thema Fundraising insgesamt. Für die Social-Media-Kanäle des Verbands erhielt Nicole Holtz als Presse- und Öffentlichkeitsreferentin in 2014 ehrenamtliche Unterstützung: Christian Gahrmann richtete für den Verband einen Blog sowie eine Facebook-Gruppe ein. Der Blog des Deutschen Fundraising Verbandes soll Geschichten aus dem Fundraising erzählen und zu Diskussionen anregen – mit Themen aus dem Verband und außerhalb des Verbandes. Zum Einstieg postet dort der DFRV-Vorsitzende Dr. Martin Dodenhoeft regelmäßig seine Gedanken zum Fundraising-ABC mit Beiträgen zu „B wie Bußgeld“, „D wie DM-Panel“ oder “ G wie Geld“.

Die Facebook-Gruppe soll eine Ergänzung zu Facebook-Seite des Verbandes sein. Während die Seite in erster Linie über Aktuelles aus dem Verband und dem Fundraising allgemein berichtet, soll die Gruppe eine Möglichkeit zu Diskussion und Austausch bieten. Sie ist sehr erfolgreich gestartet und auch die Seite, sowie der Twitter-Account des Verbands konnten in 2014 rund 50 Prozent mehr Fans und Follower erreichen als noch im Vorjahr und liegen nun bei 653 Twitter-Followern sowie 700 Fans der Facebook-Seite.



Der 4. Fachtag „Fundraising im Gesundheitswesen“
findet im Frankfurter Uniklinikum statt

2.2. Interne Verbandskommunikation und Marke

Das Mitgliedermagazin kommt neu und öfter

Nachdem das Mitgliedermagazin 2013 nur mit zwei Ausgaben erschien, haben wir 2014 wieder insgesamt vier Ausgaben veröffentlicht. Nach der Neuwahl des Vorstands erarbeiten nun von Seiten des Verbands Christian Schlichter, Arne Peper und Nicole Holtz gemeinsam mit der Agentur Bergmoser und Höller das FUNDStücke-Magazin. Dem neuen Vorstand war es wichtig, dem Magazin ein neues Profil zu geben. Ein Blick auf die nationale und internationale Fundraisingszene, kombiniert mit Berichten zur Arbeit des Vorstands und einer Antwort auf die Frage „Wer ist der DFRV?“, das soll das Magazin in Zukunft bieten.

Eine Rubrik, die in 2014 komplett neu eingeführt wurde, ist „Fundraising International“. Hier haben wir in den bisherigen Ausgaben das Fundraising in China, Indien und Brasilien beleuchtet: Wie etabliert ist das Thema Fundraising in den jeweiligen Ländern, welche Instrumente funktionieren besonders gut und welche Themen unterstützen die Menschen gerne?

Die Aufmacherthemen der Hefte beschäftigten sich mit übergeordneten Themen, wie der Markenbildung und der Frage, wie eine NGO sich am besten als Marke präsentiert. Ebenso war der Aufmacher der Ausgabe 3-2014 einem solchen übergeordneten Thema gewidmet: „ Siegel, SPIEGEL, Spender: Wer unsere Arbeit beurteilt – und was das für uns bedeutet“. Konkrete auf einzelne Themenfelder bezogen, war dagegen der Aufmacher in Heft 2-2014: „Fundraising für die Kirche – Ja, der Zweck ist immer noch gut“ lautete die Überschrift des Artikels, der sich nach den Schlagzeilen um Tebarz van Elst mit der Situation des Kirchenfundraisings befasst. Der letzte Aufmacher des Jahres beschäftigte sich mit der Frage „Woher kommt das Geld für Stiftungen“ und den diesbezüglichen ethischen Aspekten.

Das neue Corporate Design ist da! – Und ist fast das alte.

War doch klar, werden viele gestöhnt haben. Jeder neue Vorstand muss alles anders machen als der alte. Stimmt. Und stimmt auch wieder nicht. So wie der neue Vorstand zu seiner ersten Sitzung den alten Vorstand eingeladen und erst einmal zugehört hat, so hat er sich auch das alte Corporate Design (CD) angesehen und gesagt: Es ist gut, so wie es ist. Dass schon in diesen beiden Herangehensweisen ein Paradigmenwechsel von Führung liegt – nun, ein bisschen Neues muss ja sein.

Beim Corporate Design wollten wir also weder die Farbwelt, noch die Wort-Bild-Marke, den Claim oder die Optik grundsätzlich verändern. Zum einen, weil wir das CD für nach wie vor modern und konkurrenzfähig erachten. Zum anderen, weil es eine ganze Weile braucht, bis sich eine Marke einen Wiedererkennungswert erobert hat. Wer hier zu oft und zu schnell die Optik wechselt, verbraucht nur Energie und Kosten.

Aus diesen Gründen haben wir das CD ein wenig modernisiert und an heutige technische Bedingungen angepasst. Für Logo, Claim und Hausschrift haben wir eine Typografie

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

Wir stärken **die Kultur des Gebens**

gewählt, die sowohl im Print- als auch im Online-Bereich funktioniert, die sich nicht aufdrängt und vor allem gut lesbar ist. Auch mit den Schriftgrößen haben wir ein wenig gespielt und diese in augenfreundliche Maße übersetzt. So wirken alle Elemente jetzt etwas leichter, einheitlicher und noch moderner.

Die beiden größten Veränderungen haben wir am Claim und beim Key-Visual vorgenommen. **„Wir stärken die Kultur des Gebens“** – so lautet der neue Claim. Das „Wir“ am Anfang des Satzes schafft Klarheit über die Gemeinsamkeit der DFRV-Mitglieder. In Verbindung mit dem Verb „stärken“ bildet es eine erste zentrale Botschaft: Der DFRV ist Subjekt seiner Handlungen, diese sind gezielt und schließen nur Verbandsmitglieder ein. Damit die Aussage nicht zu generisch wird, lautet der zweite Teil „die Kultur des Gebens“. Und weil dieser Satzteil das Handlungsfeld des DFRV für eine breite Öffentlichkeit beschreibt, ist er gefettet. Insgesamt ist der neue Claim also keine Kehrtwende gegenüber dem alten, sondern führt ihn in eine aktive und finite Beschreibung der Ziele des DFRV.

Auch der Wechsel des Key-Visuals weg von den Flammen hin zu der Netzwerk-Kugel beschreibt eine Veränderung des Standpunktes: Ja, wir brennen immer noch fürs Fundraising, daher bleibt uns auch der Farb-Dreiklang erhalten. Aber wir tun es in einer gemeinsamen und vernetzten Welt, die SpenderInnen und FundraiserInnen und EmpfängerInnen nicht mehr trennt sondern vereint.

Das wirklich Neue am jetzigen Corporate Design sind also gar nicht so sehr die Veränderungen, sondern der sensible Umgang mit den Dingen, die wir uns als Verband bereits erarbeitet haben ein klarer Blick auf unseren Auftrag und die Zukunft. Lasst uns damit Erfolg haben!

19. März

Das Voting für den Deutschen Fundraising Preis startet. Alle DFRV-Mitglieder können dabei mitentscheiden, wer die Auszeichnungen als „Beste Innovation“ und „Beste Kampagne“ bekommt

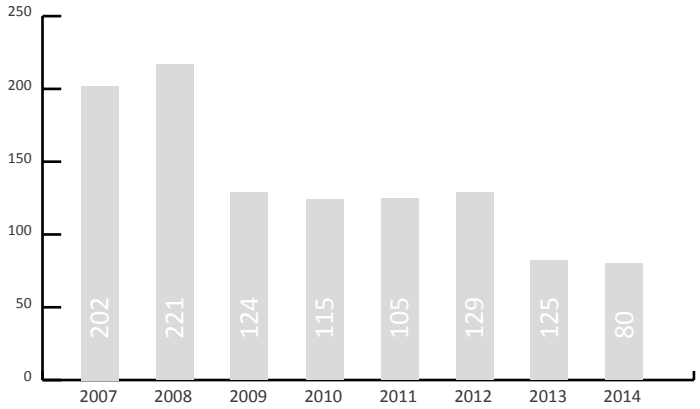
27. März

„Wie plane ich eine ESF-Förderung“ ist Thema beim Regionalgruppentreffen in München

3. Mitgliederentwicklung

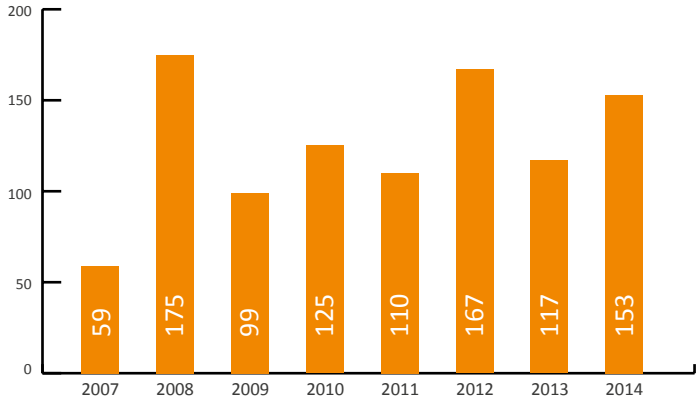
Als Mitgliedervereinigung ist der Deutsche Fundraising Verband von der Anzahl seiner Mitglieder, den persönlichen und juristischen, direkt abhängig. Der Vorstand begreift daher die Bindung und vor allem die Gewinnung neuer Mitglieder als eine zentrale Aufgabe des gesamten Verbandes.

Insgesamt bleibt das Wachstum in 2014 gegenüber dem Vorjahr deutlich unter den Möglichkeiten des Verbandes. Und obwohl es noch nie so zahlreiche Veranstaltungen von Regionalgruppen, Fachgruppen, Fachtagen usw. gegeben hat, welche eine beste Gelegenheit zu Weiterbildung und Vernetzen boten, konnte potenziellen Mitgliedern offenbar noch nicht ausreichend vermittelt werden, warum eine Verbandsmitgliedschaft sinnvoll ist.



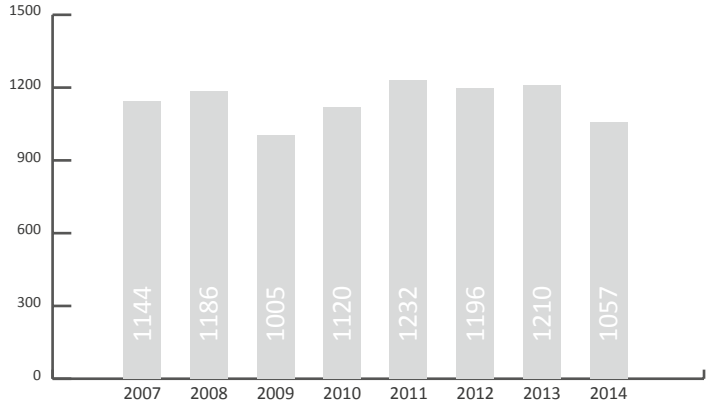
Grafik: Zugänge persönliche Mitglieder

Nach steigenden Zuwachsraten in den Jahren 2006 bis 2008 hatte sich die Anzahl der Aufnahmen zwischen 2009 und 2012 auf ein Niveau von ca. 125 Neumitgliedern pro Jahr eingependelt. Seit 2013 ist der durchschnittliche Jahreszuwachs auf rund 80 Neuaufnahmen gesunken. Hier braucht es neue Wege und gemeinsame Anstrengungen im Verband um die Trendwende zu erreichen.



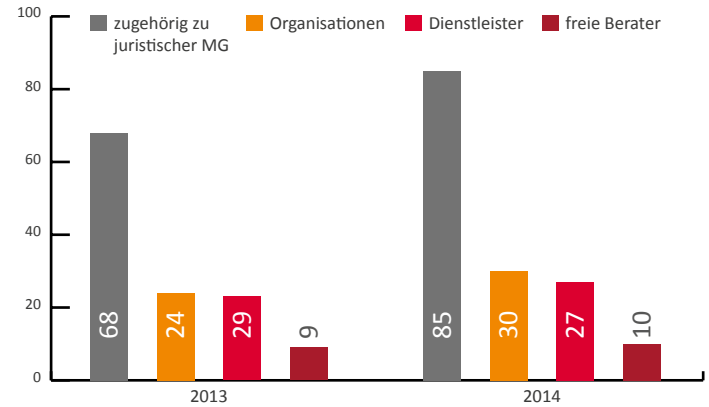
Grafik: Abgänge persönliche Mitglieder inklusive Umwandlungen in juristische Mitgliedschaften

Im Bereich der Kündigungen und Austritte ist über die Jahre kein echter Trend zu erkennen. Nach einer moderaten Phase zwischen 2008 und 2011 bewegen sich die Zahlen erneut im Zick-Zack-Kurs.



Grafik: Anzahl persönliche Mitgliedschaften

Die persönlichen Mitgliedschaften bilden auch in 2014 das Rückgrat des Verbandes. Der Verdacht, dass Kündigungen mit dem Zuwachs von Organisationsmitgliedschaften zusammenhängen, weil dann Einzelmitgliedschaften vermehrt aufgegeben werden, konnte bisher aus daten- und ressourcentechnischen Gründen nicht nachverfolgt werden. Dennoch konnte im Jahr 2014 die Anzahl der Organisationsmitgliedschaften gesteigert werden. Bei verstärkten Aktivitäten in dieser Richtung ist zu erwarten, dass die Anzahl der Einzelmitgliedschaften vorübergehend weiter sinkt. Ein hohes Potenzial für einen Mitgliederzuwachs liegt ebenfalls in der Gruppe der freien Beraterinnen und Berater.



