



Römisch-Katholische
Kirche im Aargau
Fachstelle Diakonie

Fundraising – Geld sammeln mit Strategie, Methode und Freude

Dr. Severin Frenzel

Fachstelle Diakonie der Röm.-Kath.
Kirche im Aargau

Dr. Severin Frenzel

FUNDRAISING FÜR NON-PROFIT- ORGANISATIONEN



**HINTERGRÜNDE,
ZIELGRUPPEN,
METHODEN**



Haben Sie Ideen zu einem eigenen Fundraising mitgebracht?

Falls ja:

Bitte erzählen Sie,
was Sie gerne
durch Fundraising
finanzieren würden!

Haben Sie schon
Erfahrungen mit
Fundraising?

Wenn ja, welche?

Wenn nein, welche
Erwartungen,
Hoffnungen und
Wünsche haben Sie zum
Fundraising?

(fiktive) Beispiele für Fundraising

- Schauen Sie sich das Beispiel an und überlegen Sie:
- Ist das ein positives oder negatives Beispiel für Sie?
- Signalisieren Sie Ihre Meinung



Spielplatz- erneuerung Kirchplatz

- **Sorgen Sie für Chancengerechtigkeit beim Aufwachsen!**
- Die Kinder im Quartier leiden. Der veraltete Spielplatz macht die Kinder traurig und belastet die Eltern, viele davon alleinerziehend.
- Wir wären dankbar, wenn Sie einen 50 Fr. Wertbon erwerben, damit wir die hohen Kosten stemmen können (Rutsche und Sandkasten je 5'000 Fr.)



Modernisierung Spielplatz für alle Kirchplatz

GlücksspenderInnen gesucht!

Seraina (3) kommt aus dem Emmental und wohnt seit zwei Wochen hier bei uns am Kirchplatz. Täglich ist sie auf dem Spielplatz. "Ich freue mich so sehr auf die schönen Begegnungen und die lachenden Kinder, wenn das hier mal erneuert ist, ein echter Ort der Gemeinschaft", sagt ihre Mutter Dorothee, mit der wir auf dem jetzigen Spielplatz ins Gespräch kamen.

Kaufen Sie einen 50 Fr.-Wertbon und schenken Sie den Kindern den sehnsüchtig erwarteten neuen Spielplatz!

Mit 100 Wertbons können wir eine neue Rutsche kaufen, mit 200 Wertbons sogar eine Rutsche und einen neuen Sandkasten.

Als SpenderIn sind Sie eingeladen zum grossen Eröffnungsfest!



Fiktives Beispiel für ein Firmensponsoring



A vintage microphone with a blue grille is positioned in the center foreground. The background is a dark stage with out-of-focus lights in shades of yellow, orange, and blue, creating a bokeh effect. A large, orange, starburst-shaped graphic is on the left side of the image.

Bandwettbewerb
in St. Peter

Fundraising-
Anlass zum
Umbau des
Jugendraums

Kollekte am Ausgang!



Bandwettbewerb
in St. Peter

Fundraising-
Anlass zum
Umbau des
Jugendraums

Unsere Jugendlichen wünschen sich einen Umbau des Jugendraums. Zu Beginn des Bandwettbewerbs stellen die Jugendlichen die Umbaupläne vor und erläutern die Gründe für den Umbauwunsch.

Am Ende des Anlasses können Sie ein Formular mit Ihren Angaben und der Höhe Ihrer Spende auf ein Formular schreiben und in die Spendenbox legen. Sie erhalten dann von uns einen Einzahlungsschein.

Fundraising
präsentiert eine
positive
Botschaft – aber
keinen Mangel,
kein Defizit

- Fundraising ist nicht das «Sammeln von Geld», eine Kollekte ist z.B. noch kein Fundraising
- Fundraising ist eine **Strategie**, um Spendengelder auf der Grundlage von **Marketing** zu erwirtschaften
 - Fundraising gehört damit zum **Bereich Marketing/Öffentlichkeitsarbeit, nicht zu den Finanzen**
 - Ziel ist es, Menschen, die gerne für den Zweck spenden wollen, mit unserem Spendenziel zusammenzubringen
- Was fördert Fundraising?
 - Alles, was «werbewirksam» ist und potenziellen Spenderinnen und Spendern positive Argumente für das Spenden liefert
- Was behindert Fundraising?
 - Die Darstellung eines Mangels, eines Defizits
 - Eine offensichtliche Mangelsituation sorgt eventuell für Mitleid, Mitleid jedoch führt in der Regel nur zu sehr kleinen Spendenbeiträgen
 - **Nennenswerte** Spenden erhält man für eine tolle positiv präsentierte Idee und das Vertrauen, dass man es schafft, sie in die Tat umzusetzen

Negative Slogans verhindern Fundraising

«Unsere Beratungsstelle muss leider abgebaut werden, wenn wir nicht in Kürze andere Geldquellen finden – Sie können uns helfen, unsere Beratungsstelle zu erhalten!»

