



Nützlich sein

Wem bieten wir wie welchen Nutzen? Ein soziale Organisation, die auf Fundraising setzen will, muss auf diese Fragen eine einfache und überzeugende Antwort haben. Diese Antwort zu finden und zu formulieren ist ein wertvoller Nebeneffekt bei dem Bemühen, Unterstützer zu finden. In ihrem Artikel in diesem Heft gibt die erfahrene Fundraising-Managerin Wiebke Doktor einen Überblick über die Möglichkeiten und Grenzen von Fundraising. Sie erläutert die organisatorischen Voraussetzungen und zeigt, dass Fundraising in erster Linie als »Beziehungsmarketing« zu sehen ist. Denn Fundraising ist mehr als Geldbeschaffung. Es geht eher um »Friending«, also darum, solche Menschen zu finden und zu gewinnen, welche die Werte und Ziele der Organisation teilen und die deshalb bereit sind, deren Arbeit zu unterstützen.

*

Die Vorbereitungen für den Kongress der Sozialwirtschaft im nächsten Jahr sind weit gediehen. Vom 12. bis 14. Juni 2013 wird es in Magdeburg um die Sozialwirtschaft als Arbeitsmarkt gehen. In Plenumsveranstaltungen und Foren werden dazu alle für die Praxis relevanten Aspekte beleuchtet, von der Beschäftigungsentwicklung über die Fachkräfte- und Führungskräftegewinnung bis zu Fragen der Entlohnung. Über die aktuelle Veranstaltungsplanung informiert die einschlägige Website des Kongresses der Sozialwirtschaft: www.sozkon.de. Der Tagungsband des letzten Kongresses der Sozialwirtschaft ist übrigens kürzlich erschienen*. Den Kongressteilnehmern ging ihr Freiexemplar bereits mit der Post zu. Wer den letzten Branchentreff versäumt hat, kann sich das Werk im Buchhandel besorgen.

Gerhard Pfannendörfer, Chefredaktion
E-Mail pfannendoerfer@nomos.de

* Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege e. V. (Hg.): Den Wandel steuern. Personal und Finanzen als Erfolgsfaktoren. Bericht über den 7. Kongress der Sozialwirtschaft vom 26. und 27. Mai 2011 in Magdeburg. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2012. 391 Seiten. 69,- Euro. ISBN 978-3-8329-6837-3.