Grafik: Anzahl juristische Mitgliedschaften

Das Ziel unserer Bemühungen ist jedoch nicht ein Wandel von der persönlichen zur Organisations- oder Dienstleister-Mitgliedschaft, sondern eine ausgewogene und repräsentative Mitgliedschaftsstruktur, die die Vielfältigkeit des professionellen Fundraisings in Deutschland widerspiegelt.

4. Die Gruppen des Deutschen Fundraising Verbandes – Vielfältig und aktiv

4.1. Die Fachgruppen

Die Fachgruppen im DFRV stellen den wesentlichen Teil der fachlichen Verbandsarbeit dar. Sie organisieren den fachlichen Austausch und die fachliche Weiterbildung und ermöglichen das fachspezifische Netzwerken innerhalb des Verbandes. Um diesen Anspruch zukünftig mit noch mehr Leben zu erfüllen, bildete sich im Rahmen des Sonderworkshops Zukunftswerkstatt auf dem Deutschen Fundraising-Kongress 2014 eine Strategie AG unter Federführung von Birgit Stumpf (Fachgruppe Gesundheitswesen). In gemeinsamer Arbeit mit Geschäftsführer Arne Peper und Vorstandsmitglied Cornelia Blömer entstand ein Strategiepapier, das auf dem Gruppenleiter-Treffen in Magdeburg diskutiert und verabschiedet wurde. Das Papier diskutiert sowohl die inhaltliche und konzeptionelle Weiterentwicklung der Fachgruppen als auch Ressourcen, Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle und dem Vorstand und kann im Mitgliederbereich der DFRV-Webseite eingesehen werden.

Fachgruppe Gesundheitswesen – Nicht nur ein erfolgreicher Fachtag

Die Fachgruppe Gesundheitswesen war auch in 2014 sehr aktiv: Der vierte Fachtag „Fundraising im Gesundheitswesen“ wurde erfolgreich durchgeführt, mehrere Artikel zum Thema Fundraising konnten in der Fachpresse platziert werden. Der weitere wichtige Meilenstein war die Ausweitung der Kooperation mit dem amerikanischen Schwesterverband Association for Healthcare Philanthropy (AHP):

Die über 100 Teilnehmer im März 2014 erwartete auch beim vierten Fachtag ein anspruchsvolles und abwechslungsreiches Programm. Insgesamt wurden 13 verschiedene Vorträge und Thementische von hochkarätigen Rednern angeboten. Vertreten waren klassische Fundraising-Themen, wie Mailings, Unternehmenskooperationen und Spendersegmentierung, die vom Uniklinikum Essen, der Krebsliga Schweiz und den Maltesern vorgestellt wurden. Daneben hatten die Besucher auch die Möglichkeit, über den Tellerrand hinauszuschauen. So stellt traditionell ein Redner aus den USA die neuesten Trends und Erfolgsrezepte in seinem Heimatland dar. William Littlejohn, Präsident der AHP und Leiter Fundraising von Sharp HealthCare, die fast ein Drittel aller Gesundheitsleistungen in San Diego verantworten, hat als Key Note Speaker die Wichtigkeit der strategischen Einordnung des Fundraisings herausgestellt. Auch Themen wie politische Lobbyarbeit, Markenbildung und Positionierung, Nutzung von Sportevents für das Fundraising sowie die Anforderungen an IT und Datenbank gehörten zum Programm.

Der Fachtag „Fundraising im Gesundheitswesen“ hat sich damit als wichtigstes nationales Forum der Branche etabliert. Vertreter aus allen Bereichen des Gesundheitswesens nutzen die Möglichkeit, die Best Practices der Branche kennen zu lernen, Ideen und Anregungen für das Fundraising ihrer eigenen Organisation zu gewinnen und sich zu vernetzen. Dies zeigt auch das positive Feedback vieler Teilnehmer der Veranstaltung: „Eine hervorragende Veranstaltung“, „gelungene Vorträge“, „sehr gute Inhalte“, „vieles, was ich für mich mitnehmen konnte“. Der auch finanziell erfolgreiche Fachtag fand ebenfalls im März 2015 wieder statt.

Kontinuierliche Presse-und Öffentlichkeitsarbeit

Auch in 2014 konnte die Fachgruppe Gesundheitswesen wichtige Artikel in der Fachpresse platzieren. In der Mai-Ausgabe der „KU Gesundheitsmanagement“ lag der Schwerpunkt auf Finanzierung von Organisationen im Gesundheitswesen. Dabei wurde das Thema Fundraising prominent herausgestellt: Ein Leitartikel, verfasst von Birgit Stumpf, hat das positive Verhältnis zwischen Einnahmen und Kosten von zentralen Fundraising-Stellen in Kliniken herausgestellt. Ein Expertengespräch wurde mit Thomas Hassel, Fundraiser an der Kinderklinik des Universitätsklinikums Tübingen, geführt. Artikel wie diese sind wichtig, um das Bewusstsein für Fundraising vor allem bei der Klinikleitung und den Entscheidern des Gesundheitswesens zu schärfen. Noch ist Fundraising vor allen in Kliniken noch nicht flächendeckend eingeführt. Daher sieht die Fachgruppe Gesundheitswesen eine der wichtigsten Aufgaben darin, immer wieder auf den positiven Beitrag von Fundraising – sowohl monetär als auch nicht-monetär – in diesem Bereich hinzuweisen.
Zu diesem Zweck sind die bestehenden Kontakte zu führenden Medien in diesem Bereich sowie zu den großen Kongress-Veranstaltern des Gesundheitsmanagements auch in 2014 gepflegt worden.

Kooperation mit der Association for Healthcare Philantropy (AHP)

Die im März 2013 geschlossene Kooperation mit der AHP wurde in eine neue Dimension gehoben. Neben dem Austausch von Rednern für den Fachtag und dem Fundraising-Kongress sowie dem Rückbesuch der Leiterin der Fachgruppe bei der jährlichen AHP Konferenz, wird die AHP aktiv die Fachgruppe Gesundheitswesen bei der zukünftigen Entwicklung und Professionalisierung unterstützen. Basis der Zusammenarbeit bildet das Strategiepapier der Fachgruppe Gesundheitswesen, das im Mai 2014 von der Gruppenleitung verfasst wurde und die erreichten Erfolge sowie die Bereiche zur Weiterentwicklung aufzeigt. Die AHP hat eine Task Force gegründet, die die aufgezeigten Gebiete der Zusammenarbeit ihrerseits priorisiert. Ein erster Erfolg dieser neuen Zusammenarbeit ist der Hospitationsaustausch, der erstmals im Januar 2015 stattfand. Zwei deutsche Uniklinik-Fundraiser haben für zwei Wochen tiefe Einblicke in die Fundraisingabteilungen von fünf kalifornischen Krankenhäusern erhalten. Weitere Bereiche der Zusammenarbeit sind in Arbeit mehr davon im Jahresbericht 2015!

04. April

Die Mitgliederversammlung wählt einen neuen Vorstand

09. April

Gemeinsam ist man besser, findet die Regionalgruppe Kassel und lädt im Rahmen ihres Gruppentreffens zur Kollegialen Beratung

Fachgruppe Frauen – Alles ist Wandel, aber Wandel ist nicht alles!

Die Arbeit der Fachgruppe Frauen in 2014 war von den Themen Wechsel und Wandel geprägt. Den Auftakt machte das Fachgruppentreffen zum Internationalen Frauentag im März in Berlin. Fünf engagierte Fundraiserinnen trafen sich im Sekretariat von Amnesty International, um über die Zukunft und die Arbeit der Fachgruppe zu sprechen.

Der Fokus der Diskussion lag dabei auf den Zielen, Prioritäten und Maßnahmen für 2014 und 2015. Als prioritäre Ziele für die Arbeit der Fachgruppe wurden definiert: den Mut zur Führung fördern, eine Plattform für Vernetzung untereinander schaffen und die Arbeitsbedingungen verbessern.
Schnell war außerdem klar, das Mentoring-Programm „sisters!net“ war erfolgreich und soll grundsätzlich weitergeführt werden. Doch zunächst müssen die finanziellen und personellen Grundlagen für die Weiterführung geschaffen werden. Das hatte der erste Durchlauf des Programms gezeigt, der sehr erfolgreich war, dessen Abschlusstermin aber durch terminliche Gründe mehrmals gefährdet war und dann leider nicht mehr durchgeführt werden konnte. Auf einem ersten Treffen der alten und neuen Verantwortlichen innerhalb der Fachgruppe im August 2014 wurde das Konzept entsprechend erneuert und sogar um den Vorschlag eines Coaching-Programms ergänzt. Konzept und Vorschlag wurden dem neuen Vorstand vorgelegt und von diesem einstimmig angenommen. Bis die Finanzierung steht, wird die Gruppe weiter an der Optimierung des Programms und ebenfalls an einer Ausweitung auf alle Mitglieder des DFRV arbeiten.

Weitere Überlegungen umfasste das Veranstaltungsprogramm der Fachgruppe Frauen, das der Netzwerkarbeit dient. Denn Jahres-Großveranstaltungen wie der frühere Fundraiserinnen-Tag oder das Frauen Fundraising Forum treffen vor dem Hintergrund einer steigenden Anzahl von Fundraising-Fachtagen und -Fortbildungsmöglichkeiten nicht mehr den Nerv unserer Zeit. Auf diesen Grundüberlegungen erarbeiteten die Teilnehmerinnen das Konzept mehrerer dezentraler und kleinerer Veranstaltungen übers ganze Jahr hinweg. Diese sollen nicht nur ein spezielles Programm bieten, sondern auch Frauen aus regionalen und mittleren NGOs die Chance geben, teilzunehmen, sich ein Netzwerk aufzubauen und sich fortzubilden. Die Event-Reihe „Frauen auf Touren“ war geboren.
Den Auftakt machte das Netzwerk-Dinner in Hannover im Juli: Die Stadt feierte das 300. Jubiläum der Personalunion des Königshauses Hannover mit dem englischen Thron. Bei einer Führung durch das Landesmuseum und dem gemeinsamen Abendessen im königlichen Ambiente des Salle Nollets konnten Kontakte geknüpft und im historischen Ambiente

vertieft werden. Weitere Abende folgten bereits in Hamburg und sind auch für 2015 in der Planung.
Neben der konkreten Arbeit gab es auch einen Führungswechsel in der Fachgruppe. Da die Fachgruppenleiterinnen Susanne Wohmann und Miriam Wagner-Long neue Aufgaben im Vorstand des DFRV übernommen hatten und eine Ämterhäufung für keine der Fachgruppenfrauen in Frage kam, sollte ein neues Team gewählt werden. Dieses besteht aus Elisabeth Lenz von der Regionalgruppe Hannover und Dr. Katrin Jutzi von der Agentur Mission Based Fundraising.
Elisabeth Lenz ist Mitglied der Fachgruppe Frauen seit der ersten Stunde. Sie ist Mitglied des Deutschen Fundraising Verbands, organisiert die Regionalgruppe Hannover und veranstaltet das Fundraising Forum Niedersachsen. Dr. Katrin Jutzi berät seit 15 Jahren FundraiserInnen, Führungskräfte, Teams und gemeinnützige Organisationen bei der Organisationsentwicklung. Die neue Führungsspitze startet mit weiteren Plänen und vielen Neuerungen in diese Aufgabe.

Fachgruppe Politik und Zivilgesellschaft – Konzept reloaded

Die Fachgruppe „Politik und Zivilgesellschaft“ hat sich nach einer längeren Pause im Herbst neu konstituiert. Bei einer Veranstaltung im Willy-Brandt-Haus hat Dr. Matthias Lehmann, Manager of Direct Response Fundraising von PETA Deutschland e.V., über Erfolge und Voraussetzungen im Online-Fundraising von PETA berichtet. Anschließend fand eine Sitzung der Fachgruppe statt, auf welcher Kai Fischer, Partner von Mission-Based Consulting, und Andreas Schlotmann, Fundraiser beim Parteivorstand der SPD, zu den Leitern der Fachgruppe gewählt wurden.
Die Fachgruppe hat anschließend einige Themen formuliert, die sie bearbeiten möchte. Um die Arbeit und die Inhalte besser planen zu können, wurde für das Frühjahr 2015 ein Planungsworkshop verabredet. Dieser befindet sich aktuell in der Vorbereitung.
Die Fachgruppe wird sich zweimal im Jahr für jeweils einen Nachmittag in Berlin treffen und die unterschiedlichen Themen und Fallbeispiele aus ihrem Themenfeld diskutieren. Interessenten an der Fachgruppenarbeit oder an einzelnen Themen sind jederzeit willkommen.

24. April

Arne Peper ist für ein Interview zur Terre des Femmes Kampagne im NDR-Studio

Fachgruppe Bildung – Neuorientierung und personelle Wechsel

2014 war eine Phase der Neuorientierung für die Fachgruppe Bildung. Aufgrund von personellen Engpässen trat die Fachgruppe unter der Leitung von Angela Poth zunehmend weniger in Erscheinung. Anfang 2015 hat der DFRV-Vorstand die Leitung kommissarisch an Becky Ann Gilbert übertragen. Ziele für diese neue Phase im Leben der Fachgruppe werden sein, ihr eine neue inhaltliche Basis, einen konzeptionellen Rahmen für zukünftige Aktivitäten sowie fundierte Strukturen für die Zusammenarbeit mit ehrenamtlich Tätigen sowie Partnern zu geben. Aufgrund einer hierfür notwendigen Planungsphase sind neue Aktivitäten erst für ab Herbst 2015 geplant.

