

Fundraising

Workshop-Reihe

EU-Bildungsprogramm Erasmus+

Dr. Marita Haibach

Projektpartner:

Diözesan-Caritasverband für das Erzbistum Köln, Deutschland
(Koordination)

Caritas der Erzdiözese Wien, Österreich

Caritas Alba Iulia, Rumänien

Caritas Trieste, Italien



Workshop-Reihe Fundraising

Workshop 1 04.02.2025, 9-13 Uhr	Fundraising-Grundlagen (inkl. Ethik) und Organisation Fundraising-Märkte (Überblick) Formen und Methoden des Fundraisings (Überblick)
Workshop 2 20.02.2025, 11-15 Uhr	Unternehmenskooperationen, inkl. Sponsoring Spendenmailings (Direct Mail; Spendenbriefe) Online-Fundraising
Workshop 3 28.05.2025, 11-15 Uhr	Major Giving (Großspenden-Fundraising) Testamentspenden-Fundraising
Workshop 4 03.06.2025, 9-13 Uhr	Fundraising-Events Stiftungen in der Praxis Spenderbindung, Dank, Reporting

Fundraising-Methoden & -Förderformen

Fundraising-Mix: gezielte Kombination unterschiedlicher Instrumente
laufende Info & immer neue Gebeanreize

Fundraising-Gespräche (persönliche Kontakte)	Großspenden-Fundraising	Spendenbriefe (Mailings)	Fundraising online	Fundraising-Events
Testament-spenden	Telefon-Fundraising	Face-to-Face-Fundraising (Haustür-/Standwerbung)	Dauerförderer (u.a. Patenschaften)	Anlassspenden
Beilagen (Zeitungen, Zeitschriften)	(Zu-)Stiften	Unternehmenskooperationen	Förderanträge Stiftungen	und andere mehr

Fundraising – Workshop 4

I Fundraising-Events



Fundraising-Events

Grundformen - Formate

- Kulturveranstaltung (wie Theater / Konzerte)
- exklusives gesellschaftliches Ereignis (Essen, Kamingespräche, private Vortragsveranstaltungen)
- Breiten-Event („Volksfest“; Auktionen, Tag der offenen Tür...)
- Online Events
- Projektreisen / Projektbesuche
- ...

Fundraising-Events

Die Organisation anfassbar präsentieren

Ziele

- persönlicher Kontakt mit (potenziellen) Förderern
- jeweilige Organisation in sichtbarer, greifbarer Form darzustellen
- Vertrauen bilden
- Informationen liefern
- Spenden generieren – wichtigster Zweck (oft) nicht um Geld bitten
- danken
- Arbeit der Organisation „emotionalisieren“

Erfolgsfaktoren

- gemeinsames Erlebnis schaffen
- interaktionell (Spenderinnen / Spender involvieren)
- Kreativität fördern
- Neuartiges bieten

Events

Vorbereitung - Umsetzung - Nacharbeit

- SMART-Ziele bestimmen (spezifisch – messbar – attraktiv – realistisch – terminiert), die mit Durchführung angestrebt werden
- Event-Team bilden
- Planung 4 bis 6 Monate vor Veranstaltung starten
- Checkliste erstellen
 - Aufgaben 6 Monate VOR Event
 - Aufgaben 5 Monate VOR Event ...
 - Aufgaben 1 Woche VOR Event
 - Aufgaben 1 Tag VOR Event
 - TO DOs NACH Event

Events – Checkliste

<p>Einladungs-Management Wann werden welche Leute wie eingeladen? Wie auf Absagen reagieren? Wie auf Zusagen? Telefonische Nachfassaktion?</p> <p>Event-Gestaltung Wo findet Event statt? Wie wird Ort/Raum gestaltet? Wer wird wann, was sagen? Welches Informationsmaterial wird angeboten? Werden Spenden während Event gesammelt? Wie? (Barspenden? Umschlag? Einzugsermächtigung? Kreditkarte?)</p>	<p>Programm-Gestaltung Wer begrüßt Teilnehmende? Wer führt durchs Programm? Wer kümmert sich um welchen Gast?</p> <p>Bedankung Wie wird Gästen für Teilnahme an Veranstaltung gedankt? Wie Dank an Referent:innen?</p> <p>„Protokoll“ führen Wie wird sichergestellt, dass klar ist, wer tatsächlich an Event teilgenommen hat? Wie werden Informationen gesammelt, die an dieser Veranstaltung geteilt werden?</p>
<p>Minuten-Ablauf der Veranstaltung Regiebuch Aufgabenverteilung Zeitmanagement</p> <p>Aktive Ansprache der Besucherinnen und Besucher konkrete Aufgaben/“Besucher:innen-Verteilung“ Ggf. interne Schulung</p> <p>Aufgabenverteilung am Tag X</p>	<p>Nachbereitung Wer hat tatsächlich teilgenommen? Wer nicht? Schneller Dank für Teilnahme (sofern Teilnehmende bekannt) Umgang mit denjenigen, die nicht gekommen sind Feedback einholen Umgang mit Spendenzusagen Informationen von Teilnehmenden aus der eigenen Organisation einholen und in Datenbank einpflegen Follow-up planen (zum Beispiel Fortschritte nach 6 Wochen)</p>

