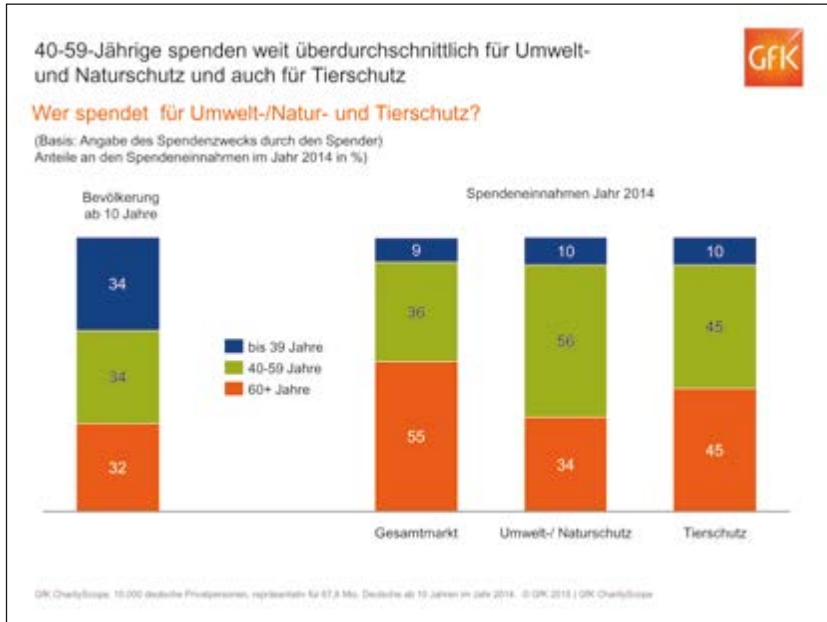


# Zahlen & Fakten

Spender für Umweltschutz sind jünger.  
Dafür leben Förderer des Tierschutzes länger



Den Satz „Tiere und Kinder gehen immer!“ haben im Fundraising schon viele gehört. Die Zahlen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) bestätigen das eindrucksvoll. Tierschutzorganisationen scheinen im letzten Jahrzehnt einiges richtig gemacht zu haben, denn der Anteil am deutschen Spendenaufkommen stieg von 2,4 Prozent im Jahr 2006 auf satte 5,8 Prozent im Jahr 2015. Umweltschutzorganisationen bleiben dagegen eher konstant bei etwas über zwei Prozent, haben aber dafür die deutlich jüngere Zielgruppe, wie die aktuelle Grafik zeigt. Aber keine Sorge, liebe Tierschützer, nach einer Studie der Texas A&M Universität verlängern Haustiere eindeutig das Leben, denn sie halten ihre Besitzer fit und das ist eure Kernzielgruppe. Denn Herrchen und Frauchen sind laut amtlicher Statistik in jedem vierten Haushalt mit Tier in Deutschland älter als 60 Jahre.

## Mit etwas Glück ...



Passend zu unserem Themenschwerpunkt „Fundraising für Tier- und Umweltschutz“ verlosen wir drei Exemplare des Buches „Nachhaltige Entwicklungsziele – Agenda für eine bessere Welt?“ aus der Reihe „politische ökologie“ des oekom Verlages. Um globale Ausmaße von Armut zu bekämpfen und Umweltbelastung auf ein Minimum zu reduzieren, haben die Vereinten Nationen die „Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“ verabschiedet. Was diese leisten können und wie realistisch das Erreichen der einzelnen Ziele ist, diskutiert dieser Band. Beseitigt sein werden

die größten Probleme ganz sicher nicht. Wenn Sie eins der Bücher gewinnen möchten, dann schicken Sie uns einfach bis zum 3. April 2016 eine E-Mail an [gewinnen@fundraiser-magazin.de](mailto:gewinnen@fundraiser-magazin.de). Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