Für die gute Basis sowie die geleistete Arbeit danken Vorstand und kommissarische Leitung beiden bisherigen Fachgruppenleiterinnen Angela Poth und Cornelia Kliment. Ein großer Dank für besonderes Engagement und Input gilt ebenfalls Ulrike Fischer, Johannes Ruzicka, Heike Eskandarinezhad sowie dem Team der DFRV-Geschäftsstelle, insbesondere Anja Köhn und Arne Peper.

Fachgruppe – Kirche Auf dem Weg

Im Jahr 2014 traf sich die Fachgruppe Kirche zwei Mal: im Frühjahr in Frankfurt/Main und im Herbst in Hannover. Rund 25 Teilnehmer nahmen jeweils an den Treffen teil.

Da die kollekta, die bundesweite Fachtagung für Vertreter aus Kirche, Caritas und Diakonie, nicht weitergeführt wird, stand das Frühjahrstreffen unter dem Schwerpunkt „Wie geht es weiter?“ Die Fachgruppe war sich einig über die Bedeutung einer bundesweiten Tagung und gründete das Team „Nachfolge kollekta“ – mit dem Auftrag, ein neues Konzept für diese Tagung auf den Weg zu bringen. Auf dem Herbsttreffen wurde der Fachgruppe der erste Konzeptentwurf präsentiert. Zukünftig soll an vier Standorten in Deutschland die Fachtagung stattfinden, jährlich rotierend. Als weiteren Tagesordnungspunkt präsentierte Wolfgang Hellwig, Evangelisches MedienServiceZentrum, EMSZ, das „LEADER-Programm der EU“, welches gute Unterstützungs-Chancen für kirchliche Einrichtungen bietet. Es stand zum Schluss die Wahl der Fachgruppenleitung an, die aus einem evangelischen und einem katholischen Mitglied der Fachgruppe Kirche besteht. Als aktuelle Leiter wurden Paul Dalby, Evangelisch-Lutherische Landeskirche Hannover, und Elke Böhme-Barz, Erzbistum Köln, erneut in das Amt gewählt.

4.2. Die Fachausschüsse

Die Fachausschüsse im DFRV sind Gremien, die der Vorstand zu speziellen Themen einberuft. Die ehrenamtlichen Mitglieder des jeweiligen Ausschusses beraten und unterstützen den Vorstand in Fragen von besonderer Relevanz. Ein Beispiel dafür war in den letzten Jahren das Thema SEPA, in das sich die Expertinnen des IT-Ausschusses „eingefuchst“ haben. So konnte der DFRV seine Mitglieder nicht nur hochkompetent zu SEPA beraten, sondern auch aktive Lobbyarbeit auf nationaler und europäischer Ebene betreiben. Dafür gebührt den nun scheidenden Mitgliedern des IT-Ausschusses, Doris Kunstdorff, Cornelia Blömer, Reinhard Detering, Gisela Bhatti, Michaela Jacobsohn und Angela Ortmann großer Dank.

Fachausschuss Recht – Kompetenzen erweitert

Seit der letzten Mitgliederversammlung sind dem Rechtsausschuss als weitere Mitglieder die Rechtsanwälte Dr. Pascal Decker und Stephan Hansen-Oest beigetreten. Sie ergänzen den Ausschuss mit ihren besonderen Kenntnissen im Stiftungsrecht, der Nachlassgestaltung, im Markenrecht, im Datenschutz sowie im IT-Recht. Mit seinen weiteren Mitgliedern Dorothea Schermer, Bernd Beder, Dr. Christoph Mecking und Mathias Lindemann verfügt der Ausschuss über hervorragende Kenntnisse zu den meisten Rechtsfragen Spenden sammelnder Organisationen und Fundraiser.

Im vergangenen Jahr war der Ausschuss im Rahmen der Rechtsberatung für seine Mitglieder des DFRV tätig. Außerdem hat er Vorstand und Geschäftsführung in Fragen zur Verbandssatzung, zu den Geschäftsordnungen der Verbandsorgane, zu Steuerfragen und schließlich intensiv zu vertraglichen Kooperationen mit Sponsoren und Förderern beraten. Mit Veröffentlichungen in den Fundstücken und im Online-Newsletter, unter anderem zum Spendenrecht, zu möglichen Folgen bei Verlust der Gemeinnützigkeit sowie zur Gewerbesteuerpflicht für den Fundraiserberuf, trat der Ausschuss darüber hinaus in den Verbandsmedien in Erscheinung.

Ausschuss für eine gute, ethische Fundraising-Praxis – Ethik im Fundraising noch mehr Gesicht geben

Der Ausschuss für eine gute, ethische Fundraising-Praxis hatte sich in den letzten zwölf Monaten primär mit der Frage beschäftigt, wie man das Thema Ethik im Fundraising weiter sichtbar machen kann. In 2013/2014 hat er sich noch mit dem Schwerpunkt „Erklärungen und Beispiele für ethisches Handeln im Fundraising“ beschäftigt und einen Kommentar zu den „19 Grundregeln für eine gute, ethische Fundraising-Praxis“ verfasst. Dieser liegt seit dem letzten Fundraisingkongress in gedruckter Form vor und kann in der Geschäftsstelle kostenlos bestellt werden.

Die Glaubwürdigkeit und das Image von Spenden sammelnden Organisationen und von Menschen, die in diesem Bereich tätig sind, ist zunehmend ein Thema in der Öffentlichkeit und ein wichtiger Erfolgsfaktor für das Fundraising. Um Spender und Interessierte auf dieses Thema vermehrt aufmerksam zu machen, ist es das Ziel des Ausschusses, ab 2015 ein eigenes „Ethik-Signet“ einzuführen und damit das Thema weit sichtbar zu machen

Darüber soll das Signet insbesondere für Organisationen den Vorteil bringen, dass diese gegenüber ihren Spendern und der Öffentlichkeit ihre Unterzeichnung und Selbstverpflichtung, die „19 Grundregeln für eine gute, ethische Fundraisingpraxis“ einzuhalten, dokumentieren können. Auf dem Fundraisingkongress 2015 wird das Signet zum ersten Mal präsentiert werden.

Auch hat der Ethikausschuss zwei neue Mitstreiter in seiner Runde aufgenommen. Nachdem im letzten Jahr Tom Neukirchen und Dr. Martin Dodenhoeft andere Aufgaben im Verband übernommen haben, waren zwei Plätze frei geworden, die wieder mit neuen Impulsen besetzt werden sollten. Die Ausschussmitglieder freuen sich sehr, dass mit Andreas Berg und Anette Urban-Engels zwei Menschen für den Ausschuss gewonnen werden konnten, die sehr viel Fundraisingerfahrung mitbringen.

09.-10. Mai

Der alte und der neue Vorstand treffen sich zu einer gemeinsamen Übergabe-Klausur

15. Mai

Miriam Wagner Long, stellv. Vorsitzende des DFRV, unterhält sich im Skype-Interview mit Jan Uekermann über die Pläne des neuen Vorstands

Darüber hinaus beschäftigte sich der Ausschuss mit konkreten Fragen zu Kampagnen und Werbeanzeigen verschiedener Organisationen, die von Mitgliedern an ihn herangetragen wurden, die eine ethische Einschätzung erhalten wollten. Hierbei ging es etwa um „ethisch grenzwertige“ Gestaltung von Mailings und Plakatmotiven oder um Mindestlohn für im Fundraising Tätige.
Auch stand das „Europäische Spendensiegel“ auf der Agenda, welches durch einen kommerziellen Dienstleister derzeit auf dem Markt platziert wird.

IT-Ausschuss – verabschiedet sich

Die letzten Arbeitsjahre des IT-Ausschusses waren inhaltlich stark geprägt von „SEPA“ und den Auswirkungen auf den gemeinnützigen Sektor. In Informationsveranstaltungen, Fachartikeln und Einzelgesprächen wurde über die bevorstehenden Änderungen informiert und zum Teil auch leidenschaftlich diskutiert. Inzwischen haben alle Organisationen die Umstellung auf die SEPA-Lastschriftmandate – zumindest weitestgehend – abgeschlossen.

Ist SEPA damit „Schnee von gestern“? Ja und Nein. Ja, weil der erste große Umstellungsprozess gelaufen ist. Nein, weil das Thema Zahlungsverkehr Fundraiserinnen und Fundraiser immer begleiten wird – und SEPA ist eben ein Teil davon. Die Entwicklungen im Zahlungsverkehr benötigen eigentlich eine kontinuierliche Beobachtung bzw. ein „Frühwarnsystem“ (z.B.: Welche Auswirkungen haben die geplanten Regelungen zur Einführung einer starken Kundenauthentifizierung im Online-Banking? Welche Trends im Mobile Commerce sind relevant für den gemeinnützigen Sektor? etc.). Insoweit ist es gut, dass die Themen SEPA & Co. im Vorstand bei Cornelia Blömer gut angedockt sind. Sie war ebenfalls im IT-Ausschuss aktiv und ist daher mit den genannten Themen bestens vertraut. Falls ein neuer Ausschuss rund um diese Themen notwendig werden sollte, dann sollten auch Experten aus dem Bereich Zahlungsverkehr dazu geholt werden. Wenn nötig von außen! Denn auch das gehört zur Bilanz: Die Einarbeitung in das für alle Ausschussmitglieder neue und fachfremde Thema SEPA hat enorm viel Zeit und Kraft gekostet.

Es gab auch ein IT-Ausschussleben vor SEPA!

Ursprünglich wurde er im Jahr 2008 von Ingrid Alken, damaliges Mitglied im Vorstand, ins Leben gerufen. Ziel war die Erarbeitung eines Fragenkatalogs zu Fundraising-Datenbanken. Dieser sollte Organisationen auf der Suche nach einer passenden Fundraising-Datenbank Hilfestellung und Orientierung (auch hinsichtlich der möglichen Kosten) geben. Der IT-Ausschuss setzte sich damals aus jeweils vier Vertreterinnen und Vertretern von Organisationen, Software-Herstellern und Dienstleistern zusammen, damit alle Perspektiven gleichermaßen berücksichtigt wurden. Im Laufe der Jahre wechselten die Mitglieder und es war nicht immer einfach, dieses Gleichgewicht beizubehalten, zumal Ausschussmitglieder auch Mitglied im DFRV sein mussten.
Der Software-Guide steht seit Dezember 2010 allen Interessierten kostenlos zur Verfügung und ist auf der Homepage des DFRV verfügbar; aktuell stellen sieben Anbieter ihre Produkte vor. Die Anbieter zahlen eine Gebühr für die Veröffentlichung – ein Grund, warum dort etliche Anbieter bzw. Produkte nicht vertreten sind.

Auflösung des IT-Auschusses im Frühjahr 2015

Nach ca. acht Jahren Tätigkeit wurde der IT-Ausschuss nun im Frühjahr 2015 aufgelöst – in völligem Einvernehmen zwischen Vorstand und den aktiven Mitgliedern. Auch meine Aufgabe als Sprecherin endet somit nach ca. fünf Jahren. Zum Abschluss aber noch…

...ein paar persönliche Gedanken

Erst einmal ein herzliches Dankeschön von mir an alle, die sich in den letzten Jahren im IT-Ausschuss engagiert haben. Ich kann nicht behaupten, dass mir die Ein- und Erarbeitung der SEPA-relevanten Themen immer Spaß gemacht hätte – umso wichtiger war daher der Austausch untereinander.
Herzlichen Dank auch an die Mitarbeiterinnen in der DFRV-Geschäftsstelle! Dort habe ich immer wieder organisatorische Unterstützung bekommen – egal wie sich bei ihnen selbst die Arbeit auftürmte. Und nicht zu vergessen: Ich war und bin auch sehr dankbar für die fachliche Unterstützung von NICHT-DFRV-Mitgliedern! Ohne diese hätte ich sicherlich häufiger vor Wut in die SEPA-Unterlagen gebissen…

Und falls es mal einen neuen Ausschuss (zum Thema Zahlungsverkehr oder neuen IT-Themen) geben sollte, wäre meine persönliche Empfehlung: Nicht um jeden Preis die Mitgliedschaft im Verband für eine Mitarbeit im Ausschuss voraussetzen! Wenn es im Verband keine ausreichende Fachexpertise zu einem Thema gibt, sollte es kein Tabu sein, sich das Wissen von außen zu holen. Durch die Mitarbeit in diversen SEPA-Gremien sind Kontakte entstanden, die wir weiterhin pflegen sollten, z.B. zur BITKOM oder zum Beratungs- und Forschungsinstitut ibi research.

Allen im DFRV ehrenamtlich Aktiven wünsche ich viel Spaß und Energie für ihr Engagement und allen Mitgliedern des DFRV viel Erfolg!

Doris Kunstdorff
Sprecherin des IT-Ausschusses

01. Juli

Unter dem Motto: Fundraiserinnen & Royals lädt die Fachgruppe Frauen zum Auftakt der neuen „Frauen on Tour“ Netzwerkveranstaltung

4.3. Die Regionalgruppen

Die Regionalgruppen sind das Gesicht des Verbandes. In den Regionalgruppen wird die Arbeit gemeinsamer Interessensvertretung bis vor Ort getragen. Durch ihre regelmäßigen Treffs wird Fundraising als Thema auch in den einzelnen Regionen Deutschlands immer sichtbar.