Events

Kosten und Einnahmen

Kosten

- oft hoher Kostenanteil (da auch PR)
- finanzielles Budget kalkulieren
- Kosten reduzieren durch Mithilfe von Spenderinnen/Spendern bzw. Sponsoren (z.B. Raumbereitstellung, Catering)

Einnahmen

- orientieren sich an Zielen/Strategie für die Veranstaltung

Fundraising – Workshop 4

II Stiftungen in der Praxis



Trends im europäischen Stiftungswesen

- Stiftungsboom in (West-) Europa seit der Jahrtausendwende
- Vielfalt nationaler Stiftungsrechte
- keine einheitliche Definition des Begriffs „Stiftung“
- Stiftungen in Europa (bei aller Unterschiedlichkeit) wesentliche gemeinsame Eigenschaften:
 - unabhängige, mitgliederlose Organisationen
 - mit eigener Einkommensquelle
 - die gewöhnlich aus einem Grundstockkapital bestehen
 - das einem bestimmten Stiftungszweck gewidmet ist
 - In der Regel auf Dauer angelegt

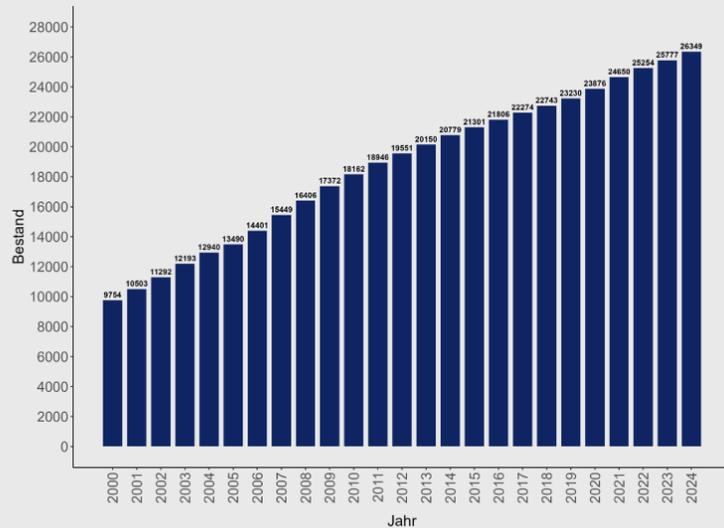
https://www.law-school.de/fileadmin/content/pdf/stiftungsrecht/Stiftungen_in_Europa.pdf

exemplarisch:

Stiftungen in Deutschland

Entwicklung des Stiftungsbestands 2000 – 2024

Stiftungsbestand 2000 – 2024
(rechtsfähige Stiftungen des bürgerlichen Rechts)



Quelle: Umfrage unter den Stiftungsaufsichtsbehörden, Stichtag 31.12.2024



Stiftungen in Deutschland Zahlen und Fakten

Es gibt über
26.000
Stiftungen, davon sind
rund 90% gemeinnützig.

80%
der Stiftungen haben
ein Kapital von unter
einer Million Euro.

Mehr als
5 Mrd.€
schütten alleine die 60
größten Stiftungen jedes
Jahr für das Gemeinwohl
aus.

In mehr als
430
Bürgerstiftungen bringen
sich Menschen für die
Gemeinschaft vor Ort ein.

Nur
7%
der Stiftungen haben
ihren Sitz in Ostdeutschland



https://www.stiftungen.org/fileadmin/stiftungen_org/Stiftungen/ZahlenDaten/2025/Graphik2.pdf