## MEINE MEINUNG

„Professionalität und Qualität kosten Geld. Das muss in alle Köpfe.“

Ein Kommentar von **MATTHIAS DABERSTIEL**



Die Berichterstattung über NGOs war zur Weihnachtszeit wieder typisch. Nicht die Leistungen der Organisationen standen

im Vordergrund, sondern ihre Verwaltungskosten. Meist im Zusammenhang mit beruflichen Fundraisern. Die Erfahrung eines Kollegen, der bei einer Spendenscheck-Übergabe vom Unternehmer zugerant bekam: „Aber Sie machen das doch ehrenamtlich oder?“, ist exemplarisch. Warum ist es so schwer zu akzeptieren, dass professionelle Organisation auch Profis braucht? Damit möchte ich nicht die vielen Ehrenamtlichen schlechtreden, die den gemeinnützigen Sektor aufopferungsvoll tragen – die arbeiten ebenfalls sehr professionell! Aber es braucht eben für viele Ansprüche, die Förderer und unsere gemeinnützigen Projekte an uns stellen, auch hauptamtliche Strukturen, die täglich effizient und zeitnah arbeiten. Das ist in vielen NGOs Konsens.

Doch haben das auch die Gemeinnützigen selbst verstanden? Kürzlich meldete sich ein Vereinsvorstand bei mir. Die Teilnahmegebühr für unseren Fundraisingtag von 99 Euro für Vereine (statt 139 Euro ohne Ermäßigung) wäre doch ganz schön happig. Man sei ja schließlich gemeinnützig! Komisch, dass man hier, genau wie die Medien, eine Leistung, die hinter einem Projekt steht, völlig ausblendet und eine stramme Kostenlosmentalität pflegt. Qualität und Professionalität kosten Geld. Es geht um Effizienz und Wirkung. Das muss in alle Köpfe.

**Was meinen Sie? Schreiben Sie an [meinung@fundraiser-magazin.de](mailto:meinung@fundraiser-magazin.de)**

# Für Gimpel, Bluthänfling und Zwergsäger

Das Zählen von Vogelarten ist mehr als reiner Spaß

Der Zustandsbericht über Schutzgüter von europäischer Bedeutung zeigte 2015, dass sich 77 Prozent der Lebensraumtypen und gut zwei Drittel der Arten europaweit in einem ungünstigen Erhaltungszustand befinden. Wie man Naturbegeisterte für eine solche Problematik sensibilisieren kann, zeigt sich am Spendenlauf Bird Race.

Von RICO STEHFEST

Der frühe Vogel ist zwar angeblich der erfolgreichste, aber nicht in jedem Fall muss man zeitig aus den Federn, um Erfolg zu haben. In Österreich kann man beispielsweise erst um 15 Uhr ganz entspannt an den Start gehen. In der Schweiz hingegen sind sogar die Nachtaktiven gefragt. Da fällt der Startschuss erst um 21 Uhr. Diese Zeitpunkte markieren den Beginn der jeweiligen Ausgabe des Bird Race, einer Art Sponsorenlauf für den Erhalt gefiederter Freunde. Und natürlich für eine Aktion mit besonderem Spaßfaktor. Jeweils im September (Schweiz) und im Mai (Österreich) begeben sich Teams von mindestens zwei Teilnehmern in die Spur, um mittels Fernglas und geübtem Gehör innerhalb von 24 Stunden so viele Vogelarten wie nur möglich zu bestimmen. Natürlich ist dabei der absichernde Blick ins Bestimmungsbuch erlaubt. Strikt verboten hingegen ist der Einsatz von PKWs. Um den Landstrich seiner Wahl auf der Suche nach mehr oder minder seltenen Vogelarten zu durchstreifen, ist die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel genauso legitim wie der Einsatz des eigenen Fahrrades. Oder eben zu Fuß. Erlaubt ist übrigens auch die Fortbewegung auf dem Rücken eines Vierbeiners. Und das alles, wie könnte es auch anders sein, für einen guten Zweck. Wie bei einem klassischen Sponsorenlauf üblich suchen sich die einzelnen Teams im Vorfeld Sponsoren, die sich bereit erklären, einen bestimmten Betrag pro gesichteter Vogelart zu zahlen.



Für den offensichtlichen Spaß mit nicht zu unterschätzendem sportlichen Aspekt stehen schon allein die Zahlen: In der Schweiz gingen 2015 anlässlich der 25. Ausgabe des Bird Race 27 Teams an den Start, von denen allein die zehn erfolgreichsten Teams insgesamt mehr als CHF 36 000 (ca. 33 200 €) sammelten. Selbstverständlich kommen die gesammelten Gelder stets ornithologischen Projekten zugute. 2015 war es die Artenförderung durch den Schweizer Vogelschutz in der Region Grosses Moos.