Sie sind zugleich aber auch das Gehör des Verbandes. Aus den Gruppen heraus kommen viele Anregungen und Wünsche für die Arbeit von Vorstand und Geschäftsstelle. Ohne die stetige Rückkopplung und ein gutes Miteinander wäre der Verband nicht so handlungsfähig.

Letztlich sind sie aber auch die Stimme des Verbandes. Sie können Strategien nach außen tragen, mit helfen Themen zu setzen, die Medienarbeit unterstützen und durch ihre Aktivitäten weiterhin als Werbung für den Verband und seine Arbeit stehen.

Manchmal monatlich als Stammtisch, manchmal vierteljährlich als thematischer Treff, an manchem Ort aber auch als Inner Circle und kollegialer Kreis treffen sich die Gruppen. Jedes Mal kommt dort eine geballte Fachlichkeit zusammen. Sie nimmt Berufsanfänger mit auf den Weg und schafft es zugleich, doch auch immer wieder selbst erfahrene Fundraiser an neue Themen heranzuführen. In den Regionalgruppen wird deutlich, wie groß die Bandbreite des Tuns ist

Durch ihre offene Gestaltung und die Gemeinsamkeit stellt sich der Verband ein hervorragendes Zeugnis aus: Die Gruppen werben für das Arbeitsfeld Fundraising, sie organisieren Wissen und schaffen Transfer. Als Rückgrat des Fundraising Verbandes haben sie auch in den vergangenen zwölf Monaten wieder erfolgreich gearbeitet. Daher kann der Verband sich glücklich schätzen, auf ein so großartiges ehrenamtliches Engagement der Regionalgruppenleiter zu stützen.

Umso mehr, da die Regionalgruppen nun auch ein wichtiger Bestandteil im Verbandswesen werden und entsprechende Würdigung und Verankerung in der Satzung finden sollen. Dies ist ein weiterer Baustein für gelebte und basisorientierte Fundraisingkultur in Deutschland.

Regionalgruppe Berlin

Die Regionalgruppe Berlin besteht dabei eigentlich aus zwei Gruppen. Der „kleine Kreis“ traf sich 2014 insgesamt vier Mal. Der Dezembertermin war für die Planung des Programms 2015 reserviert. Inhaltliche Themen waren unter anderem „DRTV“ und „Fundraising bei der SPD“. Dieser Kreis ist eine geschlossene Veranstaltung für Fundraising-Professionals. Eine Einladung kann nur auf Empfehlung erfolgen. Die Beteiligten legen großen Wert auf Verbindlichkeit und regelmäßige Mitarbeit. An den Treffen nahmen jeweils zwischen acht und zwölf Personen teil.

Das kostenfreie Treffen der Regionalgruppe Berlin stand 2014 wie gewohnt allen Interessierten offen. Die Themen-Angebote – zum Beispiel Mobiles Fundraising, Förder-/Mit-

gliederzeitschriften und Spendenmarktforschung – nahmen zwischen 35 und 60 Personen wahr. Auch 2014 gab es den traditionellen „Jahresempfang“ im September, diesmal zum Thema „Events als Fundraising-Instrument“. Interessierte können sich in einem Wiki unter http://www.fundraisingverband-berlin.de/Hauptseite anmelden und erhalten anschließend die Einladungen der Regionalgruppe Berlin. Auf dem Wiki werden alle frei gegebenen Vorträge veröffentlicht.
Regelmäßige und gern gesehene Teilnehmerinnen waren die Berliner Vorstandsmitglieder, die die Gelegenheit zur Werbung für den DFRV und zum informellen Austausch mit den Mitgliedern nutzen konnten.

Regionalgruppe Dresden

Die Regionalgruppe Dresden organisierte im letzten Jahr zwei Treffen und war wie immer Teil des Sächsischen Fundraisingtags im September, der 2014 mit 180 Teilnehmenden alle Rekorde schlug. Außerdem wurde die Regionalgruppe Leipzig bei Ihren Bemühungen unterstützt, wieder aktiver zu werden. Organisiert wurde dafür ein Stiftungsfrühstück in Leipzig mit Unterstützung von zwei Sponsoren, dem Bankhaus Löbbecke und der Warth & Klein Grant Thornton AG. Dieses Stiftungsfrühstück öffnete eine neue Zielgruppe für die Regionalgruppen. Stiftungen sind momentan sehr am Thema Fundraising interessiert. Durch einen Themenmix mit Anlagestrategien, Fundraising und Vermögensverwaltung konnte ein attraktives Angebot gemacht werden, das 30 Stiftungen und Vereine wahrnahmen.

Auch das Treffen zum Thema Crowdfunding war mit 40 Teilnehmern im Juni sehr gut besucht. In diesem Jahr soll es noch zwei Treffen mehr geben. Dazu soll im Vorfeld eine Befragung der Interessenten in Dresden und Leipzig nach ihren Themenwünschen durchgeführt werden.

Regionalgruppe Düsseldorf/Duisburg/Essen

Die Regionalgruppe Düsseldorf/Duisburg/Essen hat im Jahr 2014 ein neues Konzept ausprobiert: Die Treffen finden an wechselnden Orten jeweils bei NPO’s statt, und zwar vormittags 10.30 und 12.30 Uhr. Bisher ist dies ein großer Erfolg. Die Gastgeber waren schnell gefunden, und die Treffen erhalten durch die unterschiedlichen Orte immer eine etwas ▸

24. Juli

In „Die Kunst des Erbschaftsfundraisings“ lassen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer beim Regionalgruppentreffen in Stuttgart einführen

24. Juli

Dass Fundraising auch ohne Budget funktionieren kann, erfahren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Regionalgruppe Frankfurt am Beispiel des Projekts „Hafen 2“

andere Note, je nachdem, ob die Gruppe beispielsweise bei action medeor oder im Opernhaus der Oper am Rhein tagt.
Die Zahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer hat sich verdoppelt und es kommen verstärkt hauptamtlich im und mit Fundraising Tätige. Damit hat sich auch das Niveau der Themen und Fragen verändert. Während im Abendbereich viele Ehrenamtliche kamen, die oft mit den ersten Startschwierigkeiten zu tun hatten, sind nun auch Spezialthemen interessant für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Im vergangenen Jahr hat die Gruppe verschiedene Themen bearbeitet: Blogs als Kommunikationsinstrument, Telefon-Fundraising für regional tätige Organisationen, die Datenbank als Schatzkiste und einen Input mit 10 Tipps, wie gelungene Fundraisingprozesse gesteuert werden sollten.

Regionalgruppe Frankfurt

Auch die Regionalgruppe Frankfurt hat sich im vergangenen Jahr großer Beliebtheit erfreut. Zu verdanken ist dies dem ansprechenden Mix an Veranstaltungen, das aktuelle Forschungsthemen und Einrichtungen aus der Region vorstellt. In 2014 waren dies so unterschiedliche Kampagnen wie das Fundraising zur Finanzierung der Jubiläumsfeiern in der Goethe-Universität und die Umzugskampagne des kleinen Kulturprojekts „Hafen2“ in Offenbach.
Prominenteste Rednerin war Marita Haibach, die im Rahmen des Besuchs bei der Bürgerstiftung Citoyen vorstellte, welche ungeahnt große Wirkung von Bürgerstiftungen in und außerhalb Deutschlands ausgeht.

Beim Thema der Wirkungsmessungen und Berichtsstandards betraten sowohl größere als auch kleinere Organisationen Neuland. Viele Organisationen setzen noch keine Berichtsstandards, sondern nehmen das Jahresergebnis als einzigen Wirkungsmesser. Dabei gäbe es innerhalb des eigenen Fundraising noch viel zu entdecken und zu optimieren.

Den Jahresabschluss bildete die Präsentation einer neuen tiefenpsychologischen Studie über Spendermotive. Michaela Jacobsohn, Caritasverband Frankfurt, und Prof. Christoph Melchers, Business School Berlin Potsdam, haben die Studie zusammen entwickelt und mit Studenten der Wirtschaftspsychologie durchgeführt. Die Ergebnisse erlaubten einen Einblick in das Seelenleben von Spendern, vor allem im Hinblick auf die Beziehung, in der sie sich zu Spenden sammelnden Organisationen sehen. Beim Fundraising Kongress besteht nochmals die Gelegenheit, an einer Ergebnispräsentation teilzunehmen.

Die Veranstaltungen ziehen regelmäßig 40-60 Teilnehmer an. Die meisten sind nicht im DFRV organisiert, kennen ihn vielleicht nicht einmal. Für 2015 nimmt sich das Leitungsteam vor, gezielt Argumente zur Mitgliederwerbung zusammenzutragen und mit Nachdruck vorzubringen.

Beim Organisationsteam hat es 2014 eine Veränderung gegeben: Ursula-Marie Behr stellte ihre Tätigkeit ein. Für sie übernahm Michaela Jacobsohn gemeinsam mit Oliver Viest die Organisation der Regionalgruppe.

Regionalgruppe Kassel

Die Regionalgruppe Kassel kam 2014 insgesamt viermal zusammen. Gleich zu Beginn des Jahres lockte das Thema Online-Fundraising mit Referent Sascha Schubert von spendino insgesamt 31 Teilnehmerinnen und Teilnehmer an. Auch im Spätsommer widmete sich die Gruppe noch einmal dem Online-Thema: Sarah Kubis von der Bank für Sozialwirtschaft präsentierte die verschiedenen Instrumente des Online-Bereichs. Im November war der DFRV-Vorsitzende Dr. Martin Dodenhoeft bei der Regionalgruppe zu Gast. Er stellte das Fundraising seines Arbeitsgebers, des Volksbundes Deutsche Kriegsgräberfürsorge, vor. Bei der Sitzung im April war kein Referent vor Ort, stattdessen wurde die Möglichkeit zu einer kollegialen Beratung geboten und die Teilnehmerinnen und Teilnehmer füllten mit ihren Fragen und Anliegen das Treffen.

Regionalgruppe Kiel

Die Regionalgruppe Kiel fuhr 2014 durch etwas ruhigere Gewässer, hier gab es nur zwei Termine. Doch auch diese boten für die Anwesenden ein interessantes Programm. Im Sommer widmete sich die Gruppe dem Thema Inszenierung und diskutierte über gute Beispiele, die eigene Organisation oder das eigene Projekt attraktiv für Spender und Nutzer darzustellen. In der Weihnachtssitzung gab es dann einen Austausch für kurzfristig umsetzbare Ideen für die Vorweihnachtszeit, der heißen Jahreszeit des Fundraisings.

Regionalgruppe Köln/Bonn

Bei der Regionalgruppe Köln/Bonn gab es drei Treffen mit teilweise bis zu 45 Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Auch hier wurde ein Termin genutzt, um im Rahmen eines offenen Treffens Fragen und Herausforderungen zu diskutieren. Dieser kollegiale Erfahrungsaustausch wurde von Hille Richers und Dieter Schöffmann aus dem Organisatoren-Team der Regionalgruppe moderiert.
Im September stand dann das Thema Datenanalyse auf der Tagesordnung. Welche Vorteile ein Jahresreport hat und wie er aufgebaut sein kann, wurde anhand der Jahresauswertungen von action medeor präsentiert. Als Referenten führten dabei Kerstin Schlick von action medeor und Andreas Berlin, Berater und Trainer für Datenanalyse und Strategieentwicklung, durch die Sitzung. Die letzte Sitzung des Jahres stand dann unter dem Thema „Telefonfundraising“. Hierbei stellten die beiden Referenten Isabel Oelers von Don Bosco Mondo und Johannes Bausch vom Deutschen Spendenhilfsdienst sinnvolle Einsatzmöglichkeiten und Grenzen von Telefonfundraising vor.

Regionalgruppe München

Die Regionalgruppe München hatte 2014 nicht nur die klassischen Gruppentreffen, sie vertrat den DFRV auch mit einem Infostand auf dem 6. Fundraisingtag München, der im Februar stattfand. Nur zwei Wochen später stand dann beim Gruppentreffen das Thema ▸

06. August

Der Programmbeirat des Deutschen Fundraising Kongresses kommt zu seinem 1. Treffen zusammen und legt die Strukturen des Kongresses 2015 fest

„Mehr Spenden durch klares Profil“ auf der Tagesordnung. Referent Stephan Ley von der gleichnamigen Agentur für Kommunikation und eMarketing stellte dabei vor, wie Organisationen im Spendenwettbewerb überlegen und Spender binden können. Denn mit einer klaren Positionierung verfügt man über eindeutige Wettbewerbsvorteile. Von seinen Handreichungen profitierten vor allem kleinere und mittelgroße Organisationen in Sachen Marken-Kommunikation und Positionierung. In der folgenden Sitzung ging der Blick der Regionalgruppe über die deutschen Grenzen hinaus in Richtung Brüssel: „Wie plane ich eine ESF-Förderung?“ war dabei die Frage. Referentin Ursula Becker-Peloso, Fundraiserin beim Sozialdienst katholischer Frauen e.V. und der Social Sense gGmbh hat 25 Jahre in führenden Sales- und Marketingpositionen internationaler Unternehmen gearbeitet, bevor sie sich dem Non Profit Bereich zuwandte. Bei ihrem Vortrag brachte sie ihr praktisches Wissen bei der Projektförderung und dem strategischen Fundraising ein.

Das dritte Gruppentreffen behandelte 2014 den Themenkomplex Bildung. Als Beispiel wurde die bundesweite Schulaktion „Kinder laufen für Kinder“ betrachtet, über die Referentin Änne Jacobs, Geschäftsführerin der Agentur Caleidoo berichtete. Wie kann man Engagement-Förderung begeistern und schon im frühen Kindesalter Teil einer nachhaltigen Bildung werden? Und warum ist es für Unternehmen interessant, sich in diesem Themenfeld zu engagieren? Unter diesen Fragestellungen wurde das Thema diskutiert.

