

Anmeldung

(per Post oder FAX 030 / 308 831 805)
 Deutscher Fundraising Verband e.V.
 Brüderstraße 13
 10178 Berlin

Hiermit melde ich mich zum Fachtag faith+funds 2016 am 21. und 22. September 2016 für diese Masterclasses, Seminare und/oder Vorträge an:

Mittwoch 21. September

14:00 - 15:30 Uhr

<input type="checkbox"/> Masterclass „how to get legacies from major donors for church based charities“ Richard Radcliffe	<input type="checkbox"/> Masterclass „Spendenbriefe“ Udo Schnieders Gabriele Laurich	<input type="checkbox"/> Wir sind doch schon die Guten!? Warum jetzt auch noch CSR? Karl-Hans Kern
---	--	--

15:45 - 18:00 Uhr

<input type="checkbox"/> Masterclass „how to get legacies from major donors for church based charities“ Richard Radcliffe	<input type="checkbox"/> Masterclass „Spendenbriefe“ Udo Schnieders Gabriele Laurich	<input type="checkbox"/> Wir sind doch schon die Guten!? Warum jetzt auch noch CSR? Karl-Hans Kern
---	--	--

Donnerstag 22. September

09:45 - 10:30 Uhr

<input type="checkbox"/> HAUPTVORTRAG 1: Mit den Pfunden wuchern - aber über Geld sprechen zuletzt Einige Anmerkungen zur Zielbestimmung und Marketingstrategie in der Kirche Christian Wolff

10:40 - 11:40 Uhr

<input type="checkbox"/> Update Recht und Steuern für Fundraiser Mathias Lindemann	<input type="checkbox"/> Fundraising 2030 Paul Dalby	<input type="checkbox"/> Erbschaftsfundraising – mit Empathie und Geduld Kai Dörfner	<input type="checkbox"/> „Unternehmen müssen Buße leisten!“ – Grundlagenwissen Nachhaltigkeit Nicole Susann Roschker & Dieter Horst PricewaterhouseCoopers
--	--	--	--

11:50 - 12:50 Uhr - bitte ankreuzen

<input type="checkbox"/> Update Recht und Steuern für Fundraiser Mathias Lindemann	<input type="checkbox"/> Keine Angst vorm alten Eisen Olav Bouman	<input type="checkbox"/> In Sack und Asche oder in Samt und Seide – Die Fundraisingpersönlichkeit als Schlüssel für den Erfolg im Großspenderfundraising. Birgit Kern	<input type="checkbox"/> Beziehungen zu Unternehmen tragfähig und ertragreich gestalten am Praxisfall Nicole Susann Roschker & Dieter Horst PricewaterhouseCoopers
--	---	---	--

Donnerstag 22. September

14:00 - 14:40 Uhr

BIG SESSION - Pecha Kucha

<p>Chancen von Telefonaktionen mit Ehrenamtlichen für Stewardship und Fundraising in einer Kirchengemeinde</p> <p>Hille Richers</p>	<p>„Was bleibt.“ Weitergeben. Schenken. Stiften. Vererben. Erbschaftsfundraising gewinnend kommuniziert ...</p> <p>Sven Kaun-Feederle & Torsten Sternberg</p>	<p>Master-Studiengang Fundraising in LU</p> <p>Thomas Kreuzer</p>
--	--	--

14:40 - 15:50 Uhr

<p><input type="checkbox"/> Sponsoring von Tendenzbetrieben</p> <p>Carp Schiller N.N.</p>	<p><input type="checkbox"/> Wer die Zielgruppe trifft</p> <p>Helga Schneider</p>	<p><input type="checkbox"/> Preisträger des Deutschen Fundraising-Preises: www.pixelpuzzle.photo Apostelkirche - Stempel-de Fallois</p>
--	---	--

16:00 - 16:45 Uhr

<p><input type="checkbox"/> Fundraising als missionarischer Vollzug Axel Mehlmann</p>

