

## NEUES AUS PRAXIS &amp; FORSCHUNG – SPECIAL: FUNDRAISING

## LÄSST SICH IN DEUTSCHLAND DAS SPENDENVOLUMEN SPÜRBAR ERHÖHEN?



Bildquellen: Stockphoto; Montage: Timo Schmidt

Von Eckhard Priller

Die in Deutschland vorliegenden Erhebungen zur Spendenthematik weisen ein gemeinsames Ergebnis auf: Es besteht in den letzten 15 Jahren ein hohes Maß an Kontinuität hinsichtlich des Spendenvolumens. Unterschiede bestehen allein im unterschiedlichen Anteil von Bürgerinnen und Bürgern, die spenden, sowie der großen Spannweite bei den Angaben zur individuellen Spendenhöhe und bei den Berechnungen zum nationalen Spendenvolumen.

Doch obwohl das Einkommen und die Vermögen der Bevölkerung ansteigen, sind kaum Entwicklungen hin zu einem spürbaren Wachstum des Spendenvolumens auszumachen. Dabei dürfte höherer Wohlstand es durchaus ermöglichen, einen Teil des Einkommens und Vermögens anderen Menschen oder Projekten zukommen zu lassen, ohne selbst Verzicht leisten zu müssen oder in wirtschaft-

liche Schwierigkeiten zu geraten. Bezieher von hohen Einkommen und Vermögenden fällt demnach eine finanzielle Förderung gemeinnütziger Zwecke leichter und dementsprechend könnte die Spendenfreudigkeit mit steigender ökonomischer Position zunehmen. Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass nach sämtlichen vorliegenden empirischen Erhebungen der Anteil der Spender mit steigendem Einkommen zunimmt. Mit einem höheren Einkommen wird dabei nicht nur häufiger gespendet, sondern die Spenden fallen auch höher aus. Allerdings sind die Unterschiede in Deutschland zwischen den Einkommensgruppen noch relativ gering. Besser Verdienende könnten künftig einen stärkeren Beitrag an Spenden leisten, zumal bei dieser Gruppe die „Rückflüsse“ durch die Minderung der Steuerlast relativ am höchsten sind.

Deutschland gehört nach dem Umfang der Privatvermögen zu den reichsten Ländern.

Das Geldvermögen der Bevölkerung ist selbst in Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrisen angestiegen. Eine Zunahme der Vermögen ist nicht zuletzt auch durch einen Anstieg des in Deutschland vergleichsweise milde besteuerten Erbschaftsvolumens seit Anfang der 1990er Jahre zu verzeichnen. Bis zum Jahr 2020 sollen bei geschätzten elf Millionen Erbfällen Immobilien-, Geld- und Gebrauchsvermögen von rund drei Billionen Euro vererbt werden (Haibach, Marita (2010): *Großspenden in Deutschland: Wege zu mehr Philanthropie, herausgegeben von Major Giving Solutions, Köln, S.14*). An diesen Vermögenszuwächsen partizipiert aber nicht die ganze Bevölkerung gleichermaßen. Insofern ist von jenen Personen, die beträchtliche Vermögenszuwächse aufweisen, ein höherer Spendenbeitrag zu erwarten - ein wachsendes Vermögen sollte auf der individuellen Ebene zu einem steigenden Spendenaufkommen führen. Der durchaus vorhandene Vermögenszuwachs ist mit dem gegenwärtig stagnierenden Spendenvolumen nur schwer öffentlich vermittelbar. Zwar nicht aus der sozialen Perspektive des prosozialen Handelns aber aus wirtschaftlichen Gesichtspunkten ist, um künftig einen spürbaren Zuwachs des Spendenumfanges zu erreichen, weniger die Fokussierung auf die Beträge der Kleinspender, als vielmehr auf die Leistungen der sogenannten Großspender (darunter werden bereits Beträge ab 500 bzw. 1.000 Euro pro Jahr gefasst) stärker in Betracht zu ziehen. Nach Berechnungen auf Grundlage des „World Wealth Report“, nach dem in Deutschland 861.000 Personen mit einem Nettovermögen von mindestens 785.000 Euro (eine Million Dollar) leben, wäre mit einer angenommenen Spende von 1 Prozent dieses Vermögens jährlich ein zusätzliches Spendenaufkommen von mindestens 6,8 Milliarden Euro zu erreichen und in Deutschland das bisherige Spendenaufkommen von 4 Milliarden Euro pro Jahr deutlich zu überschreiten (Ebenda, S. 14-18).