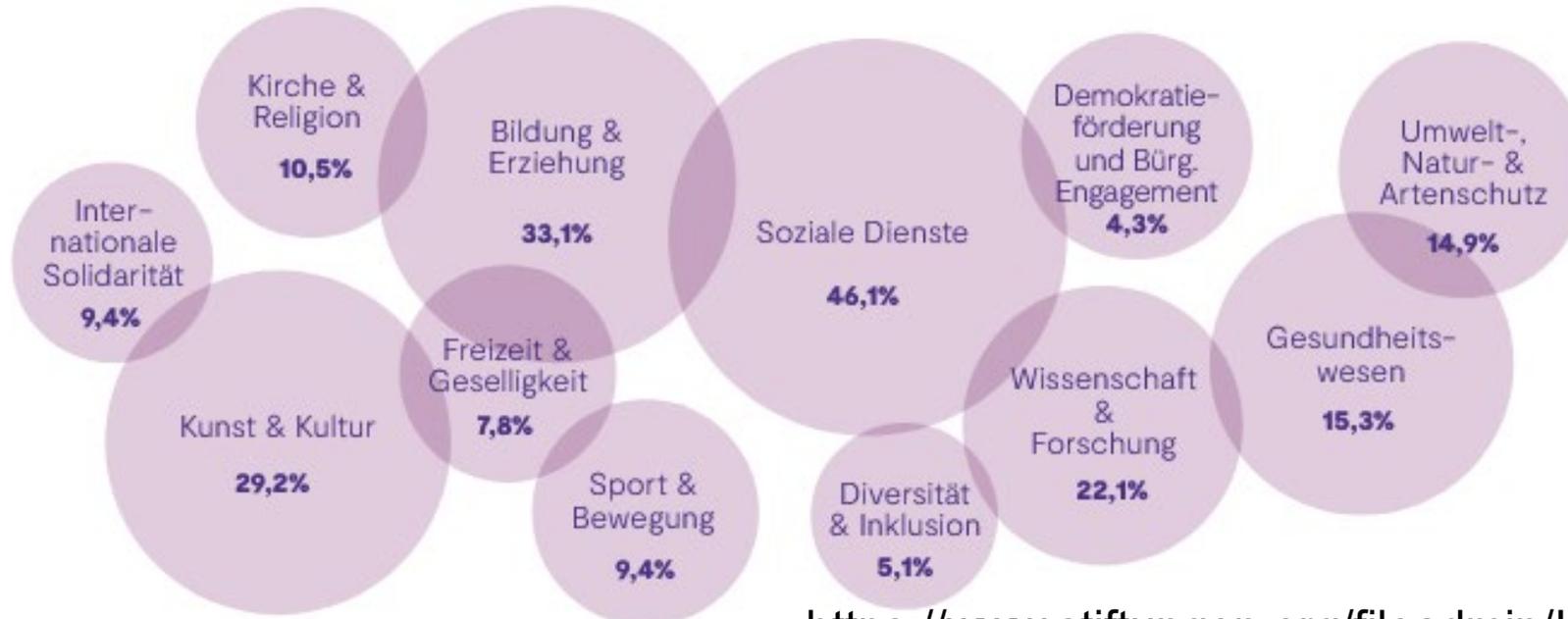


Dr. Marita Haibach

Major
Giving
INSTITUTE

Stiftungszwecke Deutschland

Vielfalt der Zwecke: Wofür setzen sich Stiftungen ein?



https://www.stiftungen.org/fileadmin/Infosheet_Stiftungssektor.pdf

Hinweis: Die Mehrheit der Stiftungen hat mehrere Zwecke in ihrer Satzung verankert.

Stiftungen in Deutschland

Vielfalt an Rechtsformen

- Rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts
- Treuhandstiftungen
- Kirchliche Stiftungen
- Stiftungen des öffentlichen Rechts
- Unternehmensverbundene Stiftungen
- Stiftungs-GmbH und Stiftungsvereine
- Familienstiftungen
- ...

Stiftungen in Deutschland – Grundausrichtung

<p>Förderstiftungen / Vergabestiftungen (meist aus Erträgen des Stiftungskapitals und/oder regelmäßige Zuwendungen durch Stifter:in)</p>	
<p>Operative Stiftungen</p>	
<p>Verbrauchsstiftungen</p>	

Stiftungen in Deutschland – Grundausrichtung

Fundraising durch & für Stiftungen

<p>Spendenorganisationen Rechtsform Stiftung</p>	
<p>Bürgerstiftungen</p>	
<p>Stiftungen zugunsten von Gemeinwohl-Organisationen</p>	

 **Caritas Stiftung**
im Erzbistum Köln

Stiftungen als Förderer

Die passende Stiftung suchen

- Online-Recherchen und Mundpropaganda
- Fokus auf Stiftungen in eigenem Land
- Viele Stiftungen fördern NICHT international, manche ja.
- Darauf achten, ob operative oder fördernde Stiftung

Einige internationale Quellen:

Philanthropy Europe Association

<https://philea.eu/membership/our-members/>

European Community Foundation Initiative

<https://www.communityfoundations.eu/atlas-cf.html>

Impact Europe

<https://www.impacteurope.net/members>

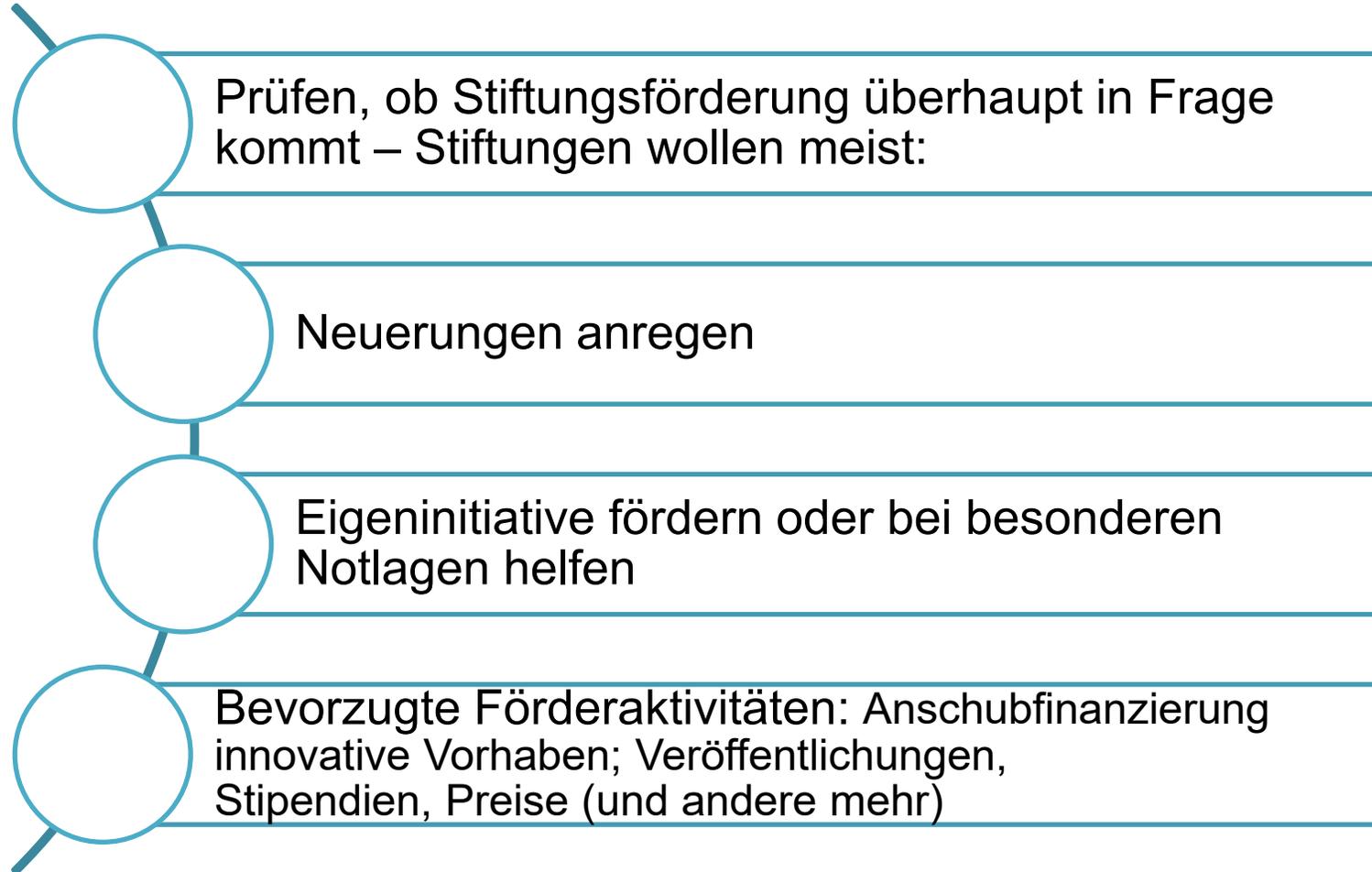
Candid (USA)

<https://candid.org/>

Council of Foundation (USA)

<https://www.impacteurope.net/members>

Stiftungen als Förderer gewinnen



Stiftungssuche

Suche nach Stiftungen und Dienstleistern für Stiftungen

Kontakt Login

Tipps zur Antragstellung Hilfe Abonnements Suchmöglichkeiten ▾ Stipendien Archive in Stiftungen

Stiftungssuche

Stichworte

Kinder

Ort

Köln

Bundesland

Nordrhein-Westfalen

Erweiterte Suche

Suchen

Zu Ihren Kriterien wurden 91 Ergebnisse gefunden. (In der [StiftungssuchePlus](#) wären es 195)

Ergebnisliste

Bürgerstiftung Köln

Zweck der Bürgerstiftung ist, die folgenden Bereiche in Köln zu fördern und zu entwickeln: Bildung und Erziehung, Jugend- und Altenhilfe, Wissenschaft und Forschung, Kultur, Kunst und [...]