In Österreich gehen die Spenden stets an das Bundesland, in dem die meisten Arten bestimmt werden konnten. Im vergangenen Jahr war dies erstmalig Tirol. Bei der zwölften Auflage des Bird Race gingen mehr als

250 Personen in 89 Teams auf „Vogeljagd“. Knapp über 5 000 Euro waren das Ergebnis.

Auch in Deutschland hat das „Rennen“ seine Tradition. In diesem Jahr geht der bundesweite Wettbewerb bereits in die 13. Runde. Die Ausgabe im vergangenen Jahr hat dabei einen neuen Rekord aufgestellt. Mit mehr als 900 Teilnehmern in über 250 Teams gab es so viele Teilnehmer wie in keinem Jahr zuvor. Mehr als 200 Spender unterstützten das Bird Race mit fast 25.000 Euro. Die Verwendung der Spendengelder wird jedes Jahr aufs Neue durch die Mitgliederversammlung des Veranstalters, dem Dachverband Deutscher Avifaunisten (DDA), bestimmt. Seit 2010 profitiert die Internetdatenbank ornitho.de von den Spenden. Dort können die Ergebnisse

durch die einzelnen Teams eingetragen werden. Mittels der Spenden wird die Pflege und Weiterentwicklung des Portals gewährleistet.

Was aber genau macht den Reiz des Birden aus, wie die Beobachtung von Vögeln in ihrem natürlichen Lebensraum auch genannt wird? Johannes Wahl, Koordinator beim DDA, kennt die Hintergründe: „Der Teilnehmerkreis ist von den Interessen her sehr gemischt: Es beteiligen sich die besten Vogelbeobachter Deutschlands ebenso wie ‚nur‘ an der Vogelbeobachtung und der Natur Interessierte. Antrieb dürfte bei den meisten eine Mischung aus sportlichem Ehrgeiz und dem gemeinsamen, sehr intensiven Naturerlebnis im Team sein. Es ist eben schon etwas Spezielles, wenn man nahezu einen ganzen Tag unterwegs ist und unter Adrenalin steht. Es könnte ja jederzeit eine neue Art auftauchen, und dann muss das Team wach sein, denn eine

Art darf ja nur gezählt werden, wenn die Mehrzahl der Teilnehmer sie auch gesehen oder gehört hat. Die meisten Teams brauchen den Tag danach tatsächlich zur Erholung.“ Da überrascht es nicht, dass auch der Gedanke des Suchtfaktors nicht weit liegt. Das zeigen eben auch die stetig steigenden Teilnehmerzahlen.

Es handelt sich also keineswegs um eine „special interest“-Angelegenheit, bei der eventuelle Freaks ganz unter sich sind. Da dank guter Nachschlagewerke die Bestimmung der einzelnen Arten relativ leicht gelernt werden kann, weist die Veranstaltung eine niedrige Hemmschwelle auf und ist somit attraktiv für Naturbegeisterte jeglichen Alters. Auch die Herausforderung, das eigene Auto beim Ausflug ins Grüne stehen zu lassen, macht einen weiteren Reiz aus. Bei der deutschen Ausgabe ist dies zwar nicht Pflicht, jedoch kommen immer mehr Teams der Empfehlung nach, sich aufs Rad zu

schwingen oder sich einzelne Gebiete zu erwandern. Dadurch wird der Bezug zur Natur gefördert, wobei der Reiz des Wettbewerbes, möglichst viele Arten zu bestimmen, einen weiteren wichtigen Aspekt darstellt. Nicht wenige Teams scheuen keinen Aufwand, im Vorfeld eine genaue Route mit idealen Brut- und Beobachtungsplätzen zu erarbeiten. Das Sammeln von Geldern für den guten Zweck steht dabei eher selten im Vordergrund. „Das Spendenrennen ist für die meisten Teams nicht das primäre Ziel; eine lange Artenliste und das Erlebnis an sich sind viel wichtiger. Dennoch beteiligen sich erfreulich viele Teams daran, sodass jedes Jahr eine erkleckliche Summe für das jeweilige Projekt zusammenkommt. Einzelne Teams spezialisieren sich aber auch darauf und wollen dort Spitze sein. Mit einer Verlosung von Preisen danken wir für den teils sehr aufwendigen Einsatz der Teams zur Sammlung von Spenden“, so Wahl. ▣