Für den Oktober war dann eigentlich eine Veranstaltung zum 20-jährigen Jubiläum der Regionalgruppe München geplant, die jedoch aus organisatorischen Gründen in den Januar 2015 verschoben wurde.

Regionalgruppe Münster

Die seit April 2007 bestehende Regionalgruppe Münster ist eine weitere Regionalgruppe, die auf ein erfolgreiches und vielfältiges Jahr 2014 zurückblicken kann. Unter der Gruppenleitung von Hugo W. Pettendrup und in Vertretung Hendrik Addens, beide HP-FundConsult, wurden im vergangenen Jahr wieder interessante und tagesaktuelle Fundraisingthemen aufgegriffen und die Weiterbildung, Vernetzung und der Ideenaustausch von Fundraiserinnen und Fundraisern im Münsterland ausgebaut.

Zum Jahresauftakt fand das erste Regionalgruppentreffen am 20. Februar im „Heeremanschen Hof“ des Zentrums für Nonprofit-Management (npm) und der WWU Weiterbildung gemeinnützige GmbH statt. Neben einem allgemeinen Erfahrungsaustausch ging es um das wichtige Thema E-Mail-Marketing. Die Gruppenleiter haben sich sehr gefreut, in den sehr gut ausgestatteten Räumlichkeiten Sascha Schubert, Experte und Geschäftsführer von spendino aus Berlin, begrüßen zu dürfen. Das Thema umfasste die Chancen und Risiken beim E-Mail-Marketing, welches von Herrn Schubert eindrucksvoll präsentiert wurde. Online-Fundraising, insbesondere E-Mail-Marketing nimmt an Bedeutung zu und ist als Instrument auf dem Vormarsch: Bei US Umweltorganisationen resultieren 58% der Onlinespenden aus E-Mail-Marketing. Darüber hinaus werden online die höchsten Beträge gespendet. Folgende Fragestellungen wurden beantwortet: Was macht ein E-Mailing erfolgreich? Welcher Betreff sorgt für eine hohe Öffnungsrate? Wo und wie sollte zur Spende aufgerufen werden?

Der kurzfristige Ausfall eines Referenten im Sommer führte dazu, dass das nächste Treffen im Herbst stattfand. Es wurde die Zwischenzeit genutzt, um im Rahmen eines Planungstreffens weitere Themenvorschläge und Erwartungen aufzunehmen und zu diskutieren. Am 30. September stellte das Evangelische Perthes-Werk freundlicherweise seinen „Fest-Saal“

für das Regionaltreffen zur Verfügung. Als langjähriger und erfahrener Referent konnte Johannes Bausch, Geschäftsführer vom Deutschen Spendenhilfsdienst - DSH GmbH und DFRV-Vorstandsmitglied, gewonnen werden. Im Rahmen seines Vortrages stellte er das erfolgreiche Instrument „Telefonfundraising“ mit seinen Chancen und Grenzen vor und berichtete von seinen persönlichen Erfahrungen. Im Anschluss gab es wiederum Gelegenheit im kollegialen Erfahrungsaustausch dieses und andere Fundraisingthemen zu besprechen und somit in der kollegialen Beratung voneinander zu profitieren.

An dieser Stelle gilt der Dank der Gruppenleiter allen Referenten und Mitorganisatoren, die pro bono facettenreiche Vorträge gehalten oder Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt haben. Ohne dieses Engagement wäre ein kostenfreies Regionalgruppentreffen auf Dauer in dieser Form nicht realisierbar. Neben den Fachvorträgen bzw. gewöhnlichen Regionalgruppentreffen wurde auch in diesem Jahr im kleineren Kreis ein Treffen zur Jahres- und Zukunftsplanung der Gruppe organisiert. Außerdem wurde die Regionalgruppe regelmäßig mit aktuellen und relevanten Fundraisingthemen informiert. Im Schnitt haben sich 20-25 Personen für die Veranstaltungen angemeldet, was eine positive Entwicklung darstellt und die solide Grundlage für einen vielfältigen Erfahrungsaustausch der Fundraiserinnen und Fundraiser im Münsterland liefert.

Regionalgruppe Stuttgart

Die Treffen der Regionalgruppe Stuttgart fanden immer Donnerstagabends im Evangelischen Medienhaus statt. Beim ersten Treffen der Gruppe stellte Ilona Martini der Deutschen Interessengemeinschaft für Erbrecht e.V. (DIGEV e.V.) die „Kunst des Erbschaftsfundraisings“ vor. Denn auch wenn das Erbschaftsfundraising seinen festen Platz in der Fundraisinglandschaft gewonnen hat, zögern noch viele Organisationen, damit zu beginnen. Der Aufwand scheint ihnen zu groß, der Erfolg nicht greifbar und wenn, dann in weiter Ferne liegend. Was es mit dem Thema Erbschaftsfundraising wirklich auf sich hatte, konnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in Stuttgart in der Sitzung erfahren.
Auch das zweite Treffen widmete sich einem sehr konkreten Themenfeld: der Fundraisingsoftware. Doris Kunstdorff, Leiterin des Fachausschuss IT des DFRV und freie Beraterin zum Thema Fundraising-Datenbanken, brachte ihre Erfahrungen in die Gruppe ein und informierte darüber, wie man die Suche nach der passenden Datenbank systematisch angehen kann.

Regionalgruppe Wiesbaden/Mainz

In 2014 traf sich die Regionalgruppe Wiesbaden/Mainz bei gleich zwei Veranstaltungen in Mainz.
Nach zwei Jahren Planungszeit war es soweit: Im Januar traf die Regionalgruppe Frau Sabine Flegel, die Vorsitzende des Mainzer Dombauvereins, und informierte sich aus erster Hand über die vielfältigen Aktivitäten rund um die Finanzierung des Mammutprojekts „Sanierung des Mainzer Doms“. Im Gespräch wurde angeregt über die Herausforderungen des Projekts und dessen Finanzierung zu diskutieren. Frau Flegel teilte mit den Anwesenden ihr profundes Wissen rund um Großspendenfundraising und erheiterte den kurzweiligen Abend mit der einen – oder anderen Anekdote.

Im Juli trafen sich interessierte Mitglieder zum kollegialen Austausch, bei dem intensiv die jeweiligen Themen und Fragen der Anwesenden diskutiert, beraten und – wenn möglich – beantwortet wurden. Zufrieden mit den Ergebnissen und den Informationen gingen die ▸

28. August

In „Die Kunst des Erbschaftsfundraisings“ lassen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer beim Regionalgruppentreffen in Stuttgart einführen

29. August

Klausur des Vorstands in Kassel

Anwesenden mit einem bunten Strauß an Ideen und Lösungsansätzen erst zu später Stunde auseinander.

Im September lud die Leiterin des neuen Ronald McDonald Hauses in Mainz, Frau Beate Hauck, die Regionalgruppe zur Besichtigung der neu eröffneten Einrichtung und informierte über die Arbeit des Hauses sowie der Ronald McDonald Kinderhilfestiftung. Auch dieser Abend war kurzweilig. Frau Hauck berichtete über Fundraisingaktivitäten und die alltägliche Arbeit des Hauses, das Wohnraum für Familien bereitstellt, deren Kinder in der Kinderklinik des Mainzer Universitätsklinikums behandelt werden. Keine alltägliche und keine leichte Aufgabe, die nur gemeinsam von hauptberuflichem und intensivem ehrenamtlichem Engagement geleistet werden kann.

Zum Ende des Jahres beendete der langjährige Koordinator der Regionalgruppe, Herr Peter Pham, sein Engagement. Persönliche und berufliche Veränderungen bedingten diesen Schritt. Die Regionalgruppe Wiesbaden/Mainz bedankt sich herzlich für sein Engagement und die Kollegialität, mit der er zum verlässlichen Ansprechpartner und Garanten wurde. Mit Bedauern nahmen die Koordinatorenkollegen seinen Rückzug an. Sie wünschen Ihm für seine neuen Aufgaben und Herausforderungen alles Gute und rufen ihm ein herzliches „vergelt's Gott" in seine bayrische Heimat nach.

Zum 1.1.2015 fusionierten die Regionalgruppen Frankfurt und Wiesbaden/Mainz zur Regionalgruppe Rhein-Main. Intensiven Austausch und Kooperation pflegten die Regionalgruppen Frankfurt und Wiesbaden/Mainz schon seit geraumer Zeit. Im Spätsommer des vergangenen Jahres folgten Gespräche und konkrete Absprachen. Damit bieten sich den Mitgliedern beider ehemaliger Regionalgruppen durch Synergieeffekte und Erweiterung der Bezugsräume mehr Kommunikations- und Kooperationspartner/innen und neue Angebote. Dies entspricht dem gewachsenen Bedarf an Kontakt und Kommunikation im Rhein-Main-Gebiet. Die Regionalgruppen wachsen quasi über Ihren eigenen Tellerrand hinaus. Durch die Fusion werden noch mehr Bildungs- und Informationsveranstaltungen ermöglicht. Über die Städte hinaus geben sie Impulse in die ganze Region.

Fünf Veranstaltungen sind pro Jahr geplant. Im Fokus stehen der Besuch von interessanten Organisationen und Einrichtungen und die Information über deren besondere Arbeitsweise oder Projektumsetzung. Dazu bietet sich Gelegenheit zu fachlichem Austausch im Kreis der Kolleg/innen und informellem Netzwerken. Zugangsbeschränkungen gibt es keine. Die neue Regionalgruppe wird von den bisherigen Organisatoren der Vorgängergruppen geleitet.

4.4. Die Arbeitskreise des DFRV – Was ist nach dem Sonderworkshop „Zukunft des DFRV" passiert?

Gemeinsam mit Jörg Eisfeld-Reschke und anderen engagierten Mitgliedern im DFRV hat Tom Neukirchen 2013 eine Mitgliederbefragung durchgeführt und 2014 auf dem Fundraising-Kongress den Sonderworkshop „Zukunft des DFRV" veranstaltet – der unglaublich

breiten Zuspruch hervorrief. Die Teilnehmer haben viele erfolgversprechende Ideen und Lösungsansätze für drängende Fragen skizziert.
Es war für die Organisatoren eine große Herausforderung, die positive Energie des Workshops mitzunehmen und in einen neuen Prozess zu kanalisieren. Der Vorstand hat, wie mehrfach in den Verbandsmedien berichtet, für jedes diskutierte Thema einen Themenkapitän eingesetzt, mit der Bitte, gemeinsam in einer Gruppe mit anderen ehrenamtlich Engagierten im DFRV dieses Thema weiterzutreiben und dem Vorstand abschließend ein Papier zu übergeben mit konkreten Empfehlungen zur Umsetzung. Die Organisatoren sind dankbar, dass die Themenkapitäne dem Vorstand gelungene Empfehlungen übergeben haben, über deren Umsetzungsmöglichkeit im 2. Quartal 2015 entschieden werden soll.

Tom Neukirchens Dank gilt dabei allen Ehrenamtlichen, die an diesem tollen Ergebnis mitgewirkt haben. Seine Bitte für die Zukunft gilt alle jenen, die etwas vom DFRV erwarten und sich noch nicht engagieren: Treten Sie mit Ihrem DFRV, dem Vorstand, den Fachgruppen und -ausschüssen sowie den Regionalgruppen in Dialog! Helfen Sie, durch Ihre Anmerkungen und Ihr Engagement, den DFRV für sich und andere noch besser zu machen.

Arbeitskreis „Mehrwert“

Welchen Mehrwert bietet der Verband, sodass eine Mitgliedschaft attraktiv ist? Welche Mehrwerte gibt es schon, welche sollten noch entwickelt werden? Das waren die Fragestellungen des Arbeitskreises „Mehrwert“.

Die Hauptarbeit der Gruppe, die aus Arne Peper, Cornelia Blömer, Miriam Wagner Long und Birgit Stumpf besteht, liegt noch vor ihr. Da sich das Thema „Mehrwert“ mit vielen anderen Workshops inhaltlich überschneidet, wurde eine zeitlich möglichst späte Bearbeitung beschlossen. Dann liegen bereits erste Ergebnisse aus anderen Workshops vor und können in diesem Themenfeld integriert werden.

Die Arbeitsgruppe wird untersuchen, welche aktuellen Leistungen und Angebote des Verbandes bereits als guter Mehrwert empfunden werden und sich als „case for support“ für eine Mitgliedschaft eignen. Dabei wird zwischen „konkretem“ und „ideellem“ Mehrwert unterschieden. Unter den Bereich „konkrete Mehrwerte“ fallen Angebote wie z.B. Zugang und Vergünstigungen für Veranstaltungen, Zugang zu Publikationen, Hilfestellungen bei fachlichen Fragestellungen. Bei den „ideellen Mehrwerten“ handelt es sich um Vernetzungsmöglichkeiten der Mitglieder, die positive Beeinflussung der Öffentlichkeit durch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes sowie die Möglichkeit, durch die Kommunikation in die Entwicklung der Branche eingebunden zu sein, auch durch Regional- und Fachgruppen. Außerdem werden mögliche weitere Leistungen beleuchtet, die für potentielle Mitglieder interessant sind, aber aktuell noch nicht angeboten werden. In diesem Zusammenhang wird die Gruppe auch speziellen Fokus auf die Angebote für Dienstleister und Organisationsmitgliedschaften legen.