Bürgerstiftung St. Cornelius Heumar

Zweck der Stiftung ist die Förderung von katholisch kirchlicher **Kinder**-, Jugend-, Bildungs- und Kulturarbeit sowie karitativer Arbeit im Seelsorgebereich der Pfarrgemeinde sowie des pfarrlichen [...]

Burscheid-Stiftung der Kreissparkasse Köln

Gem. § 52 Abs. 2 der AO: Jugend- und Altenhilfe, Kunst und Kultur, Denkmalschutz und Denkmalpflege, Naturschutz und Umweltschutz, Wohlfahrtswesen, Sport, Heimatpflege und Heimatkunde.

CaritasStiftung im Erzbistum Köln

Zweck der Stiftung ist die Förderung des kirchlich-karitativen Wohlfahrtswesens im Erzbistum Köln sowie die Unterstützung hilfsbedürftiger Personen im Sinne des § 53 AO. Sie [...]

Cöllnische Stiftung – "... einfach ein Lächeln schenken"

Förderung des traditionellen Brauchtums, der kölnischen Kultur, der Jugend und Altenhilfe, des Tierschutzes und der Verfolgung mildtätiger Zwecke (gemäß § 53 AO), vor [...]

Bundesverband Deutscher Stiftungen
<https://stiftungssuche.de/stiftungssuche/>



Dr. Marita Haibach

Major
Giving
INSTITUTE

Von der Kontaktaufnahme zur Förderung

**Kontakt-
aufnahme**
*(nach sorgfältigen
Recherchen):*

Telefonisch:
Förderrichtlinien,
Tätigkeitsbericht,
Ansprechpartner:in
und/oder
Türöffner:in

Projektskizze mit
kurzem
Anschreiben

Telefonisch
nachhaken
(ca. 10 Tage)

Fördermöglichkeit
denkbar
Förderobergrenzen
augenblickliche
Antragslage
Schwerpunkte
Antragsmodalitäten
Einreichungs- und
Entscheidungstermine
Antragsform

Vorteile einer (zusätzlichen) Stiftung für das Fundraising

- Eigene Kommunikation
- „Identität“ Stifterin/Stifter schafft Identifikation.
- Service für Menschen, die Stifterinnen und Stifter sein wollen
- kommuniziert Fokus auf bestimmte Zwecke/Ziele
- Upgrading-Möglichkeit
- Bindungsmöglichkeiten über Gremien
- attraktiv für Testamentspenderinnen und –spender
- ...

Formen des Stiftens

im Kontext von „Fundraising“-Stiftungen

- Selbständige Stiftung (zugunsten der Spendenorganisation)
- Treuhandstiftung (unselbständige/nicht rechtsfähige Stiftung)
- Zustiftungen (ins Stiftungskapital)
- Namensstiftungen als Treuhandstiftung, selbständige Stiftung oder als Namenszustiftung (Name des Stifters/der Stifterin, konkreter Förderzweck oder Förderschwerpunkt)
- Fonds
 - Stiftungsfonds (oft Themenfonds, konkreter Förderschwerpunkt)
 - Spendenfonds (Spendenpool für bestimmte Themenbereiche)
- Stifterdarlehen

Anforderungen und Herausforderungen bei Stiftung im Kontext einer anderen Organisation

- keine Eigenkonkurrenz (Profil)
- Verwaltung / Management / Gremien
- personelle Ressourcen / Ansprechpartner:in
- Einbindung in Organisation, zu deren Gunsten Stiftung ist
- Geldanlage
- Kosten und Einnahmen
- Kommunikation
- Bewerbung der Stiftung (Website, Werbematerialien, Veranstaltungen...)

Erfolgsfaktor „gemeinsam stiften“

Ownership, Zufriedenheit, Stolz



- Gründungskapital (2001) 260.000 Euro, Kapital Ende 2024: rund 25 Mio. Euro
- Fördervolumen 2023: 916.203 Euro jährlich
- Gemeinschaft von Stifter:innen (& Förder:innen): von 9 (2001) auf 78 Stifterinnen (2023) – Stifter:in ab 5.000 Euro
- Strategiewechsel Fokus auf Dauerspenden (Förderinnen)
- pro Jahr 2-3 Zustiftungen (insgesamt ca. 100.000 Euro); Testamentspenden in Aussicht
- aktives Fundraising – Spendeneinnahmen 2023: 642.099 Euro (mehr als 440 Spender:innen)
- fortlaufend gute Information (Jahresberichte, Website, persönliche Berichte von Geförderten, Veranstaltungen online und persönlich)
- Bindung und Zugehörigkeitsgefühl (auch für Neue) durch persönliche Begegnungen, insbesondere „Projektparty“ und Stifterinnenversammlung/Jahresversammlung schaffen Bindung und Zugehörigkeitsgefühl