CRM- & FUNDRAISING-SOFTWARE | REPORTING & ANALYSEN | PROJEKT- & DATENMANAGEMENT | SERVICE & BERATUNG



**Ihre Daten ...**

*... unser Know-how!*

**ifunds**  
nonprofit CRM solutions

T 0221 6699520 | [www.ifunds-germany.de](http://www.ifunds-germany.de)



# Meetings richtig vorbereiten – so geht's

Diese Tricks helfen, Langeweile in Konferenzen zu vermeiden

Wer bei Meetings immer nur zuhören muss, dem fallen irgendwann die Augen zu. Um gute Ergebnisse zu erzielen, muss eine Team-Besprechung anregend gestaltet sein. In der Reihe „Non-Profit-Ratgeber für Einsteiger“ erklären wir, wie Konferenzen spannend werden.

Von PETER NEITZSCH

Manche Meetings ziehen sich in die Länge wie Kaugummi am Schuh, stellt der Blogger Jochen Mai fest. Bei durchschnittlich sieben Meetings pro Woche verbringen einige Mitarbeiter fast die Hälfte ihrer Arbeitszeit in Konferenzen oder bereiten diese vor. Produktiv ist das selten: „Die Teilnehmer erscheinen unvorbereitet, wissen nicht, was auf der Agenda steht oder was genau sie jetzt gleich erarbeiten sollen und driften deshalb ständig ab.“ Der Gründer und Herausgeber der „Karrierebibel“ rät daher

zu einem radikalen Schritt: eine schlecht vorbereitete Konferenz sofort abbrechen.

Doch so weit muss es nicht kommen: „Wenn die Vorbereitungen gründlich und rechtzeitig erfolgen, dann wird auch das Meeting spannend und zielorientiert“, sagt Anita Bischof. Die Trainerin und Unternehmensberaterin hat ein Ratgeberbuch geschrieben, wie Besprechungen erfolgreich geplant und moderiert werden können. Sie sagt: „Dazu gehört es auch, dass man sich im Vorfeld überlegt, was das Ziel des Treffens ist.“ Geht es um Information, um Diskussion oder um eine Entscheidung – oder handelt es sich um eine Mischform?

„Das Ergebnis der Vorbereitung ist eine klare Agenda“, betont Bischof, die selbst über mehrjährige Erfahrung in der Führung von Mitarbeitern verfügt. Was sind die Themen? Wer ist dafür verantwortlich? Und wie lange wollen wir uns mit einem Thema befassen? „Bei einer reinen Infoveranstaltung steigen

die Teilnehmer irgendwann aus.“ Deshalb sollten solche Meetings möglichst kurz gehalten werden. Wenn das Thema so umfangreich ist, dass es sich nicht unter einer Stunde behandeln lässt, sollte es in Blöcke untergliedert werden.

Der ehemalige Wirtschaftsjournalist Mai verrät noch einen simplen Trick: „Einfach die Stühle weglassen. Durch das ständige Stehen haben die Teilnehmer automatisch weniger Interesse daran, dass sich die Ex-Sitzung unnötig in die Länge zieht.“ Die Idee dahinter: Wer die Zeit begrenzt, zwingt die Konferenzteilnehmer, sich zu fokussieren. Wichtig sei auch der Auftakt eines Meetings: So könne der Chef mit einer ungewöhnlichen Frage seine Mitarbeiter aus dem Denktrott befreien. „Beginnt er erst einmal mit einem Rüffel, wird sich anschließend kaum noch jemand engagieren wollen.“

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, ein Meeting abwechslungsreicher zu gestalten,

bestätigt Bischof. So muss nicht immer der Chef die Konferenz moderieren: „Jedes Meeting braucht einen Moderator und einen Protokollführer, aber diese Rollen können auch rotieren.“ Einzelne Punkte der Agenda könnten von unterschiedlichen Kollegen moderiert werden. Damit das gelingt, müssen die Mitarbeiter allerdings schon im Vorfeld einbezogen werden: „Die Teilnehmer müssen aktiviert werden, dann bereiten sich alle ganz anders auf das Treffen vor.“