Weihnachtszeit mit Urlaubssperre:

## HOCHSAISON FÜR SPENDENSAMMLER

Nicht nur Ladenbesitzer bauen auf die Weihnachtszeit – auch Fundraiser, also professionelle Spendensammler, erzielen einen Großteil ihrer Einnahmen in dieser Zeit. Nur wenige, die alle paar Tage immer neue Spendenbriefe von konkurrierenden Organisationen öffneten, wussten, wie viel strategische Planung, professionelle Kreativität und Marketing-Know-How oft dahinter stecken.

Der Beruf des Fundraisers, in der Öffentlichkeit noch immer kaum bekannt, ist inzwi-

schen hoch spezialisiert und setzt ein ausgesprochen breites Wissen voraus: Von der erfolgreichen Face-to-Face-Ansprache, über innovative Spendenwerbung mit Online-Tools und die Konzeption von Multi-Channel-Kampagnen bis hin zu den Besonderheiten des Stiftungsrechts.

Entsprechend groß ist die Nachfrage nach Weiterbildung und Austausch. Der Deutsche Fundraising Kongress hat sich in den vergangenen Jahren zur zentralen Weiterbildungsplat-

form und zu einem der wichtigsten Branchentreffen entwickelt. Vom 18. bis 20. April 2012 findet der Kongress erstmals in Berlin statt und bietet an drei Tagen Weiterbildung zu allen wichtigen Fundraising-Themenfeldern wie z.B. Recht & Finanzen, CSR & Unternehmen oder Online Fundraising & Social Media.

Für viele Fundraiser und Fundraiserinnen ist das Branchentreffen eine einmalige Gelegenheit, um ihre Strategien, Methoden und ihr

Fortsetzung auf Seite 2 >>>

» Fortsetzung von Seite 1

Fachwissen auf den neuesten Stand zu bringen, kreative Potenziale zu entfalten und sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen.

Auf dem Deutschen Fundraising Kongress wird zudem im Rahmen einer Abendgala der vielbeachtete Deutsche Fundraising Preis für besonderes Engagement im gemeinnützigen Bereich verliehen: 2011 etwa wurde damit die Kampagne „Help The Oma“ des Diakonischen Werkes Frankfurt ausgezeichnet,

die kürzlich auch den Internationalen Fundraising Preis gewinnen konnte.

Mit jährlich rund 700 Teilnehmerinnen und Teilnehmern ist der Deutsche Fundraising Kongress das Branchentreffen zur Kultur des Gebens im deutschsprachigen Europa. In 13 Workshops, 33 Seminaren, rund 40 Table Sessions, einem „Open Space“ und drei Keynote-Vorträgen bietet der Kongress neben dem Einmaleins des Spendensammelns zahlreiche Praxisberichte und Networking für Fundraiser

und Fundraiserinnen aller Erfahrungsstufen. Die unterschiedlichen Formate sorgen für einen gewinnbringenden Mix aus theoretischem Input, erfolgreichen Fallbeispielen und kontroversen Thesen. Veranstalter ist der Deutsche Fundraising Verband, die Berufsorganisation der Fundraiser in Deutschland.

Weitere Informationen:  
[www.fundraising-kongress.de](http://www.fundraising-kongress.de)

## FÖRDERPREIS AKTIVE BÜRGERSCHAFT



Die Aktive Bürgerschaft zeichnet mit ihrem Förderpreis Bürgerstiftungen aus, die auf herausragende Weise die Eigeninitiative von Bürgern stärken und aktiv Verantwortung vor Ort übernehmen. Bürgerstiftungen bauen ihr Vermögen langfristig auf. Mit dessen Zinserträgen und Spenden fördern sie gemeinnützige Projekte oder können eigene durchführen. Durch gezielte Fundraisingaktionen werben sie erfolgreich finanzielle Ressourcen ein.

In der Kategorie mitStiften des aktuellen Förderpreises, hat die Heilbronner Bürgerstiftung die Jury überzeugt.