Frauen als Stiftende: einige Fakten

- Männer stiften häufiger als Frauen
- Frauen – noch immer weniger Vermögen als Männer
- Stifterinnen öfter als Stifter keine Kinder
- Stiftungszwecke Frauen/Männer: keine Zahlen, doch wohl keine großen Unterschiede

Ausnahme: deutlich mehr Frauen engagieren sich für die Stärkung von Frauen und Mädchen

- Motive der Stiftenden: keine aktuellen Zahlen zu Unterschieden

Women's Philanthropy Institute, Indiana University: Frauen – Empathie; Männer – eher Eigeninteresse

Bundesverband Deutscher Stiftungen (2021): Zahlen, Daten, Fakten zum deutschen Stiftungswesen, https://www.stiftungen.org/fileadmin/stiftungen_org/Verband/Was_wir_tun/Publicationen/Zahlen-Daten-Fakten-zum-deutschen-Stiftungswesen.pdf
Bundesverband Deutscher Stiftung (2015): Stifterstudie 2015. Stifterinnen und Stifter in Deutschland, Berlin
https://www.stiftungen.org/fileadmin/stiftungen_org/Verband/Was_wir_tun/Publicationen/Stifterinnen-und-Stifter-in-Deutschland.pdf, S.22-23

Fundraising – Workshop 4

III

Spenderbindung – Dank – Reporting



Spenderbindung – der Schlüssel zu Langzeit-Erfolgen im Fundraising

- Die Spenderbeziehung beginnt mit der ersten Spende.
- Zeitnahe Dank-Nachrichten schaffen Vertrauen.
- Begrüßungsprogramme (Mailings, Package) befördern weitere Spenden.
- Multi-Channel-Kommunikation: Mailings, E-Mails, Events
- Kontinuierliche Update über die Wirkung der Projekte = emotionale Verbindung und Vertrauen.
- Spender:innen zu binden ist kostengünstiger als Neuspendergewinnung.

Regelmäßig spenden

www.caritas-international.de/spenden/online/formular?id=A8035M001&wrbtr=10&_gl=1*_urhq5i*_up*MQ..*_gs*MQ..&gclid= 67% ☆

[Über uns](#) [Rund ums Spenden](#) [Service](#) [Kontakt](#) [Jobs](#) [Presse](#)



[Informieren](#) [Engagieren](#) [Hilfe weltweit](#) [Blog](#)

[Jetzt spenden](#)

Schnell und sicher online spenden

Abbuchung: * einmalig monatlich einmal jährlich

Wählen Sie Ihren Spendenbetrag aus:

5 €

10 €

20 €

50 €

Oder geben Sie einen Betrag ein:

Ihr Betrag - €

Ihr Spendenzweck:

Dauerspende für Menschen in Not

[Info zur Zuwendungsbestätigung](#)

Ihre Bezahlmethode

SEPA-Lastschrift

Bitte geben Sie hier Ihre IBAN ein. Mit dem Absenden der SEPA-Lastschrift erteilen Sie uns automatisch eine Einzugsermächtigung. Sie können Ihre Einzugsermächtigung im Nachgang jederzeit widerrufen.



Dr. Marita Haibach

Major
Giving
INSTITUTE

Patenschaften



SOS-Kindpatenschaft

Mit einer SOS-Kindpatenschaft unterstützen Sie ein Kind in seiner SOS-Kinderdorf-Familie. Mit 31 Euro im Monat sorgen Sie für **Essen und Kleidung, Schulausbildung und medizinische Versorgung** Ihres Patenkindes und dessen Umfeld. Als Pate **begleiten Sie dieses Kind** und nehmen an seiner Entwicklung teil.

JETZT PATE WERDEN!



SOS-Dorfpatenschaft

Als Dorfpate unterstützen Sie alle Kinder eines SOS-Kinderdorfs sowie die **angeschlossenen sozialen Einrichtungen**. Mit 31 Euro im Monat fördern Sie damit auch **Kindergärten, Schulen, Kliniken und Sozialzentren**, die bedürftigen Kindern und Familien aus der Nachbarschaft offenstehen.

JETZT PATE WERDEN!