Blogger Mai rät ebenfalls dazu, die Teilnehmer einer Konferenz gezielt einzubinden. Schweigende Kollegen sollten bewusst angesprochen und nach ihrer Meinung gefragt werden: „Wenn keine Diskussionen während der Besprechung stattfinden, war das Meeting sehr wahrscheinlich unnötig.“ Dabei kann es auch helfen, einmal auf die übliche Powerpoint-Präsentation zu verzichten. Zu einer offenen Diskussion gehört aber

auch, dass neue Ideen nicht gleich zerrissen werden: „Vorgesetzten muss widersprochen werden können, wenn deren Meinung nicht geteilt wird.“

Gerade bei großen Gruppen besteht immer auch ein Hierarchie-Gefälle. „Wenn die Teilnehmer dann sehr zurückhaltend sind, kann man zu Tricks greifen“, erklärt Bischof. Jeden aufschreiben lassen, was er denkt, ist so eine Methode. Das Aufgeschriebene wird dann vorgelesen und diskutiert. „Eine andere Möglichkeit besteht darin, Arbeitsgruppen zu bilden und ein Problem im kleinen Kreis zu diskutieren.“ Die Untergruppe stellt ihr Ergebnis dann wiederum im Plenum vor. „Manchmal kann auch ein externer Moderator helfen, die Debatte zu strukturieren.“ Zum Beispiel wenn der Chef selbst von der Diskussion betroffen ist. „Die Ergebnisse sollten in derselben Struktur wie die Agenda festgehalten werden“, rät die Expertin. In

der Regel reicht ein Ergebnisprotokoll dafür völlig aus. Ein ausführlicheres Verlaufsprotokoll empfiehlt Bischof nur in Ausnahmefällen. Eines jedoch steht fest: Erst die richtige Nachbereitung stellt sicher, dass die erfolgreiche Team-Besprechung keine Eintagsfliege bleibt: „Um langfristig befriedigende Meetings zu haben, müssen Entscheidungen dokumentiert werden.“ ■

#### Link-Tipp:

► [www.karrierebibel.de](http://www.karrierebibel.de)

#### Literatur-Tipp:

Anita Bischof, Klaus Bischof, Andreas Edmüller, Thomas Wilhelm: Meetings planen und moderieren. Haufe TaschenGuide 2012. ISBN 978-3-648028-69-8. 256 Seiten. [D] 8,95 €, [A] 9,20 €, 12,90 CHF.



 **open hearts**





## Meine Software bringt mich weiter

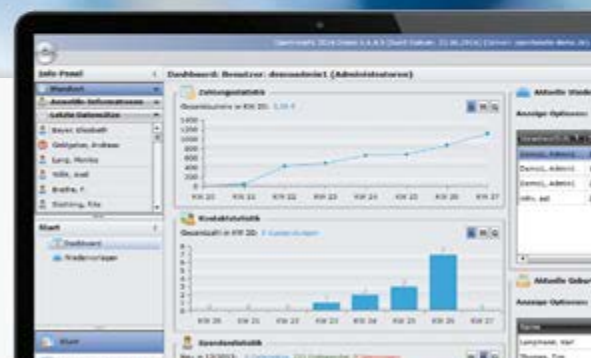
Demoversion erhältlich



[www.benefit.de](http://www.benefit.de)

### Fundraising neu erleben mit OpenHearts

-  modern, leicht verständlich, web-fähig
-  konfigurierbar nach Ihren Bedürfnissen
-  mit flexiblen Analysen und interaktiven Grafiken
-  Ihr Benefit-Team garantiert persönlichen Service



# Stiften aus Verantwortungsbewusstsein

Im Dezember erschien die neue Studie zu Stiftern in Deutschland

Warum stiften Stifter? Die Studie des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen gibt Antworten. Sie zeigt, wer Stifter sind, aus welchen Motiven heraus sie handeln und wagt Prognosen für die Zukunft.

Von NINA LESEBERG

Vor zehn Jahren erschien von der Bertelsmann Stiftung in Deutschland die erste umfassende Studie zum Thema Stiften. Seitdem sind knapp 40 Prozent aller rechtsfähigen Stiftungen bürgerlichen Rechts überhaupt erst gegründet worden. Gut zwei Drittel haben Privatpersonen gestiftet. Die nun erschienene Studie „Stifterinnen und Stifter in Deutschland. Engagement – Motive – Ansichten“ des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen füllt diese Lücke. An der schriftlichen Umfrage beteiligten sich rund 700 Stiftende, die seit 2004 allein oder zu zweit eine Stiftung mit mindestens 50.000 Euro Vermögen errichtet haben. Zudem wurden persönliche Interviews mit Stiftenden geführt und eine repräsentative Bevölkerungsumfrage gemacht.