Die Heilbronner Bürgerstiftung (Baden-Württemberg) hat besonders viele Bürgerinnen und Bürger ihrer Stadt mobilisiert, um mit 900.000 Euro das Kinderfreizeitheim auf dem nahegelegenen Gaffenberg zu retten. Es ist sanierungsbedürftig. Für das erfolgreiche Fundraising der Kampagne „SOS Gaffenberg“ erhält die Bürgerstiftung den Förderpreis Aktive Bürgerschaft 2012 in der Kategorie „mitStiften“. Das Preisgeld beträgt 10.000 Euro. In nur fünf Monaten 900.000 Euro in einer Stadt zusammenbringen: Da müssen alle mitmachen. „Uns war klar, das muss eine Bürgerbewegung werden, sonst schaffen wir es nicht“, sagt Dietmar Fütterer, Vorsitzender der Heilbronner Bürgerstiftung, die die vielen Spenden in der kurzen Zeit gesammelt hat. Das Ziel war, die maroden Gebäude des Kinderfreizeitheims auf dem Gaffenberg bei Heilbronn zu sanieren, was insgesamt 1,5 Mio. Euro kostet.

Wer in Heilbronn aufgewachsen ist, kennt den Gaffenberg. Seit 1927 steht hier ein Wald-erholungsheim, in dem jedes Jahr knapp 2.500

Heilbronner Kinder ihre Ferien verbringen. Träger ist die evangelische Kirche. Die rund 180 ehrenamtlichen Betreuer sind größtenteils junge Menschen, die hier selbst als Kinder die Freizeiten genießen haben. „Dieser Berg mit all seinen Einrichtungen ist für die Onkel und Tanten und die vielen, vielen

tausend Kinder des Gaffenbergs ein Stück Lebenswirklichkeit, das aus ihrem Leben einfach nicht mehr wegzudenken ist“, sagt Michael Dullstein, Leiter der Einrichtung. „Die Bürgerstiftung ist mit ihrer Spendenaktion für ‚SOS Gaffenberg‘ auf großes Entgegenkommen bei der Heilbronner Bevölkerung gestoßen“, freut sich Otto Egerter, der stellvertretende Vorsitzende. Am 1. März 2011 startete die Aktion. Die Bürgerstiftung erklärte mutig die noch benötigten 900.000 Euro zum Kampagnenziel, und gab selbst 100.000 Euro – und die Heilbronner machten mit: Es gab Werbeplakate, Sammelboxen in Geschäften, Kinderfeste, eine Erzählstaffel, ein Benefiz-Fußballturnier mit den FC Bayern Allstars, eine Benefiz-Weinprobe. Werbeagenturen schalteten kostenlos Anzeigen, die Heilbronner Stimme berichtete als lokaler Medienpartner regelmäßig und hielt ihre Leser mit einem Spendenbarometer auf dem Laufenden. Weitere Medien griffen die Kampagne auf. Das Traditionsunternehmen Knorr beteiligte sich mit besonderen Tütensuppen am Projekt – eine Aktion, die die Mitarbeiter initiiert hatten. Die Volksbank Heilbronn eG verschenkte 1.000 Steiff-Bären an die Spender. Parallel dazu hat die Stiftung 150 Unternehmen angeschrieben und um Spenden gebeten.

Von Anfang an auf Vernetzung gesetzt: Als Dietmar Fütterer und Otto Egerter am 31. Juli 2011 den Gaffenberg-Betreibern den Scheck überreichten, waren tatsächlich 900.000 Euro zusammengekommen – einige Großspenden und rund 1.400 Einzelspenden. Dass die Mobilisierung gelang, hat mit der Popularität des Gaffenbergs zu tun, aber auch

mit der hervorragenden Vernetzung der Bürgerstiftung in der Heilbronner Bürgerschaft.

„Die Bürgerstiftung ist eine Marke geworden in Heilbronn“, sagt Dietmar Fütterer. Von Anfang an hat sie intensive Öffentlichkeitsarbeit bei den 120.000 Einwohnern betrieben. 140 Stifterinnen und Stifter hat sie inzwischen. Wer etwas auf sich hält, tritt dem Freundeskreis bei, er hat inzwischen 280 Mitglieder. 41 Stifter haben die Bürgerstiftung 2004 gegründet, um das bürgerschaftliche Engagement zu fördern. Die Stiftung wird diesem Zweck gerecht. Das Startkapital hat sich seit der Gründung verzehnfacht. Der Stiftungszweck erlaubt ein breites Förderspektrum, der Schwerpunkt liegt klar in der Kinder- und Jugendarbeit.