Ziel der Arbeitsgruppe ist es, eine realistische Prioritätenliste vorzulegen, die die wichtigsten aktuellen und zukünftigen Leistungen des Verbandes enthält, die sowohl für die Mitglieder-Gewinnung als auch Mitglieder-Bindung wichtig sind. ▸

31. August

Der Call-for-Papers für den Deutschen Fundraising Kongress 2015 endet, es sind über 100 Einreichungen eingetroffen

Arbeitskreis „Interne Kommunikation“

Der Arbeitskreis „Interne Kommunikation“, der sich ebenfalls im Rahmen der Zukunftswerkstatt gebildet hatte, hat bislang nicht offiziell getagt. Themenkapitän Christian Gahrmann hatte sehr schnell den Eindruck gewonnen, nicht aktiv werden zu müssen, weil es aus seiner Sicht bereits unmittelbar nach der Mitgliederversammlung eine deutliche Verbesserung der Kommunikation des Vorstandes mit seinen Mitgliedern gab und sich dieser Eindruck im Laufe des Jahres weiter verfestigte. Eine von ihm initiierte – nicht repräsentative – Umfrage in der DFRV-Facebookgruppe ergab, dass er nicht ganz alleine mit dieser Meinung stand. Dort äußerte sich kein einziges Mitglied als unzufrieden oder brachte konkrete Kritikpunkte an.

Als Wunsch für die Zukunft hegt Themenkapitän Christian Gahrmann noch, dass die Regional- und Fachgruppen in der Kommunikation noch stärker wahrnehmbar sind und ihre Arbeit in den Verband getragen wird. Beispielsweise könnte dies über Beiträge im neuen Blog des Verbands passieren. Auch wenn in den letzten Wochen die DFRV-Facebookgruppe als niedrigschwelliges Angebot zur Informationsstreuung von einigen Regionalgruppen entdeckt wird.

Arbeitskreis „Good Governance“

Mitglieder und Vorstand des DFRV haben erkannt, dass eine Richtlinie zur Regelung von Interessenskonflikten in Ergänzung der übrigen Verbandsgrundsätze verabschiedet werden sollte. Die Mitglieder der eigens eingesetzten Arbeitsgruppe „Good Governance“ haben sich im August 2014 persönlich getroffen und dabei ihren Arbeitsauftrag abgesteckt. Alle weiteren Abstimmungen fanden fernmündlich und per E-Mail statt. Mitglieder des Arbeitskreises sind Birgit Kern, Tom Neukirchen, Reinhard Greulich, Arne Peper sowie Friedrich Haunert als „Themenkapitän“.
In den Beratungen wurde festgestellt, dass Transparency International Deutschland e.V. hervorragend geeignete Dokumente veröffentlicht hat, die der Arbeitskreis adaptieren konnte. Das Ergebnis war ein internes Diskussionspapier zur Vorlage im Vorstand mit dem Titel „Richtlinie des DFRV für den Umgang mit Interessenskonflikten“. Dieses Dokument soll verabschiedet und veröffentlicht werden und danach gleichermaßen für Vorstand, Geschäftsführung, Geschäftsstelle und Gremienmitglieder Gültigkeit besitzen.

Arbeitskreis „Wer soll das bezahlen – Einnahmen des DFRV“

Der Arbeitskreis „Wer soll das bezahlen – Einnahmen des DFRV“ hat sich im Juni konstituiert und sich in lockerer Abfolge seit dem Sommer 2014 per E-Mail ausgetauscht. Neben Themenkapitän Tom Martens sind die weiteren Mitglieder des Arbeitskreises: Christian Gahrmann, Matthias Kröselberg, Mathias Lindemann, Holger Menze, Tom Neukirchen und Tjark Thumann.
Gemeinsam hat der Arbeitskreis verschiedene Ideen entwickelt, die er dem Vorstand empfiehlt:

Eine moderate Erhöhung der Mitgliedsbeiträge: Wenn der Verband sichtbarer und einflussreicher wird und klar herausstellen kann, welche Vorteile Mitglieder des DFRV genießen, ist eine Erhöhung der Mitgliedsbeiträge durchaus angebracht.

Nach sieben Jahren kontinuierlichen Beitrags findet der Arbeitskreis es durchaus in Ordnung, den Beitrag ab 2016 um 20 Euro zu erhöhen. Der Verband könnte durch die Mehreinnahmen von rund 21.000 Euro eine bessere personelle Besetzung der Geschäftsstelle finanzieren, die angesichts der ambitionierten Arbeit des neuen Vorstandes nötig ist.

Die Etablierung eines Softwaretages und anderer, spezialisierter, wiederkehrender Fundraisingtage. Dieser könnte neue Sponsoren anlocken, wie beispielsweise PayPal oder Ebay und möglicherweise auch Banken, die Spendentools anbieten. Andere Fundraisingtage wären zum Beispiel auf dem Gebiet der Gesundheit, des Umwelt- und Tierschutzes möglich.

Neue Sponsoren finden, alte reaktivieren und bestehende halten: Der Verband ist als Partner für Firmen, die im weitesten Sinne im Fundraising aktiv sind, sehr attraktiv. Er ist der Mittler zwischen Organisationen und Dienstleistern auf der einen Seite und interessierten Firmen auf der anderen. Ein starker Verband mit einem großen Augenmerk auf „Ethik“ und „Transparenz“ wird neue Sponsoren anlocken. Eine innovative Diskussion unter den Mitgliedern kann das befruchten.

Mitgliederwerbung betreiben, Akquise von Veranstaltungen und Ausbau der Leistungen für Mitglieder durch kostenlose Beratung: Dazu gehört ein stärkeres Branding, Verweise auf die Ethikregeln und den damit verbundenen Vorteilen für Organisationen, die beginnen, stärker in die Transparenzdiskussion einzusteigen. Die Ethikregeln und die damit verbundene Offenheit für die Problematik der so genannten „Verwaltungskosten“ sind ein starkes Pfund, das der Verband in seiner Werbung betonen sollte, zumal diese Diskussion immer wieder von der Presse aufgezwungen wird. Der Verband sollte dabei sein Logo quasi als Qualitätssiegel anpreisen. Die Ausrichtung des Verbandes als Dienstleister für seine Mitglieder (Einzelpersonen, Organisationen und Dienstleister) kann nur weitere Vorteile bringen. Der Verband muss dabei in vielen Fällen nur als „Vernetzer“ fungieren.

Einrichtung einer Ausschreibungsplattform für Dienstleister: Diese Plattform sollte nur registrierten Organisationen/Dienstleistern offenstehen und ihnen die Möglichkeit eines offenen Dialoges über Wünsche und Wirklichkeiten bieten. Die Mitgliedschaft im DFRV vorausgesetzt, können sich dort nur Dienstleister melden, die den Ethikregeln zugestimmt haben, was ein Argument für die Organisationen sein sollte, die sich der Transparenz verpflichtet haben.

Arbeitskreis „Berufsbild“

Der Arbeitskreis Berufsbild wurde von Silvia Starz und Selma Reese geleitet. Außerdem gehörten ihm an: Ursula-Marie Behr, Becky Gilbert, Jörg Eisfeld-Reschke, Gabriele Mayer und Daniel Schultz. Nach einer Phase der Recherche und Analyse vorhandener Quellen und dem Vergleich mit Berufsbildern anderer Branchen, erarbeitete die Gruppe eine Struktur für das zu formulierende Berufsbild. Zudem ergaben sich noch weitere Fragen: So fehlt eine aktuelle Übersicht über die Einnahmesituation für den Fundraisingsektor. Ebenso gibt es keine aktuelle Auswertung, welche Anforderungen die Arbeitgeber an ihre zukünftigen Arbeitnehmer der Branche haben. In Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle des DFRV wurden die offenen Fragen in die aktuell geplanten Umfragen des DFRV eingearbeitet. Sobald die Auswertungen vorliegen, können sie in dem bereits erstellten Entwurf zum Berufsbild ergänzt werden.

12. September

Die stellv. Vorsitzende Miriam Wagner-Long gibt im Rahmen der DFRV-Kooperation mit der polnischen Organisation INSPRO ein Seminar in Lodz

1. Oktober

Auf dem 2. Treffen des Programmbeirats wird über die Call-for-Paper Einreichungen abgestimmt

5. Sponsoring und Partnerschaften

Offen für neue gemeinsame Wege

Sponsoren und Partner sind für den DFRV unverzichtbar, denn ein gemeinsames Engagement macht uns stärker. Deshalb setzen wir einerseits auf bewährte Formen der Kooperation und versuchen andererseits neue Formate zu finden, die einen Mehrwert für den Verband und den Partner beinhalten. So konnten wir beispielsweise unseren bewährten Premiumsponsor Deutsche Post AG davon überzeugen, sein Engagement auf das Direktmarketing-Panel auszuweiten. Ab 2015 können wir daher dieses in der Schweiz erfolgreiche Benchmarketing-Tool auch für deutsche NGOs zu einem günstigen Preis anbieten. Auf dem Kongress 2015 werden wir mit dem Software-Slam erstmals ein neues Format für Software-Firmen anbieten.

Auch im Rahmen des Deutschen Fundraising-Kongresses 2014 wurden wir von der Deutschen Post AG unterstützt, ebenso wie von folgenden Premiumsponsoren: Dialog direct, Paypal und Ebay für Charity. Als Presenter haben uns unterstützt: die Bank für Sozialwirtschaft, GOB Software & Systeme, die GRÜN Software AG, giftGRÜN Digitalagentur und koopmanndruck. Unsere Medienpartner waren forum Nachhaltig Wirtschaften, das Fundraiser Magazin, Klinik Markt inside, medhochzwei, Stiftung & Sponsoring, DIE STIFTUNG und DIE ZEIT. Als Austeller waren vor Ort: adfinitas Relationship Fundraising, acxiom, arvato AZ DIRECT, BPN Postal Network, direct.punkt Gesellschaft für Direktmarketing mbH, EC Consulting GmbH, das Europäische Spendensiegel, filmbit filmproduktion, FUNDRAISINGBOX, fundango GmbH, die GFS Fundraising Solutions GmbH, Christian Gahrmann Philantropy Consulting, ifunds, ISYbe, Linear, Marschall Wernecke & Andere, der Qualitätszirkel Telefonfundraising, Quadriga Art International, salesforce foundation, startsocial e.V., Spendenstein und die TeleDialog GmbH. Als Bildungspartner unterstützte uns die Fundraising Akademie gGmbh. Die Agentur marketwing begleitete den Verband erneut bei der Verleihung des Fundraising-Preises.

Beim Fachtag „Fundraising im Gesundheitswesen“ wurden wir 2014 unterstützt vom Klinikum der Johann Wolfgang Goethe Universität Frankfurt/Main, der Fundraising Akademie gGmbh, der Deutschen Post AG sowie dem Deutschen Spendenhilfsdienst.

Doch nicht nur das finanzielle Engagement zählt – strategische Partnerschaften sind ebenso wichtig. So konnten wir in 2014 beispielsweise erfolgreich Lobbyarbeit in Sachen Internetzahlungen (SEPA) gemeinsam mit einer strategischen Allianz von E-Commerce-Anbietern und Handelsverbänden und unserem europäischen Dachverband EFA betreiben.

Nationale Partner sind die Initiative Transparente Zivilgesellschaft, der Bundesverband Deutscher Stiftungen, die Deutsche Vereinigung für Erbrecht und Vermögensnachfolge (DVEV), die Berliner Datenschutzrunde, sowie das Bündnis für Gemeinnützigkeit und das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE). Im BfG (Bündnis für Gemeinnützigkeit) ist der DFRV im Beirat vertreten, beim Bundesverband Deutscher Stiftungen e.V. ist er als Mitglied dabei, ebenso wie beim DGVM (Deutsche Gesellschaft für Verbandsmanagement e.V.).

Weitergeführt haben wir unsere Partnerschaften auf internationaler Ebene mit der European Fundraising Association (EFA), der Association of Fundraising Professionals (AFP), der

Resource Aliance und über die Fachgruppe Gesundheit mit der Association for Healthcare Philanthropy (AHP).

Der DFRV ist gemeinsam mit dem Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) und dem Deutsche Spendenrat e.V. Gründer und Gesellschafter der Fundraising Akademie gGmbH. In 2014 hat der Verband die Fundraising Akademie nach ihren Möglichkeiten unterstützt. Dies nicht nur in der Eigenschaft als Gesellschafter und damit auch an der strategischen Weiterentwicklung der Akademie, sondern vielmehr darüber hinaus durch die besondere Rolle als der Bildungspartner des Verbandes.

Besonders hervorzuheben ist die Markenbildung der Akademie. Dies ist umso notwendiger, um das durch den Akademiebetrieb (Fundraising Manager, Regionalreferent, CSR-Manager) erworbene Wissen und Netzwerk auch in anderen Formaten dem Markt zu präsentieren. Das Weiterbildungsangebot der Akademie in Form von Tagesseminaren ist insoweit für den Verband Ausdruck der vielen Einsatzgebiete und Anforderungen die heute im Fundraising zu bewältigen sind.

Daher unterstützen wir auch alle Bestrebungen und Bemühungen der Akademie für die Zukunft auf ein erweitertes Konzept (Marken/Angebot) zu bauen. Denn was wäre ein Bildungspartner ohne Zukunftsvisionen.

Allen unseren Sponsoren und Partnern möchten wir einen herzlichen Dank aussprechen und freuen uns sehr auf die weitere Zusammenarbeit.