> MEHR ERFAHREN



SOS-Chancengeber

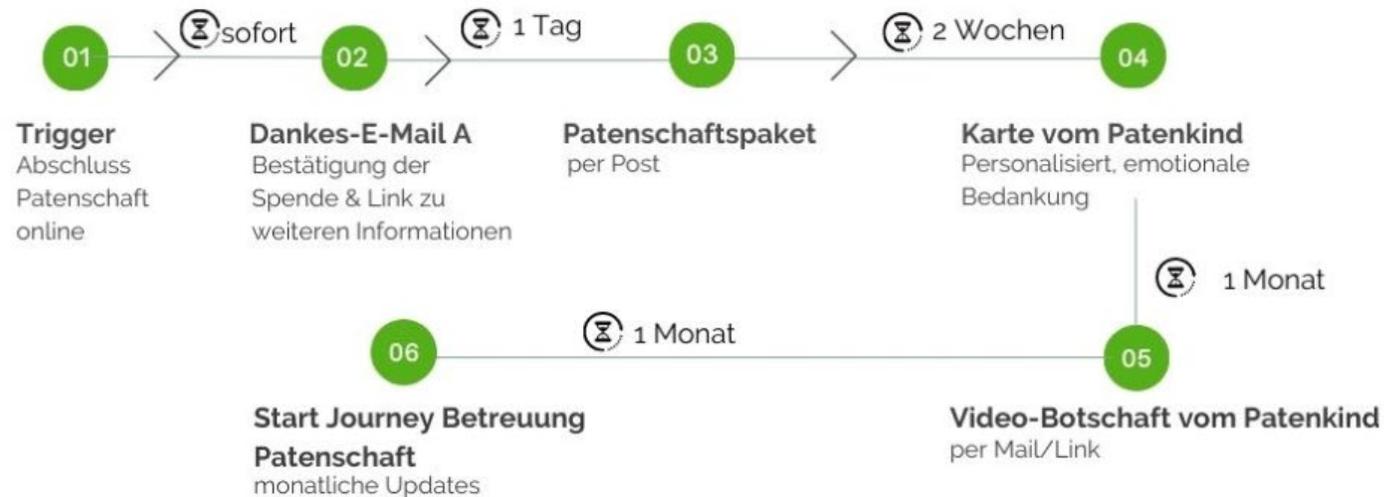
Als SOS-Chancengeber unterstützen Sie ab 15 Euro im Monat verschiedene Programme, bei denen Kinder, Jugendliche und Familien die **Chance auf ein selbstbestimmtes Leben erhalten**. Dies umfasst **z.B. Bildungsangebote, Ausbildungen, Schulen und Kurse** für den erfolgreichen Berufseinstieg.

JETZT HELFEN!

Donor Journeys: Fundraising Automation

FUNDRAISINGBOX 

Welcome-Journey Kinder-Patenschaft (Beispiel)



Donor Journeys: Fundraising Automation



Journey Neuspender*innen Klimakampagne ZG B (Beispiel)



Dankbarkeit im Fundraising

Grundprinzipien und Ziele

- alle Spenden und Zuwendungen sofort und angemessen bedanken
- passende Ebene (wer den Dank zum Ausdruck bringt)
- Levels für unterschiedliche Segmente (Förderhöhe) definieren und “Stewardship-Matrix” entwickeln
- Anerkennungs- und Bindungssystem für jedes Fördersegment schriftlich festlegen
- Kosten und Förderhöhe müssen in angemessenem Einklang stehen
- ausgeglichenes, gerechtes System, das Treue und Förderhöhe belohnt
- standardisierte Richtlinien und Möglichkeiten für Ermessensentscheidungen

Dankbarkeits- und Stewardship-Matrix

Beispiel

Donor Type		Gift Amount	Acknowledgement Letter	New Donor Welcome Packet	Print Newsletter	Personal Email	Small Gift (Calendar, Magnet, etc.)	Major Donor Event	Phone Call from BDD	Quarterly Major Donor Special Newsletter	E.D. Handwritten Card or Call	Stewardship Trip	Special Invite
Monthly	Up to 9	X	X	X									
One-time	up to 99												
Monthly	10 - 29	X	X	X	X								
One-time	100 - 299												
Monthly	30 - 49	X	X	X	X								
One-time	300 - 499												
Monthly	50 - 99	X	X	X	X	X	X						
One-time	500 - 999							X					
Monthly	100 - 199	X	X	X	X	X	X	X	X				
One-time	1,000 - 2,499												
Monthly	200 - 399	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
One-time	2,500 - 4,999												
Monthly	400 & up	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
One-time	5,000 & up												
Bequest			X	X			X	X	X	X			