### BEGRÜNDUNG DER JURY

„Seit Generationen verbringen Kinder aus Heilbronn und Umgebung ihre Ferien im Wald-erholungsheim ‚Gaffenberg‘. Hier können die Kinder unmittelbar die Vielfalt der Natur entdecken und erleben. Zudem werden Familien während der Sommerferien entlastet. Mit der beispielhaften Fundraising-Aktion ‚SOS Gaffenberg‘ hat die Heilbronner Bürgerstiftung das Freizeitgelände vor dem fortschreitenden Verfall bewahrt. Innerhalb von nur fünf Monaten konnte sie eine Spenden-summe von 900.000 Euro für die Erneuerung der Gebäude einwerben. Davon hat die Bürgerstiftung 100.000 Euro selbst eingebracht und zugleich die Sanierung zu einem gemeinsamen Anliegen der Bevölkerung gemacht. Das zeigen die rund 1.400 Einzelspenden und die Großspenden von Privatpersonen, Vereinen, Banken und Unternehmen. Für ihr Engagement erhält die Heilbronner Bürgerstiftung den Förderpreis Aktive Bürgerschaft 2012 in der Kategorie ‚mitStiften‘ – Wie Bürgerstiftungen durch Fundraising erfolgreich Zustiftungen und Spenden einwerben.“ Werner Böhnke, Vorsitzender des Kuratoriums der Aktiven Bürgerschaft und der Jury

Weitere Infos unter:  
[www.foerderpreis-aktive-buergerschaft.de](http://www.foerderpreis-aktive-buergerschaft.de)

## BEWERBUNGSPHASE LÄUFT

Der nächste Bewerbungsschluss für den berufsbegleitenden Masterstudiengang ist der 15. Februar 2012 (für den Studienbeginn zum April 2012). Mit dem Master bieten wir haupt- und ehrenamtlichen Führungskräften aus gemeinnützigen Organisationen eine zweijährige, berufsbegleitende Weiterbildung auf Hochschulniveau. Sie erwerben ein umfassendes Managementwissen und Führungskompetenz und einen international anerkannten Universitätsabschluss.

Unser Studiengang "Nonprofit-Management and Governance" war 2006 das bundesweit erste Ausbildungsprogramm für NPO-Führungskräfte auf Universitätsniveau. Ein interdisziplinärer Dozentenpool aus Wissenschaft und Praxis sowie das Studieren in einem organisationsübergreifenden Klassenverbund bieten eine Vielfalt theoretischer Zugänge ebenso wie einen hohen Praxisbezug. Bei erfolgreichem Abschluss wird den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Titel "Master of Nonprofit-Administration" (MNA) verliehen.

## WEITERBILDUNGSSEMINAR STIFTUNGSMANAGEMENT

**Vom 16.-20. März 2012 findet in Münster das Weiterbildungsseminar Stiftungsmanagement statt:**

Der Stiftungsboom ist ungebrochen. Jährlich werden rund 800 neue Stiftungen gegründet. Mit ihnen wächst die Zahl derer, die sich in der Stiftungsarbeit engagieren. Eine effizient geführte Stiftung bietet eine Fülle von Gestaltungsmöglichkeiten und Förderoptionen. Die moderne Stiftungsarbeit ist gleichzeitig geprägt von Individualismus und Solidarität mit dem Gemeinwesen. Praxisnah und wissenschaftlich fundiert vermittelt das Intensivseminar einen Überblick über die faszinierende Welt des Stiftungswesens. Fragen der Führung und Leitung von Stiftungen werden ebenso behandelt wie Möglichkeiten des Vermögensaufbaus oder Förderstrategien. Der Dozent Dr. Rupert Graf Strachwitz ist ausgewiesener Stiftungsexperte und Direktor des Maecenata Instituts für Philanthropie und Zivilgesellschaft an der Humboldt Universität Berlin.