## Idealistische Werte

Mit knapp 90 Prozent stiften beinahe alle Befragten aus einem Verantwortungsbewusstsein heraus. Die persönlichen Interviews zeigen, dass es dabei besonders um den verantwortlichen Umgang mit ihrem



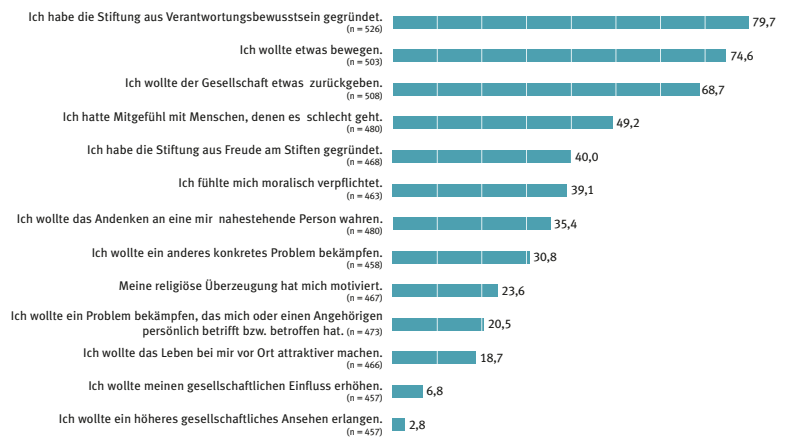
Lesberg, Nina/Timmer, Karsten: **Stiften in Deutschland. Engagement – Motive – Ansichten.** Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.). Berlin 2015. 236 Seiten. ISBN 978-3-941368-78-1.

Die Studie ist als gedrucktes Buch (12,90 €/9,90 € für Mitglieder) und E-Pub (kostenlos) erschienen.

Zu bestellen unter [www.stiftungen.org](http://www.stiftungen.org).

## Motive der Stifterinnen und Stifter

„Menschen haben ganz unterschiedliche Motive für ihr gemeinnütziges Engagement. In welchem Ausmaß haben die folgenden Faktoren Ihre Entscheidung beeinflusst, eine Stiftung zu gründen?“ (in Prozent)



Nennungen der Werte 1 und 2 auf einer 5er-Skala: 1 = trifft vollkommen zu, 5 = trifft gar nicht zu

Bundesverband  
Deutscher Stiftungen

Quelle: Lesberg, Nina; Timmer, Karsten: Stifterinnen und Stifter in Deutschland. Engagement – Motive – Ansichten. Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.), Berlin 2015. [www.stiftungen.org](http://www.stiftungen.org)

Vermögen geht. Das bestätigt auch die schriftliche Befragung: Hedonistisch-materialistische Werte wie „einen hohen Lebensstandard haben“, „die eigenen Bedürfnisse durchsetzen“ oder „das Leben in vollen Zügen genießen“ werden seltener geteilt als vom Bevölkerungsdurchschnitt. Dafür teilen sie besonders häufig idealistische Werte, wie sozial Benachteiligten zu helfen oder sich politisch zu engagieren.

## Mehrere Gründe ausschlaggebend

Ebenfalls sehr viele Stiftende (rund 75 Prozent) möchten mit der Stiftungsgründung etwas bewegen. Oft verfolgen sie sehr konkrete gemeinnützige Ziele. Knapp die Hälfte stiftet aus Mitgefühl. Selbstbezogene Motive spielen eine untergeordnete Rolle. Die Aussage „Ich wollte meinen gesellschaftlichen Einfluss erhöhen“ wurde nur von 6,8 Prozent als zutreffend bewertet, „ich wollte ein höheres gesellschaftliches Ansehen erlangen“ sogar nur von 2,8 Prozent. Diese Stifter geben

zudem stets auch gemeinwohlorientierte Motive an. Es gibt eben in der Regel nicht den einen Grund für die Stiftungsgründung.