https://www.trec.org/wp-content/uploads/2015/02/Stewarship-Matrix_v818.pdf



Stewardship Matrix

Beispiel

Meyer Partners

DONOR STEWARDSHIP MATRIX

Purpose of Outreach	Action and Method of Outreach	Timeline	New Donors	Recurring Donors	Mid-Level Donors	Major Donors	Planned Giving Donors
Acknowledgement	Acknowledgement Email	Within 24 Hours	X	X	X	X	X
	Acknowledgement Call	Within 48Hours				X	X
	Welcome Email	Within 24 Hours	X	X	X		
	Welcome Letter	Within 1 Week	X	X	X		
	Personal Email/Letter	Within 1 Week				X	X
Recognition	Annual Donor Gala	Annually		X		X	X
	Donor Highlight in Newsletter	Quarterly		X		X	
	Donor Highlight in Social Media	Monthly		X	X	X	
	Small Gift	Annually		X		X	X
Reporting	Impact Report	Annually	X	X	X	X	X
	Newsletter	Quarterly	X	X	X	X	X
Ongoing Engagement	Supporter Meet-Up	Monthly	X	X	X	X	X
	Volunteer Opportunities	Quarterly	X	X	X	X	X
	Birthday Card	Annually	X	X	X	X	X
	Holiday Card	Annually	X	X	X	X	X
	Donor Anniversary Card	Annually	X	X	X	X	
	Office Tour	Annually				X	X
	Donor Survey	Annually	X	X	X	X	X

<https://www.meyerpartners.com/fundraising-blog/donor-stewardship-matrix>



Dr. Marita Haibach

Dank an Förderer

Bunter Strauss an Möglichkeiten

- **Persönlich:** Gespräche, Besuche, Dank-Events...
- **Post:** (handgeschriebene) Schreiben / Karten / Anrede; Vorstand, Fundraiser/-in...
- **Telefon:** durch Vorstand, Fundraiser/-in, Projektverantwortliche, evtl. Begünstigte
- **Digital:** Video-Gespräch, E-Mail, SMS, Dankvideos, Social Media
- **Öffentliche Anerkennung:** Veranstaltungen, Medien, Namensgebung, Danktafeln..
- **Zeichen des Danks:** Medaillen, Pins, Ehrentitel, Urkunden...
- **Geschenke:** Fotos, Blumen, Schokolade, eigene Produkte, Gefallen tun ...

Fördererbindung

Kontakt- und Bindungsmanagement

Je höher die Spende, desto individueller

In Verbindung bleiben

- Spendenmailings • E-Mails • Anrufe • Videogespräch •
 - Besuche • Einladungen (persönlich)
- Events persönlich oder digital (Empfänge, Essen, Einweihungen, Konzerte, Ausstellungen...)
- Geburtstagsgrüße • Weihnachtsgrüße

Informieren

- Newsletter • Projektinfos • Anrufe • Besichtigungen
 - Projektbesuche (auch digital)
 - Spenderreisen • Website
- gutes Beschwerdemanagement

Involvieren

- Gremien • Fundraising • Vorträge
- Spender:innen um Expertise, Rat, Zeit bitten

Dr. Marita Haibach

Philanthropie ◦ Major Giving ◦ Fundraising

Fundraising-Beraterin, Coach, Trainerin (Schwerpunkte Großspenden-Fundraising, Strategie und Konzeption, Fundraising-Management) seit 1990; Initiatorin und Mitinhaberin des Major Giving Institute (seit 2013)

Autorin: (u.a.) „Großspenden-Fundraising – Wege zu mehr Philanthropie“ (Co-Autorin); „Handbuch Fundraising“; „Hochschul-Fundraising“ , „Frauen erben anders: Mutig mit Vermögen umgehen“

Engagement für die Entwicklung des Berufsfelds Fundraising: Deutscher Fundraising Verband (stv. Vorsitzende 1996-2002, Beiratsmitglied 2012-2016), European Fundraising Association (u.a. Präsidentin 2004-2008), Fundraising Akademie (Vorsitzende der Prüfungskommission 2000-2008, Dozentin und Regionalmentorin seit 2000)

Stifterin und Stiftungsengagierte: Initiatorin des Pecunia Erbinnen-Netzwerks (1999) und der Stiftung Filia (2001), stellvertretende Vorsitzende der Stiftung Citoyen (2004-2014), Stiftungsrätin der Karin-Burmeister-Stiftung (1998-2014), Stiftungsratsmitglied der Stiftung Universität Hildesheim (2015-2019) und der Landesstiftung Miteinander in Hessen (2015-2023), Kuratoriumsmitglied der Stiftung ZusammenWachsen

Vita (Auszug): Staatssekretärin und Landtagsabgeordnete in Hessen 1982-1987

Dr. phil. Politologie mit USA-Schwerpunkt, Freie Universität Berlin 1994

Visiting Research Fellow American University, Washington, D.C. 1988-1990

Dr. Marita Haibach - Rheingastr. 111 A - D-65203 Wiesbaden

T: +49 611-844402 F: +49 611-801989 M:+49 171-2836081

mh@marita-haibach.de www.marita-haibach.de; www.major-giving-institute.org