Das Seminar ist ein Modul im Masterstudiengang Nonprofit-Management and Governance, das Sie unabhängig vom Studiengang buchen können. Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten die TeilnehmerInnen ein Zertifikat der Universität Münster.

Anmeldung und nähere Infos unter:  
[www.npm-online.de](http://www.npm-online.de)

Organisatorischer Wechsel:

## MASTERSTUDIENGANG NONPROFIT-MANAGEMENT & GOVERNANCE WIRD KÜNFTIG DURCH DIE WWU WEITERBILDUNG ANGEBOTEN

Mit der Fusion im Oktober 2011 geht das Zentrum für Nonprofit-Management in der Weiterbildungseinrichtung der Westfälischen Wilhelms-Universität – der WWU Weiterbildung gemeinnützige GmbH – auf und überstellt die bisherigen Studiengänge Angewandte Ethik und Nonprofit-Management and Governance.

Die Verwaltung und Betreuung dieser beiden Studiengänge bleibt in gewohnten Händen. Unsere Studierenden sind nach wie vor eine Herzensangelegenheit und haben einen besonderen Stellenwert. Somit wird das Zentrum für Nonprofit Management, als Zeichen der Verbundenheit, in seiner Begrifflichkeit fortgeführt.

Es bleibt als Dreh- und Angelpunkt rund um das Thema NPO's wie gewohnt erhalten und wird künftig die Netzwerk- und Alumniarbeit für den Studiengang leisten. Auf der Homepage finden Sie aktuelle Informationen aus Forschung & Praxis zum Thema und zum Studiengang.

Die WWU Weiterbildung ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der WWU und bietet Seminare, Zertifikatslehrgänge und Masterstudiengänge im gesamten Fächergesamtsspektrum der Universität an. Sie wurde 2006 mit dem Gesellschaftszweck gegründet, der die unmittelbare Förderung der Weiterbildung an der WWU sowie der Verbindung von Wissenschaft und Praxis zum Inhalt hat.

## NPM @ XING

Um das Netzwerken zwischen allen NPM-Teilnehmern zu erleichtern, hat das Zentrum für NPM eine eigene Xing-Gruppe übernommen. Zur Teilnahme eingeladen sind alle ehemaligen Teilnehmer, Absolventen & aktuelle Teilnehmer. Moderiert wird die Gruppe durch die Studiengangsleiterin, Almut Müskens.

Die Anmeldung bei der Plattform ist Voraussetzung für die Teilnahme an der Xing-Gruppe. Die Basis-Mitgliedschaft bei Xing ist kostenlos: <https://www.xing.com/de/>

Bitte nehmen Sie zur Teilnahme an der Gruppe nach dem Login bei XING mit der Moderatorin der Gruppe Kontakt auf, bzw. werden Sie Gruppen-Mitglied unter folgendem Link: <https://www.xing.com/net/npmnetwork/>

Mitglieder der Xing-Gruppe erhalten regelmäßig Informationen zu unseren Veranstaltungen, Event-Einladungen, unseren Newsletter uvm. Zudem erhalten NPM-Absolventen 50% Rabatt auf die Teilnahme an unseren NPM-Einzel- und Vertiefungsseminaren.

npm @ XING:  
<https://www.xing.com/net/npmnetwork/>

## TEILNEHMERBEFRAGUNG

Der Masterstudiengang „Nonprofit-Management & Governance“ geht 2012 in die Reakkreditierung. Die Akkreditierungsagentur der WWU ist „AQUAS“ ([www.aquas.de](http://www.aquas.de)). Basierend auf den Erfahrungen der letzten 5 Jahre sollen Verbesserungen am Studiengangskonzept vorgenommen werden. Hierzu wird in 2012 eine Teilnehmer- und Absolventenbefragung durchgeführt werden. Über eine zahlreiche Beteiligung würden wir uns sehr freuen!