02. Oktober

Judith Bierau vom Team der Geschäftsstelle ist mit einem Infostand beim Fundraisingtag Berlin-Brandenburg

6. Aktuelles aus dem Bereich Lobbyarbeit

Machen wir uns nichts vor: Der Deutsche Fundraising Verband wird als Vertreter der Interessen gemeinnütziger Organisationen und aller, die bei diesen arbeiten oder diese als Dienstleister unterstützen, öffentlich noch nicht ausreichend wahrgenommen. Das müssen wir ändern, um erfolgreicher zu werden.

Die Notwendigkeit, eine systematische Lobbyarbeit im politisch-gesellschaftlichen Raum aufzubauen und dauerhaft zu leisten, ist erkannt und wird von den Verbandsmitgliedern mit einem hohen Stellenwert belegt (Mitgliederumfrage 2013). Mit dessen Entwicklung beschäftigt sich derzeit die Arbeitsgruppe „Lobbyarbeit“ der „Zukunftswerkstatt“ unter Leitung von Ricarda Raths. Ansprechpartner im Vorstand sind Martin Dodenhoeft und Conny Blömer.

Die Arbeitsgruppe hat im Rahmen des Workshops auf dem Fundraisingkongress folgende Themen als besonders wichtig identifiziert:

- Umsatzsteuer (auf Porto, Mailings)
- Ansehen der NPO – Ansehen der Fundraiser/innen
- (Wirtschaftliche) Bedeutung des Dritten Sektors
- Portoermäßigung
- SEPA
- Datenschutzfragen (Deutschland und Europa)
- öffentliche Wahrnehmung (im Vergleich zu Auftritten des DZI u. a.).

Auch die Zielgruppen und Ansprech- wie mögliche Bündnispartner sind vielfältig:

- Bundesregierung und Landesregierungen
- Bundestag und Landtage
- EU-Kommission und -Parlament
- politische Parteien
- Medien(-entscheider)
- Banken und Wirtschaftsverbände
- NPO-Dachverbände (wie VENRO u. a.)
- einzelne große Organisationen – eigene Netzwerke – Geschäftspartner.

Wichtige Themen sind also identifiziert – und mögliche Partner, sie in der Öffentlichkeit zu promoten. Im Dritten Sektor gibt es andere wichtige Zusammenschlüsse, mit teilweise größerem Einfluss als dem unseren. Wir sind deshalb gut beraten, grundlegende Anliegen – vor allem gegenüber der Politik – gemeinsam mit ihnen zu vertreten. Deshalb suchen wir den Schulterschluss. Im vergangenen Jahr gab es gute Gespräche unter anderem mit dem Bundesverband Deutscher Stiftungen, dem Spendenrat, dem Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE) und anderen. Wir sind vertreten im Bündnis für Gemeinnützigkeit, der großen Plattform für (Dach-) Verbände im Dritten Sektor. Das aktuelle Thema „Transparenz im Dritten Sektor“ ist auch eines unserer Kernthemen.

Groß ist allerdings auch die Gefahr, sich bei begrenzten Ressourcen im Verband zu verzetteln. Sowohl die Arbeitsgruppe wie auch der Vorstand sind deshalb überzeugt, dass

Schwerpunkte auf einzelne Vorhaben zu setzen sind.
Ein aktuelles, besonders konkret fassbares Thema heißt „Geldauflagen künftig nur noch für Gemeinnützige“. Ziel ist eine Änderung der Strafprozessordnung dahingehend, dass künftig nicht mehr Gemeinnützige und Staat, sondern nur noch Gemeinnützige bedacht werden können. Auf dem Fundraising Kongress 2015 wird der Startschuss für die Kampagne gegeben.
Allein ist der Verband sichtlich zu schwach – jedenfalls so lange, wie er nicht die Interessen vieler großer gemeinnütziger Organisationen bündeln kann. Wir wollen und müssen daher für eine besser gelingende Lobbyarbeit noch mehr Organisationsmitglieder gewinnen. Doch die erwarten in Teilen sichtbar erfolgreiche Lobbyarbeit des Verbandes als Voraussetzung für ihre Mitgliedschaft.

Schnelle große Erfolge sind nicht sehr wahrscheinlich. Beharrliche Lobbyarbeit muss deshalb zum Teil unseres Alltagshandelns werden. Wir werben dafür, mit anderen im gemeinsamen Interesse gemeinsam zu handeln!

02. Oktober
Der DFRV plant eine neue Gehaltsstudie und startet dafür eine Umfrage

14.-17. Oktober
DFRV-Geschäftsführer Arne Peper nimmt am IFC in Noordwijkerhout teil

7. Der Verband auf Internationalem Parkett

Becky Ann Gilbert, CFRE
Vizepräsidentin European Fundraising Association
Ehem. Mitglied des Vorstands (2006-2014)

Auch 2014 hat der Deutsche Fundraising Verband sich international mit Verbänden und Organisationen ausgetauscht und von ihren Erfahrungen und Perspektiven profitiert.

Mehr zu DFRVs internationalem Netzwerk:

- www.efa-net.eu
- www.afpnet.org
- www.ahp.org
- inspro.org.pl
- www.cfre.org
- www.resource-alliance.org

Wie in den Jahren zuvor nahm die Zusammenarbeit mit der European Fundraising Association (EFA) eine zentrale Stelle ein. Mit Becky Gilbert als EFA-Vizepräsidentin ist der Verband im EFA-Vorstand vertreten, als EFA-Delegierte engagiert sich die Stellvertretende Vorstandsvorsitzende Miriam Wagner Long. Eine Konstellation, die eine enge Verzahnung aller internationalen Aktivitäten, eine Bündelung von Kompetenzen sowie eine hohe Kontinuität erlaubt. Für den Zeitrahmen April-Dezember 2014 hat Vorstandsmitglied Tom Neukirchen die EFA-Arbeit ebenfalls unterstützt.

Zu den weiteren EFA Vorstandsmitgliedern in 2014 gehörten Andrea Caracciolo di Feroleto (ASSIF- Associazione Italiana Fundraiser), Daniel Fluskey (Institute of Fundraising UK), Svitlana Kuts (Institute of Professional Fundraising), Maria Ros Jernberg (FRII Frivilligorganisationernas Insamlingsråd / Swedish Fundraising Council) und Günther Lutschinger (Fundraising Verband Austria), der das Amt des EFA-Präsidenten inne hat.

2014 Internationales Abkommen: EFA und CFRE International

20 Nationalverbände mit einer geografischen Spannbreite von Irland bis zur Ukraine gehören der EFA an. Der Verbund vertritt damit 1542 juristische und 9306 individuelle Mitglieder (Stand Ende 2013). Die Zahl von Nationalverbänden mit EFA-zertifizierten Programmen liegt bei 11 Ausbildungsgängen, worüber sich das EFA-Zertifizierungskomitee unter der Leitung von Becky Gilbert und bestehend aus Yaële Aferiat, Maria Ros Jernberg, Robert Kawalko, Prof. Adrian Sargeant, Dr. Johan Vamstad und Dr. Pamala Wiepking sehr freute. EFA ist darüber hinaus Partner des amerikanischen Fundraising-Verbands AFP und der Resource Alliance und hat mit beiden 2014 seine Aktivitäten im Bereich Training und Weiterbildung ausbauen können.

Die Annual General Assembly in 2014 und das Jahrestreffen fand in Brüssel statt. Mit Gästen wie
Cécile Le Clercq, Gerry Salole, Hans Wolters, Ludwig Forrest, Beatrice Best, Jos Dings, Sophie De Jonckheere, Eva Aldrich, Varda Trauger und Vorträgen zu Schlüsselthemen wie Best-Practice-Online-Kampagnen sowie Förderpraktiken der Europäischen Union war das Zusammenkommen besonders hochkarätig. Die Annual General Assembly hat mit dem EFA-Vorstand beschlossen, den bisher eingeschlagenen Weg mit Fokus auf Lobbyarbeit, Zertifizierung, den Ausbau von Partnerschaften und Verbandskommunikation sowie Marktforschung, u.a. der Studie „Fundraising in Europe“, fortzusetzen.

EFA Zertifizierungskomitee 2014

Ein Highlight der 2014er Annual General Assembly war die Bekanntmachung eines neuen Kooperationsvertrags mit Certified Fund Raising Executive (CFRE) International, zusammen mit EFA einer der wenigen Player in der Fundraising-Branche mit starken länderübergreifenden Schwerpunkten und einem bewussten Fokus auf Standards für professionelles und ethisches Fundraising. In Bezug auf parlamentarische Debatten rund um Fragen zum Datenschutz, SEPA und zur Vereinheitlichung des Spendenrechts pflegt der EFA-Vorstand

weiterhin einen lebendigen Dialog mit Entscheidungsträgern und Multiplikatoren. Lobbypartner von EFA in Sache Mehrwertsteuer auf europäischer Ebene ist der European Charities' Commission on VAT ECCVAT.

Von der Kooperation mit der EFA profitieren übrigens auch DFRV-Mitglieder. Sie werden durch den EFA-Newsletter über internationale Entwicklungen im Fundraising auf dem Laufenden gehalten und können alle Kongresse aller EFA-Mitgliedsverbände zu einem vergünstigten Mitgliederpreis besuchen.

OWES INSPRO – transnationale Lösungen

2013 hat der Deutsche Fundraising Verband eine neue internationale Kooperation mit der polnischen Organisation INSPRO (Institut für Bürgerliche Angelegenheiten) auf den Weg gebracht. INSPRO ist eine partei- und interessensgruppenunabhängige gemeinnützige Organisation mit Sitz in Łódź. Sie wurde 2004 gegründet, um die Entwicklung des gemeinnützigen Bereichs in Polen zu fördern. Dabei initiiert INSPRO einerseits selbst Kampagnen und organisiert andererseits Weiterbildungen für Beschäftigte aus dem Non-Profit Bereich.

Der letzte Bestandteil der Kooperationsvereinbarung mit INSPRO war eine Fundraising-Tagung im September 2014. Der DFRV wurde durch Vorstandsmitglied Miriam Wagner Long und Becky Gilbert vertreten. Mit über 100 Teilnehmern war die Veranstaltung sehr gut besucht. Für die Empfehlung des DFRV gegenüber INSPRO und dem Europäischen Sozialfonds (ESF) gilt ein besonderer Dank Robert Kawalko, Polskie Stowarzyszenie Fundraisingu.

Somit baute die Veranstaltung auf der bestehenden Zusammenarbeit zwischen INSPRO und DFRV auf, die durch den ESF gefördert wird. Vertreten durch Becky Gilbert und Jochen Schiel, Mitglied des DFRV-Beirats, hat der DFRV vier Workshops in Łódź geleitet. Teilnehmer waren Geschäftsleitung und Mitarbeiter von INSPRO, mit dem Ziel, das Fundraising der Organisation zu stärken und zugleich das in den Workshops erarbeitete Wissen im Rahmen ihrer Arbeit an andere NGOs weiterzugeben.

Darüber hinaus wurden wichtige Referenztexte des Verbands vom Deutschen ins Polnische übersetzt. Im Sommer 2013 verbrachten zwei Mitglieder des INSPRO-Fundraising Teams jeweils einen Monat in der Geschäftsstelle des DFRV unter der Anleitung von Nicole Holtz und Anja Köhn. Mit den neuen Erkenntnissen aus der direkten Zusammenarbeit mit dem DFRV-Geschäftsstellenteam, den erstellten Unterrichts- und Arbeitsmaterialien, einer Studie über Fundraising-Best-Practice in Deutschland und der Tagungsdokumentation wurden 2014 die Kooperation abgeschlossen und nachhaltig Wirkung erzielt.

Zu den weiteren Highlights gehört zweifelsfrei der fruchtbare Austausch auf Fachgruppenebene zwischen der Fachgruppe Gesundheitswesen und dem nordamerikanischen Verband Association for Healthcare Philanthropy (AHP), mit AFP zusammen einer der weltweit führenden Mitgliederverbände für die Branche, zudem Mitgründer des Certified Fund Raising Executive International Programms. Unter der Leitung von Birgit Stumpf wurde 2014 die Kooperation ausgebaut und unter anderem den Weg für ein neues Hospitationsprogramm für DFRV im Jahre 2015 geebnet. Weitere Aktivitäten wie Treffen mit ausländischen Besucherdelegationen, Workshops, Interviews für Diplomarbeiten und Dissertationen sowie der fruchtbare Austausch mit Experten runden die internationalen Aktivitäten des DFRV ab.

24. Oktober

In einer Pressemeldung fordert der DFRV eine Reformierung des Gemeinnützigkeitsrecht, das NGOs mehr Rechtssicherheit bietet

8. Der Fundraising Kongress – Neues Spiel neues Glück

Der Fundraising-Kongress 2014 war für den Verband in verschiedener Hinsicht spannend. Mit kaiserwetter und WOK lösten zwei neue Agenturen als Tandem die vorherige Agentur ab. Das neue Vertragsmodell, mit dem der Verband nun selbst Veranstalter des Kongresses wurde, drehte die finanziellen Risiken um. Zugleich lag ein deutliches Missfallen bezüglich des Kongressformates und des Veranstaltungsortes sowohl bei Teilnehmern als auch bei den Sponsoren in der Luft. Hierbei haben sowohl die Agenturen als auch die Geschäftsstelle einige Lernprozesse durchlaufen. Auch wenn nicht alles optimal funktionierte, konnten wir 2014 doch insgesamt ein attraktives Programm bieten, die Sponsoren halten und auch neue dazu gewinnen. Die Teilnehmerzahlen stabilisierten sich auf dem Niveau der Vorjahre. So wurde auch das angestrebte finanzielle Ergebnis erreicht.