Stets spielen eine Reihe von Motiven und natürlich auch die persönlichen Möglichkeiten eine Rolle: Die Stifter sind größtenteils vermögend, haben einen sehr hohen Bildungsgrad und befinden sich kurz vor der oder in der sogenannten dritten Lebensphase. Rund 80 Prozent haben das gestiftete Vermögen zumindest teilweise selbst erwirtschaftet. Gut die Hälfte hat Geld aus selbstständiger unternehmerischer Tätigkeit eingebracht. Erben stiften dagegen vergleichsweise selten.

## Stifter wollen selbst entscheiden

Für die Rechtsform einer Stiftung haben sich 95 Prozent der Befragten entschieden, weil das gestiftete Vermögen gemeinnützigen Zwecken dauerhaft zugutekommt. Sie möchten oft auch etwas schaffen, das über ihr eigenes Leben hinausreicht. Die

Verbrauchsstiftung finden daher nur wenige Befragte interessant. Gut 80 Prozent von ihnen engagieren sich mit einer Stiftung, weil sie selbst entscheiden wollen, wie ihr Geld verwendet wird. Das gilt auch für die Stifter von Treuhandstiftungen, die erstmals in größerem Umfang befragt wurden. Die Rechtsform der Treuhandstiftung wählen sie, weil sie damit von Verwaltungsaufgaben entlastet werden und der Treuhänder fachliche Expertise einbringt.

### Zustiftungen geplant

Insgesamt unterscheiden sich die Treuhandstifter kaum von denen rechtsfähiger Stiftungen bürgerlichen Rechts. Sie engagieren sich auch genauso häufig wie alle anderen Stiftenden persönlich in ihrer Stiftung (zu 95 Prozent). Dabei ist es den Stiftenden wichtig, Einfluss auf die Stiftung nehmen zu können. 93 Prozent aller Befragten sind

entweder Mitglied in einem Gremium oder in der Geschäftsführung ihrer Stiftung.

Auch das finanzielle Engagement der Stiftenden endet meist nicht mit der Gründung der Stiftung. Viele spenden ihrer Stiftung regelmäßig, aber vor allem wollen etwa 70 Prozent der Befragten noch zustiften. 80 Prozent davon werden das Stiftungsvermögen mindestens verdoppeln. Die häufig geäußerte Sorge, es gebe zu viele sehr kleine Stiftungen, die später nicht handlungsfähig sein werden, bestätigen die Studienergebnisse so nicht.

### Gute Zukunftsprgnosen

Die meisten Stiftungen verfügen zwar über ein geringes Stiftungskapital, es ist aber nur ein Drittel der Stiftungen von Privatpersonen auf Zuwendungen angewiesen. Diese stammen meist vom Stifter selbst – nur knapp sechs Prozent der Befragten

brauchen ausschließlich die Zuwendungen Dritter. Dementsprechend blicken 94 Prozent der Befragten positiv in die Zukunft ihrer Stiftung und auch mit den bisherigen Ergebnissen der Stiftungsarbeit sind fast alle zufrieden. Darüber hinaus ist es angesichts steigender Privatvermögen und sinkender Geburtenraten sehr wahrscheinlich, dass der Trend zum Stiften anhält und sich möglicherweise sogar noch verstärkt. ■



**Nina Leseberg** ist Projektleiterin und Autorin der Studie „Stifterinnen und Stifter in Deutschland“. Die Sozialwissenschaftlerin mit Schwerpunkt bürgerschaftliches Engagement und

Non-Profit-Management arbeitet seit 2007 beim Bundesverband Deutscher Stiftungen.

► [www.stiftungen.org](http://www.stiftungen.org)



**Bank  
für Sozialwirtschaft**

## Fundraising professionalisieren.

Zum Beispiel mit unserem BFS-Net.Tool XXL. Generieren Sie Spenden im Internet und automatisieren Sie Ihre Spendenströme direkt auf Ihr Konto. Sie brauchen kein Programm zu installieren oder Ihre Homepage umzubauen.

**Sprechen Sie mit uns. Wir haben die Lösung.**

Telefon 0221 97356-0 | [bfs@sozialbank.de](mailto:bfs@sozialbank.de) | [www.sozialbank.de](http://www.sozialbank.de) | [www.spendenbank.de](http://www.spendenbank.de)

**Die Bank für Wesentliches**