## NPM-MASTERARBEITEN

In 2010 und 2011 haben insgesamt 24 Teilnehmer ihr Studium mit der Masterarbeit abgeschlossen. Die Masterarbeiten sind mit viel Aufwand und Engagement angefertigt worden und beinhalten spannende Fragestellungen. An dieser Stelle möchten wir Kurzprofile ausgewählter Arbeiten vorstellen:

**Matthias Arp (Berlin), Abschluss: 07.10.2010**  
**Thema: „Public-Affairs-Management in kleinen Nonprofit-Organisationen“: Wie es kleinen NPOs schaffen mit wenig Geld ihre Interessen zu vertreten**

Aufgrund geringerer finanzieller Ressourcen sind Nonprofit-Organisationen im Public-Affairs-Management gegenüber Wirtschaftsunternehmen benachteiligt. Zentrales Thema ist die Frage, welche Möglichkeiten des Public-Affairs-Managements kleinen NPOs zur Verfügung stehen. Als Fallstudie werden die Bürgerstiftung Neukölln und der Samariterkiez e.V. herangezogen.

**Frank Rauhaus (Münster), Abschluss: 25.11.2010**  
**Thema: „Milieuveränderungen als Herausforderung für das Marketing von Nonprofit-Organisationen - dargestellt am Beispiel kirchlicher Bildungsträger“**

Der gesellschaftliche Wandel wirkt sich gerade in Krisenzeiten auf Nonprofit-Organisationen aus. Die Veränderung der sozialen Milieus führt bei traditionellen „Bildungs- und Sinnanbietern“ wie den christlichen Kirchen zu schrumpfenden Mitgliedszahlen. Gleichwohl gibt es eine verstärkte Nachfrage bei religiösen Inhalten und Praktiken. Hier scheinen neue Strategien für das Marketing kirchlicher Bildungsangebote notwendig. Die vorliegende Untersuchung zeigt mit dem Ansatz eines „milieusensiblen Zielgruppenmarketings“, wie neue und alte Stakeholder gewonnen und gebunden werden können.

NPM Organisationen stellen sich vor

## EIN ORT FÜR KINDER – PESTALOZZI KINDERDORF (Johannes Rist, Studiengruppe 12)



satz mit „Kopf, Herz und Hand“. Dieser klassischen Dreiteilung folgend können Kinder den eigenen Kindergarten besuchen, wechseln in die Schule und absolvieren schließlich eine landwirtschaftliche oder handwerkliche Ausbildung in den Betrieben des Kinderdorfs.



Im Pestalozzi Kinderdorf finden in Not geratene Kinder und Jugendliche ein sicheres Zuhause. 1946 am Bodensee gegründet, erhielten dort Kriegswaisen eine neue Familie in einer sich selbst versorgenden Gemeinschaft. Diese zeichnet sich noch heute durch drei besondere Charakteristika aus.

In der familienanalogen Betreuung leben Ehepaare gemeinsam mit ihren eigenen und den aufgenommenen Kindern zusammen unter einem Dach. Es fließen Arbeit und Privatleben ineinander über.

Die Pädagogik des Namensgebers Pestalozzi beruht auf einem ganzheitlichen An-

dienen nicht nur der Ausbildung, sondern versorgen das Kinderdorf auch mit biologischen Nahrungsmitteln und handwerklichen Erzeugnissen. Kinder und Erwachsene können den Weg ihres Essens vom Feld bis auf den Tisch miterleben.

Diesen vielfältigen Entwicklungs- und Lebensraum aufrecht zu erhalten und weiterzuentwickeln ist nur durch hohes Engagement und viele Unterstützer rund um das Kinderdorf möglich. Doch das Umfeld hat sich geändert, ein früher wie selbstverständlicher Spendenfluss muss heute umsorgt werden und auf die Forderungen nach Professionalisierung muss

reagiert werden. Das hat tiefgreifende und manchmal auch schmerzhaft Veränderungen zur Folge und eine ständige Auseinandersetzung mit der Frage, wie sich Professionalität gut mit einer Gemeinschaft vereinbaren lässt, die aus einer Tradition der Gleichsetzung von Privatem und Arbeit kommt.