«Die Kirchenaustritte machen uns zu schaffen – helfen Sie uns mit einer Spende!»

«Unsere Mittel gehen unaufhaltsam zurück, trotz unserer grossen Bemühungen, nun suchen wir neue Wege, um uns zu finanzieren!»

Diese Slogans zeigen: Geldnot, Zukunftssorgen, Unsicherheit, wie es weitergehen kann

→ Sie stellen den Mangel in den Mittelpunkt des Interesses und sind damit problemorientiert

• Sie werfen bei Aussenstehenden auch Fragen auf: Warum treten Menschen aus? Hilft meine Spende wirklich gegen einen unaufhaltsamen Trend? Warum sind die grossen Bemühungen unwirksam? Haben sie in dieser Krise wirklich genug positive Energie, um es zu schaffen?

Negative Slogans verhindern Vertrauensaufbau

- Wer sich nicht finanzieren kann und deshalb verzweifelt erscheint, wirkt nicht vertrauenswürdig
- **Fundraising beruht jedoch auf Vertrauen** – «ich vertraue dir mein Geld an und vertraue auch darauf, dass du deine Ziele erreichen kannst»
- Der Mangel an finanziellen Mitteln darf Thema sein, jedoch muss er folgendermassen transportiert werden:
 - Der Mangel ist uns bewusst und von uns einkalkuliert
 - Wir schauen positiv nach vorne, da wir auch Wege wissen, ihm zu begegnen
 - Wir besitzen Expertise und sind vertrauenswürdig
 - Wir können Bedarfe in überschaubare Projektziele überführen
 - Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit und die Beziehung mit Menschen/Firmen/Organisationen, die mit uns am gleichen Strick ziehen wollen, um unsere Projekte Wirklichkeit werden zu lassen

Kirche im 21. Jahrhundert braucht für erfolgreiches Fundraising ein «resilientes Narrativ»

- Der Begriff kommt vom Städteforscher Thomas Vail aus seinem Buch «Resilient Cities»
- Er hat in seiner Untersuchung festgestellt, dass nicht die Heftigkeit einer Krise über die Zukunftsfähigkeit einer Stadt entscheidet, sondern ihre Strategie, mit dieser Krise umzugehen
- Ein resilientes Narrativ erkennt die Krise an, betont aber die eigenen Ressourcen und Lösungen und stellt diese in den Mittelpunkt
- Dieses Konzept kann man auf die Kirche übertragen und für Fundraising nutzbar machen

Reales Beispiel - Orgelrevision Coudray-Kirche oder «das Rastenberger Apfelwunder»

Orgelbrand

Seit 2010 gibt es ihn. Den Rastenberger Orgelbrand. Hinzu kam das Rastenberger Orgelfeuer und die Rastenberger Orgelglut wird demnächst das Sortiment erweitern.

Die Idee

Es war sozusagen eine „Schnapsidee“ unseres Vereinsmitgliedes, Pfr. Christian Plötner, um unser Vorhaben, die Orgel zu restaurieren, bekannt zu machen.

Und es wurde bekannt. Inzwischen heißt es:

„Wir Rastenberger brennen für unsere Orgel“

Tatsächlich wurde die Vorgängerorgel 1824 bei einem verheerenden Brand ein Opfer der Flammen. Die dann 1827 neu errichtete Schulze-Orgel soll im Originalzustand erhalten werden umso eine Besonderheit in der reichhaltigen Thüringer Orgellandschaft zu werden.

Das begeistert, lässt uns brennen.

Der Weg

Schon im ersten Jahr folgten viele Rastenberger dem Aufruf, Äpfel für die Orgel zusammenzutragen. Es begann mit 2,4 t und im nächsten Jahr waren es 4,2t. Das Apfelwunder zu Rastenberg. Genau diese Äpfel sind in dem Obstbrand!

Dafür sorgt die renommierte Destillerie im hessischen Schlitz, die 1585 gegründet wurde.

www.schlitzer-destillerie.de

Die Etiketten werden in Rastenberg liebevoll von den Mitgliedern der Kirchgemeinde, gewissermaßen zu Begrüßung des neuen Jahrgangs, von Hand angebracht.

Das Ziel

Mit dem Erwerb dieses exklusiven Tropfens unterstützen Sie die Arbeit des Orgelfördervereins Coudray-Kirche Rastenberg e.V. zur Restaurierung der historischen Schulze-Orgel in der Rastenberger Stadtkirche. Uns geht es nicht nur um den Erhalt eines bedeutenden Kulturdenkmals, sondern auch um dessen Öffnung zur kulturellen Begegnungsstätte für alle. Kirche neu erlebbar werden lassen.