Name	Vorname
Organisation	
Funktion	
Straße	PLZ + Ort
Telefon	Fax
E-Mail	Website

Datum	Unterschrift
-------	--------------

22.09. | 10:40 - 11:40 Uhr

„Unternehmen müssen Buße leisten!“ - Grundlagenwissen Nachhaltigkeit

Mit wem bekommt man es eigentlich zu tun, wenn man als Fundraiser mit Unternehmen ins Gespräch kommt? Nachhaltigkeit, Corporate Citizenship oder Compliance - wofür stehen diese Abteilungen in einem Unternehmen und was sind deren Interessenslagen im Zusammenhang mit Fundraising? Was sind die Bedürfnisse von Unternehmen, wenn man an deren Unterstützung für die „Gute Sache“ gewinnen möchte? Mit Antworten auf diese Fragen beschäftigt sich dieser Workshop. Es werden die Prozesse und Strukturen des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen vorgestellt sowie die Ziele und Notwendigkeiten der Ansprechpartner von Fundraisern in Unternehmen. Ziel ist es, den Teilnehmern eine erfolgreichere Ansprache von Unternehmen zu ermöglichen, indem ihnen die Lage ihrer potentiellen Partner besser verständlich wird.

22.09. | 11:50 - 12:50 Uhr

Beziehungen zu Unternehmen tragfähig und ertragreich gestalten am Praxisfall

Anhand eines Praxisfalls (gerne auch aus dem Kreis der Teilnehmer) wird in diesem Workshop gemeinsam ein Fundraising-Konzept zur Unternehmensansprache erarbeitet. Wen kann man wie ansprechen und mit welchen Zielen? Was sind erfolgsversprechende Maßnahmenpakete und wie erarbeite ich mir eine langfristige Kooperation? Wie generiere ich eine Win-Win-Situation und was können Showstopper sein? Anhand von Übungen und Diskussionen in Kleingruppen, gemeinsamen Brain Stormings und Rollenspielen werden die Möglichkeiten und Grenzen der Zusammenarbeit mit Unternehmensspendern praktisch erfahrbar gemacht. Teilnehmer sollen in die Lage versetzt werden, ihre eigenen Erfahrungen einzubringen, diese neu zu bewerten und neue Verhaltensweisen auszuprobieren.

22.09. | 10:40 - 11:40 Uhr

Erbschaftsfundraising - mit Empathie und Geduld

Ist Erbschaftsfundraising etwas für meine Organisation? Welche Voraussetzungen brauchen wir dafür? Wie schnell „klappt“ es mit den Vermächtnissen? In dieser Session bekommen Sie eine solide Grundlage über dieses spannende Aufgabengebiet. Themen sind die Werbung für Testamente, die institutionellen und personellen Voraussetzungen, Gespräche mit Nachlass-Interessenten und - am Rande - die Abwicklung von Nachlässen. Wir sprechen über die Motive von Erblassern, Ihre Erfahrungen mit Testamenten und wie Sie Erbschafts-Fundraising in Ihren Fundraising-Mix integrieren können.

22.09. | 14:00 - 14:40 Uhr

Chancen von Telefonaktionen mit Ehrenamtlichen für Stewardship und Fundraising in einer Kirchengemeinde

Telefongespräche durch Ehrenamtliche können ein wirksames Instrument im Prozess der Implementierung von Fundraising in Kirchengemeinden oder/und bei konkreten Fundraising-Aktionen sein. Worauf ist zu achten bei Vorbereitung und Durchführung und Auswertung? Unter welchen Bedingungen ist es sinnvoll und welche Wirkungen sind zu erzielen? Ein Bericht aus der Praxis.

22.09. | 14:40 - 15:50 Uhr

Wer die Zielgruppe trifft

Wir möchten unsere Spender zielgruppengerecht ansprechen.

Aber was „bringt“ das?

Anhand von Praxisbeispielen wird in diesem Vortrag gezeigt, welche Auswirkung eine zielgruppengerechte Ansprache auf die Einnahmen haben kann. Es wird auch thematisiert, dass eine zielgruppenspezifische Ansprache aufwändiger und somit kostenintensiver sein kann, d.h. der letztendliche Ertrag kann ggf. nur minimal höher sein.

Macht es trotzdem Sinn diesen Weg zu beschreiten und wenn ja: wie und mit welchen Mitteln?

Der Vortrag gibt Anregungen, wie man für die unterschiedlichen Fundraisingziele (Neuspendergewinnung, Spenderbindung und Reaktivierung) mit überschaubaren Mitteln zielgruppengerechte Ansprache in der Praxis umsetzen kann.