[www.pestalozzi-kinderdorf.de](http://www.pestalozzi-kinderdorf.de)

## TATKRÄFTIG – HÄNDE FÜR HAMBURG (Miriam Schwartz, Studiengruppe 9)



ist eine Koordinationsplattform für gruppenorientiertes Freiwilligenengagement in Hamburg. Die Initiative vermittelt freiwillige Helfer in Projekte, die in Zusammenarbeit mit lokalen Nonprofit-Organisationen stattfinden. Das Besondere: Die Projekte sind auf Gruppen zugeschnitten und berücksichtigen die Wünsche und zeitlichen Kapazitäten der Freiwilligen. So wird Engagement zum Gemeinschaftserlebnis und ist auch für Vielbeschäftigte möglich. Für die Partner verursacht die Einbindung der Freiwilligen kaum zusätzlichen Arbeitsaufwand: Ehrenamtliche tatkräftig-Mitarbeiter übernehmen die Koordination der Freiwilligen und sind auch während des Pro-

jekts anwesend. Die tatkräftig-Projekte bieten den Partnern eine Chance, sich zu präsentieren und neue ehrenamtliche Mitarbeiter zu gewinnen. Das Angebot ist für alle Beteiligten kostenlos; die Personalkosten von tatkräftig werden durch Firmenkooperationen und Spenden gedeckt.

Die Idee für tatkräftig stammt aus den Niederlanden. Das Programm „Stichting Present“ wird dort bereits sehr erfolgreich in vielen Städten umgesetzt. Als ich vor etwa einem Jahr nach Hamburg zog, erfuhr ich von einer Stiftung, die eine Projektleitung suchte, um dieses Konzept für Hamburg zu adaptieren und umzusetzen. Ich entschied mich für die Stelle. Das Wissen aus dem Studium kam mir beim Organisationsaufbau sehr zugute: Zusammen mit einem zehnköpfigen, ehrenamtlichen Team wurden seit Januar 2011 das Konzept, die Alleinstellungsmerkmale und Ziele, der Name „tatkräftig“ und das Logo erarbeitet. Flyer und Präsentationen für drei verschiedene

Zielgruppen entstanden. Zuständigkeiten im Team wurden verteilt, Stellenbeschreibungen für die einzelnen Positionen erarbeitet, Online-Formulare und Evaluationsbögen in Auftrag gegeben. Ein Workflow-Plan für den Ablauf der Projektkoordination entstand im Rahmen einer meiner Hausarbeiten, ebenso wie das Kommunikationskonzept für tatkräftig. Seit dem offiziellen Start im August wurden erste Projekte bereits erfolgreich umgesetzt; das Netzwerk wächst, das Feedback ist sehr positiv.

Bei all der Energie, die in tatkräftig fließt, darf das Studium jedoch nicht ganz aus dem Blick geraten. Ab 2012 steht die Masterarbeit zum Thema "Social Franchising" an. Das Thema ist bewusst gewählt. Denn: Wer weiß, wo es mit tatkräftig noch hingehet?

**Zur Person:** Miriam Schwartz, 27 Jahre, wohnhaft in Hamburg, Studiengang Nonprofit-Management and Governance seit 2010  
**Kontakt:** [miriam.schwartz@tatkraeftig.org](mailto:miriam.schwartz@tatkraeftig.org) / tatkräftig - Hände für Hamburg, Susannenstraße 43, 20357 Hamburg  
**Spendenkonto:** Stiftung FeGN – tatkräftig, KTN: 15652300, BLZ: 45260475 (SKB Witten), Stichwort: eigener Name + Adresse (wichtig für die Spendenbescheinigung)  
**Firmenkooperationen:** Broschüren sind auf Anfrage unter [info@tatkraeftig.org](mailto:info@tatkraeftig.org) erhältlich.