Zum 50. Kirschfest stand auf unserem Kirschlikör: „Damit die KirSche in Rastenberg bleibt“

Das, so meinen wir, ist eben nicht nur eine „Schnapsidee“.

Unser Sortiment erhalten Sie in den Verkaufsstellen der Fleischerei Götze und im Pfarramt Rastenberg. Sie können uns auch hier unter Kontakt anrufen oder eine E-Mail Nachricht senden.

In Ostdeutschland haben viele Kirchgemeinden Fördervereine, die aus Fundraising-Gruppen entstanden sind. Die geringen Mitgliederzahlen machen dies schon lange notwendig.

Häufig sind kirchliche Narrative nicht resilient, teilweise Bedienung negativer Narrative



katholisch.de

GRAZ/SALZBURG - Von einer Krise der Kirche zu sprechen, halten die Theologen Hans-Joachim Sander und Rainer Bucher für unangemessen. Es handle sich um eine Erosion der Institution, die sich schon lange angekündigt habe. Schuld seien auch Menschenrechtsprobleme.

  VORLESEN 

Die katholische Kirche hat aus Sicht der Theologen Rainer Bucher und Hans-Joachim Sander "deutlich fundamentale Menschenrechtsprobleme". Wenn sich wie aktuell auch die konkreten Praktiken der Geschlechterrollen in der Gesellschaft veränderten, "dann manövriert sich jede Institution, welche die patriarchale Paradoxie weiterhin vertritt, sowohl ins Jenseits der Biografien wie ins Aus der Gesellschaft", schreiben Bucher und Sander in einem am Mittwoch veröffentlichten Beitrag des theologischen Feuilletons "[feinschwarz.net](https://www.feinschwarz.net)".

Fähigkeiten seines Amtes übersteige. Ob die Kirche mit der künftigen Synode wirklich einen Fortschritt machen werde, sei nicht ausgemacht. "Aber bleiben wir als gute Katholiken und Katholikinnen bei der Hoffnung, die bekanntlich zuletzt stirbt", so die Theologen. Hans-Joachim Sander ist Professor für Dogmatik an der Universität Salzburg und Rainer Bucher ist Professor für Pastoraltheologie an der Universität Graz. (cbr)

«Die Hoffnung stirbt zuletzt» ist ein fatalistischer Spruch, der die befürchtete Ausweglosigkeit vorwegnimmt.

Beispiel für ein resilientes Narrativ

«Ja, wir haben Kirchenaustritte, das ist unbestreitbar (Anerkennung der Krise), hier unterscheiden wir uns nicht von anderen Organisationen wie Vereinen oder Parteien, heute ist das ein gesellschaftlicher Trend bei traditionellen Mitgliedschaften (gesellschaftliche Einordnung), wir beschäftigen uns natürlich intensiv damit und entwickeln Wege, wie wir unsere Arbeit in der sich wandelnden Gesellschaft fortsetzen und in die Zukunft führen (Expertise und unaufgeregten Realismus zeigen), aber uns gibt es seit 2.000 Jahren (Tradition), und es geht bei uns um nicht weniger als die Heilsbotschaft Jesu (Mission) wir mussten bereits mit sehr vielen unterschiedlichen Herausforderungen umgehen (Krisenfestigkeit) und unsere Erfahrung zeigt, wir können und schaffen das auch (Resilienz). Unsere Aufgaben als Kirche erfüllen wir gerne und die kann uns auch niemand abnehmen (Alleinstellungsmerkmal).»

Wir reflektieren die beiden FR-Beispiel, welches erscheint Ihnen erfolgsversprechender und warum?

Spielplatz-erneuerung Kirchplatz

- **Sorgen Sie für Chancengerechtigkeit beim Aufwachsen!**
- Die Kinder im Quartier leiden. Der veraltete Spielplatz macht die Kinder traurig und belastet die Eltern, viele davon alleinerziehend.
- Wir wären dankbar, wenn Sie einen 50 Fr. Wertbon erwerben, damit wir die hohen Kosten stemmen können (Rutsche und Sandkasten je 5'000 Fr.)



Modernisierung Spielplatz für alle Kirchplatz

GlücksspenderInnen gesucht!

Seraina (3) kommt aus dem Emmental und wohnt seit zwei Wochen hier bei uns am Kirchplatz. "Ich freue mich so sehr auf die schönen Begegnungen und die lachenden Kinder, wenn das hier mal erneuert ist, ein echter Ort der Gemeinschaft", sagt ihre Mutter Dorothee, mit der wir auf dem jetzigen Spielplatz ins Gespräch kamen."