Trotzdem gibt es noch vieles, was verbessert werden kann und soll. Hierbei geht es um die Längen der Seminare, die Strukturierung des Programms, detaillierte Feedback-Bögen und

eine Verbesserung der Referentenauswahl, aber auch um Wünsche wie mehr Sitzmöglichkeiten bei den Mittagessen. All das ist in die Planung des Fundraising-Kongresses 2015 eingeflossen. Außerdem wurde auch der zeitliche Aufbau des Kongresses umstrukturiert: Mit der Verlegung der Mitgliederversammlung auf den ersten Kongressabend können wir hoffentlich noch mehr Mitglieder als in den Vorjahren zu einer Teilnahme und damit zu einer aktiven Beteiligung an der Entwicklung des Verbandes bewegen. Ein zweiter Vorteil dieser Änderung besteht darin, dass der letzte Kongresstag nun komplett mit Seminaren belegt wird und dadurch ebenfalls an Bedeutung gewinnt. Auch für den Gala-Abend haben wir Optimierungen vorgesehen.

Bei der Location werden wir auch in naher Zukunft weiter auf das andel's setzen. Hier stellte sich heraus, dass die Differenzen der vergangenen Jahre in erster Linie am Zusammenspiel der damaligen Agentur mit der Geschäftsstelle und dem Hotel lagen. Sie konnten schnell bereinigt werden, sodass sich das andel's als Veranstaltungsort bewährt hat.

Besonders wichtig war im Rahmen der Kongressplanung die bessere Einbindung des Programmbeirates bei der Themenauswahl. Die Auswahl der Referenten für 2015 durch den Programmbeirat haben wir wesentlich transparenter gestaltet. Das sollte es einerseits den Mitgliedern ermöglichen, die Entstehung des Programms genauer zu verfolgen. Außerdem sollen die Referenten damit besser nachvollziehen können, warum ein Beitrag eventuell abgelehnt wurde. Für 2016 wollen wir die Verfahren weiter optimieren. So ist geplant, einen Bewerbungsleitfaden zu erarbeiten, an dessen Kriterien sich Referenten direkt bei der Einreichung orientieren können.

Neben den einzelnen Seminaren stand 2014 auch das Networking wieder im Fokus des Kongresses. Dazu trugen kleine Aktionen bei, wie der Dreh einer Fundraising-Kongress Version von Pharrell Williams „Happy" mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Der Clip hierzu ist bei youtube in den vergangenen Monaten eifrig angeklickt worden. Da die Aktionen bei allen sehr gut ankamen, haben wir auch für 2015 einiges geplant. Besucherinnen und Besucher können sich auf „Bürogolf", eine Kunstaktion und weitere Überraschungen freuen.

30. Oktober

Das Thema „Telefonfundraising" steht auf der Tagesordnung beim Regionalgruppentreffen Köln/Bonn

5. November

DFRV-Geschäftsführer Arne Peper ist auf der ConSozial zu Gast und spricht über das Thema „Fundraisingerfahrungen sinnvoll nutzen"

Teil des Kongresses war natürlich auch 2014 wieder der Deutsche Fundraising-Preis, der im Rahmen der feierlichen Gala übergeben wurde. Hier konnte sich Islamic Relief über die Auszeichnung als „Beste Innovation“ freuen, die sie für Ihre Aktion „Speisen für Waisen“ erhielt. In der Kategorie „Beste Kampagne“ überzeugten die Seenotretter mit ihrem Spendenwettbewerb „Reetdach gegen Reeperbahn – Wer spendet mehr: Sylt oder Hamburg?“. Der Preis der Jury ging 2014 an Susanne Anger, Geschäftsführerin der Deutsche Fundraising Company (DFC) GmbH, die mit ihren zahlreichen Aktivitäten die Fundraising-Landschaft nachhaltig geprägt hat.

Auch beim Fundraising Preis sind für 2015 einige Neuerungen geplant. Die Kategorien „Beste Innovation“ und „Beste Kampagne“ haben wir abgeschafft. Neben dem Preis der Jury werden wir 2015 außerdem einen Sonderpreis des DFRV-Vorstands vergeben, der an die Aktion „Rechts gegen Rechts – Der unfreiwilligste Spendenlauf Deutschlands“ geht.

9. Finanzen 2014

Die Entwicklung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ist wesentlich durch den in eigenem Namen und für eigene Rechnung veranstalteten Fundraising-Kongress des Verbandes geprägt. Sie ist insgesamt positiv zu beurteilen. Die angegebenen Beträge sind gegenüber dem Jahresabschluss jeweils auf volle 1.000 Euro gerundet.

Die Vermögenslage ist durch eine Veränderung der Bilanzsumme von 320.000 Euro auf 220.000 Euro (Rückgang um 100.000 Euro) gekennzeichnet. Maßgeblich ist dies durch die zeitliche Verschiebung des Fundraising-Kongresses vom April in den Mai 2015 bedingt. Zum Bilanzstichtag bestanden infolge des später gestarteten Kartenvorverkaufs mit 44.000 Euro deutlich geringere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen als im Vorjahr (98.000 Euro, Rückgang um 54.000 Euro). Sie resultieren größtenteils aus fakturierten Rechnungen für den Fundraising-Kongress 2015.

Korrespondierend haben sich die sonstigen Verbindlichkeiten um 59.000 auf 102.000 Euro verringert. Sie betreffen vorwiegend den Kongresseintritt 2015, soweit er zum Bilanzstichtag bereits vereinnahmt wurde. Da die Veranstaltung selbst erst im Folgejahr stattfindet, sind diese Einnahmen als Verbindlichkeit auszuweisen. Daneben ist die Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen auf 4.000 Euro (Vorjahr: 28.000 Euro) erwähnenswert.

Die Finanzlage war im abgelaufenen Jahr durchgehend gut. Zum Bilanzstichtag verfügte der Verband über liquide Mittel in Höhe von 80.000 Euro.

Die Mitgliedsbeiträge erreichten im Berichtsjahr unverändert die Summe von 215.000 Euro. Einer Zunahme von juristischen Personen in der Mitgliedschaft standen Austritte von Einzelmitgliedern entgegen. Wesentlich für die insgesamt dennoch gute Ertragslage des Verbandes war wiederum der Fundraising-Kongress 2014. Die Umsatzerlöse haben sich wegen der Durchführung des Kongresses in eigener Regie um 342.000 Euro auf 500.000 Euro erhöht (Vorjahr: 158.000 Euro). Die mit dem Kongress verbundenen Aufwendungen sind entsprechend gestiegen, sie fallen unter die „Sonstigen betrieblichen Aufwendungen“. Diese betragen im Berichtsjahr insgesamt 623.000 Euro und sind im Vorjahresvergleich um 417.000 Euro gestiegen. Dieser Posten enthält auch die Aufwendungen für die – in diesem Umfang im Haushalt nicht geplante, aber aus einhelliger Sicht des Vorstandes notwendige – ganzjährige Beschäftigung eines Geschäftsführers und für die ungeplant notwendige Erneuerung der IT-Ausstattung der Geschäftsstelle.

Das Geschäftsjahr schließt mit einem Jahresfehlbetrag von 14.000 Euro (Vorjahr: Jahresüberschuss 51.000 Euro).

Für das Jahr 2015 plant der Verband wieder mit einem positiven Ergebnis.

10. November

Kurzfristige Ideen für das Weihnachtsgeschäft entwickelt die Regionalgruppe Kiel bei ihrem Treffen

17. November

Die letzte Möglichkeit, Tickets für den Fundraising-Kongress 2015 zum extra-günstigen Early-Bird Tarif zu bestellen

Bilanz zum 31.Dezember 2014

AKTIVA

		31.12.2014	31.12.2013
	Euro	Euro	Euro
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten		5.657,00	17.854,00
II. Sachanlagen			
andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		3.379,00	2.376,00
III. Finanzanlagen			
Beteiligungen		17.000,00	17.000,00
B. Umlaufvermögen			
I. Vorräte			
fertige Erzeugnisse und Waren		308,47	379,22
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	44.450,60		98.335,30
2. sonstige Vermögensgegenstände	10.019,79		11.158,47
		54.470,39	109.493,77
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks		79.967,33	119.932,10
C. Rechnungsabgrenzungsposten		59.318,36	53.101,00
		220.100,55	**320.136,09**

PASSIVA

	31.12.2014 Euro	31.12.2013 Euro
A. Eigenkapital		
I. Kapitalrücklage	74.828,12	23.600,23
II. Jahresfehlbetrag	13.721,25-	51.227,89
B. Rückstellungen		
sonstige Rückstellungen	4.442,00	4.907,00
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten - davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr Euro 267,75 (Euro 1.719,17)	267,75	1.719,17
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen - davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr Euro 3.696,13 (Euro 28.144,00)	3.696,13	28.144,00
3. sonstige Verbindlichkeiten - davon aus Steuern Euro 6.389,05 (Euro 6.551,73) - davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr Euro 101.604,25 (Euro 160.543,80)	101.604,25	160.543,80
D. Rechnungsabgrenzungsposten	48.983,55	49.994,00
	220.100,55	**320.136,09**

Gewinn- und Verlustrechnung vom 01.01. - 31.12.2014

			Geschäfts-jahr	Vorjahr
		Euro	Euro	Euro
01.	Spenden und Mitgliedsbeiträge	214.839,80		214.407,06
02.	Umsatzerlöse	499.549,48		157.636,13
03.	**Gesamtleistung**		714.389,28	372.043,19
04.	Materialaufwand			
	Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren		70,75	416,01
05.	Personalaufwand			
	a) Löhne und Gehälter	78.771,34		83.464,65
	b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	16.882,63		18.450,58
			95.653,97	101.915,23
06.	Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		14.653,69	12.433,17
07.	sonstige betriebliche Aufwendungen		622.791,39	206.188,21
08.	sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		5.061,15	142,44
09.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen		0,00	5,12
10.	**Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit**		13.719,37-	51.227,89
11.	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		1,88	0,00
12.	**Jahresfehlbetrag**		**13.721,25**	**51.227,89-**

10. Schlussbemerkung

Das Jahr 2015, zum Zeitpunkt der Entstehung dieses Berichts schon drei Monate alt, soll für unseren Verband weitere Fortschritte bringen. Ich kann diese hier nur in Umrissen andeuten, und ich bitte um Nachsicht, wenn ich nicht alle wichtigen Themen würdigen kann. Das wird dann spätestens im Jahresbericht 2015 geschehen.

Was also steht aktuell auf unserer Agenda:

- Fortsetzung der Konsolidierung und, wenn möglich, deutliche Steigerung unserer Verbandseinnahmen; Ziel ist es, in den kommenden Jahren eine Rücklage von mindestens 50 000 Euro zu schaffen,
- Ausbau der Leistungen des Verbandes für seine Mitglieder: DM-Panel, Kooperation mit TNS Infratest beim Spendenmonitor, Erarbeitung und Prüfung weiterer Ideen für spezifische Dienstleistungen,

  Einführung des Ethiksignets und Fortsetzung der Arbeit am Kommentar zu den Ethikregeln (Beispiele zur „Best-Practice“),
- Vorbereitung der Fundraisingkongresse 2016 und 2017, Prüfung eines anderen Tagungsortes für 2017,
- weitere Verbesserung der internen Kommunikation und Transparenz, etwa hinsichtlich der Themen- und Referentenplanung für den Fundraisingkongress,
- in der Lobbyarbeit Ausbau der Beziehungen zu wichtigen Partnern (Dachverbände in Deutschland und international), Kampagne „Geldauflagen nur für Gemeinnützige“,
- Fortsetzung und weitere Verbesserung der Unterstützung der Fach- und Regionalgruppen, einschließlich Überlegung zur besseren Verankerung „dieser unserer Basis“ in der Satzung,
- Verbesserung der Arbeitsbedingungen in unserer Geschäftsstelle nach (finanzieller) Möglichkeit auch durch Personalerweiterung zum Ausgleich der Mehrbelastung durch wachsende Aufgaben,
- ...und wer weiß, was uns tagesaktuell noch ereilen und einfallen wird!

All das ist nicht denkbar ohne Ihre ideelle – und bitte auch – materielle Unterstützung. Als Profis wird es Sie nicht überraschen, dass wir dieses Mal einen Überweisungsträger beigefügt haben. Ihre Spende wird dafür dienen, unsere vielfältigen Aufgaben besser erfüllen zu können. Sie wäre für uns zudem Ansporn und Bestätigung, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Ihre Meinung dazu interessiert uns sehr.

Namens unseres Vorstandes und unserer Geschäftsstelle wünsche ich Ihnen ein gutes und erfolgreiches Jahr 2015!

Ihr
Martin Dodenhoeft

10

21. November

DFRV-Vorstand und Beirat sind für eine gemeinsame Sitzung zu Gast bei Amnesty International

21. November

Die Vorstandsmitglieder und das Team der Geschäftsstelle treffen sich zur gemeinsamen Weihnachtsfeier

DEUTSCHER
FUNDRAISING
VERBAND

Impressum

Herausgeber:	Deutscher Fundraising Verband e.V. Chausseestraße 5 · 10115 Berlin
Telefon:	030 / 30 88 318 - 00
Fax:	030 / 30 88 318 - 05
E-Mail:	info@fundraisingverband.de
Redaktion:	Arne Peper, Nicole Holtz
Gestaltung:	Andrea Draeger, monkimia.de
Druck:	Laserline, Berlin
Fotos:	Christoph Schöning, Clemens Mitscher Nicole Holtz, EFA