## TERMINE

<b>26. Januar 2012</b>	<b>Infoveranstaltung</b> zum Studiengang <i>Nonprofit-Management and Governance</i> Anmeldung und Infos unter: <a href="http://www.npm-online.de/399">www.npm-online.de/399</a> <b>Hamburg, Clausen+Co, Gurlittstr. 31-33</b>	<b>15. August 2012</b>	<b>Bewerbungsfrist</b> für Masterstudiengang <i>Nonprofit-Management and Governance</i>
<b>15. Februar 2012</b>	<b>Bewerbungsfrist</b> für Masterstudiengang <i>Nonprofit-Management and Governance</i>	<b>28. September – 02. Oktober 2012</b>	<b>Seminar in Münster: Geschäftsführung in kleinen und mittleren NPOs</b> <a href="http://www.npm-online.de/447/">www.npm-online.de/447/</a>
<b>16. - 20. März 2012</b>	<b>Seminar in Münster: Stiftungsmanagement</b> Anmeldung und nähere Infos unter: <a href="http://www.npm-online.de/456">www.npm-online.de/456</a>	<b>01. Oktober 2012</b>	<b>Studienbeginn Masterstudiengang</b> <i>Nonprofit-Management and Governance</i>
<b>01. April 2012</b>	<b>Studienbeginn Masterstudiengang</b> <i>Nonprofit-Management and Governance</i>	<b>26. - 28. Oktober und 01. &amp; 02. Dezember 2012</b>	<b>Seminar in Berlin: Public Affairs Management</b> Anmeldung und nähere Infos unter: <a href="http://www.npm-online.de/95">www.npm-online.de/95</a>

## BUCHVORSTELLUNG: GESELLSCHAFT OHNE EHRENAMT?



Auf der Basis eigener empirischer Erhebungen wird in den drei Schlüsselbereichen der Zivilgesellschaft Kultur, Sport und Soziales untersucht, inwieweit ehrenamtliche Strukturen noch tragfähig sind, um die Leitung von Organisationen, aber auch die Arbeit in den Vereinen und Verbänden weiterhin zu gewährleisten. Die Analysen zeigen, dass das bürgerschaftliche Engagement in Anbetracht sich wandelnder Rahmenbedingungen weiter unter Druck gerät.

**Thomas Rauschenbach, Annette Zimmer (Hrsg.): Bürgerschaftliches Engagement unter Druck? Analysen und Befunde aus den Bereichen Soziales, Sport und Kultur; ISBN: 3866494351, 389 Seiten, Verlag Barbara Budrich; Auflage: 1 (9. August 2011), 33,- €**

## IMPRESSUM

**npm** ■ Zentrum für  
Nonprofit-  
Management

**WWU**  
Weiterbildung

Zentrum für Nonprofit-Management

**WWU Weiterbildung gemeinnützige GmbH**  
Georgskommende 14, 48143 Münster  
Tel.: 0251-83-21707 Fax: 0251-83-21720  
[www.weiterbildung.uni-muenster.de](http://www.weiterbildung.uni-muenster.de)

### Redaktion:

Dr. Kristin Große-Bölting,  
Geschäftsführerin WWU Weiterbildung gGmbH,  
V.i.S.d.P.  
[k.grosse-boelting@uni-muenster.de](mailto:k.grosse-boelting@uni-muenster.de)

Almut Müskens,  
Studiengangskoordinatorin  
[mueskens@npm-online.de](mailto:mueskens@npm-online.de)

Timo Schmidt,  
Gestaltung

Sie möchten uns ein Thema für die Aufnahme in die Nonprofit News vorschlagen? Dann senden Sie uns eine Email an:  
[info@npm-online.de](mailto:info@npm-online.de)

## ARBEITSLOSE: KEINE LOBBY UND KAUM ENGAGIERT

Arbeitslose stehen in der Öffentlichkeit meist im Abseits. Über ihre Situation wird zwar diskutiert, ein Dialog mit ihnen findet jedoch kaum statt. An der Marginalisierung von Erwerbslosen in der politischen Entscheidungsfindung änderten auch deren starke Proteste im Jahr 2004 wenig. Britta Baumgarten vom Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialfor-

schung (WZB) geht in dem aktuellen WZBrief Zivilengagement der Frage nach, warum Erwerbslose so wenig präsent in der Öffentlichkeit sind und kaum Einfluss auf politische Entscheidungen ausüben.

[www.wzb.eu/de/news/arbeitslose-keine-lobby-und-kaum-engagiert](http://www.wzb.eu/de/news/arbeitslose-keine-lobby-und-kaum-engagiert)

## JUGEND HILFT! WETTBEWERB

Euch macht es Freude anderen Menschen zu helfen? Das ist nicht selbstverständlich, sondern einzigartig. Der JUGEND HILFT! Fonds unterstützt eure sozialen Projekte jedes Jahr mit bis zu 2.500 Euro. Einsendeschluss ist der 15. März 2012.

Weitere Infos unter: [www.jugendhilft.de](http://www.jugendhilft.de)