Kaufen Sie einen 50 Fr.-Wertbon und schenken Sie den Kindern den sehnsüchtig erwarteten neuen Spielplatz!

Mit 100 Wertbons können wir eine neue Rutsche kaufen, mit 200 Wertbons sogar eine Rutsche und einen neuen Sandkasten.

Als SpenderIn sind Sie eingeladen zum grossen Eröffnungsfest!

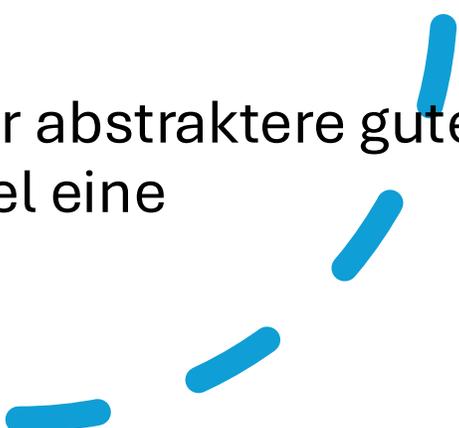




Wo finde ich resiliente Narrative zu meinem Projekt?

- Freiwillige nach ihrer Motivation fragen, ihre Geschichten aufschreiben
- Teilnehmende fragen, warum sie kommen, ihre Motive und Biographien skizzieren

Wie transportiere ich meine resilienten Inhalte?

- Am besten mittels «**Storytelling**» und **guten Fotos**
 - Ich erzähle und illustriere lebendig und mitreissend Geschichten von Menschen, die mit meinem Projekt/Projektziel in Verbindung stehen
 - Warum?
 - **Grundsatz des Fundraisings: Menschen spenden für Menschen, nicht für «Zwecke», «Ziele» oder «Ideen»**
 - Deshalb brauchen sie Geschichten von und über Menschen
 - Sie wecken Emotionen, nehmen mit, überzeugen, wecken Motivation
 - Und Firmen? Firmen spenden auch für abstraktere gute Zwecke, jedoch fordern sie in der Regel eine Gegenleistung
 - Warum und welche?
- 

Die Heizkosten
trägt Ihre



Firmen betrachten ihre Spende als eigene Marketingmassnahme

- Die Spende kann als Werbeausgabe verbucht sein
- Wenn eine Firma spendet und eine Gegenleistung fordert, handelt es sich um “Sponsoring”
- Das ist dann eine normale Geschäftsbeziehung mit Verträgen, Rechnungen, Steuern etc.
- Aber: auch eine Firma kann uneigennützig spenden; klären Sie, worum es einer Firma geht **und prüfen Sie, ob Sie bei einem Sponsoring in ethische Konflikte kommen**

Ein kleiner
Anteil
Storytelling
passt auf jeden
Spendenaufruf

Modernisierung Spielplatz für alle Kirchplatz

GlücksspenderInnen gesucht!

Seraina (3) kommt aus dem Emmental und wohnt seit zwei Wochen hier bei uns am Kirchplatz. Täglich ist sie auf dem Spielplatz. "Ich freue mich so sehr auf die schönen Begegnungen und die lachenden Kinder, wenn das hier mal erneuert ist, ein echter Ort der Gemeinschaft", sagt ihre Mutter Dorothee, mit der wir auf dem jetzigen Spielplatz ins Gespräch kamen.

Es braucht nur 3
Bausteine, um
mit Fundraising
zu starten

Ein definiertes **Spendenziel** = ein monetärer Betrag mit einem **Spendenzweck** = der Inhalt für den das Geld ausgegeben werden soll – **was** wollen wir erreichen?

Eine **Mission** zum Spendenziel: ein positiver eingängiger Satz oder ein überzeugendes Motto, das erklärt und begründet, **warum** genau dieses Ziel verfolgt wird

Eine **Strategie**, die enthält, **wie** dieses Ziel verfolgt werden soll und unter Beteiligung welcher Personen - **wer** führt es aus?

Beginnen Sie mit eigenen Überlegungen!
Wir spielen die drei Schritte an Ihren eigenen Beispielen durch!

Überlegen Sie einen Spendenzweck und ein Spendenziel

= ein Projekt und den notwendigen Geldbetrag (oder einen Weg, wie Sie zu beidem kommen würden)

Formulieren Sie eine Arbeitsversion einer Mission zum Spendenziel: ein positiver eingängiger Satz oder ein überzeugendes Motto, das erklärt und begründet, **warum** genau dieses Ziel verfolgt wird

Stellen Sie erste Überlegungen zu einer Strategie an,
wie dieses Ziel verfolgt werden soll und unter Beteiligung welcher Personen - **wer** führt es aus?
Welche/n FR-Anlass/-Aktion? Wer, wie und wo?

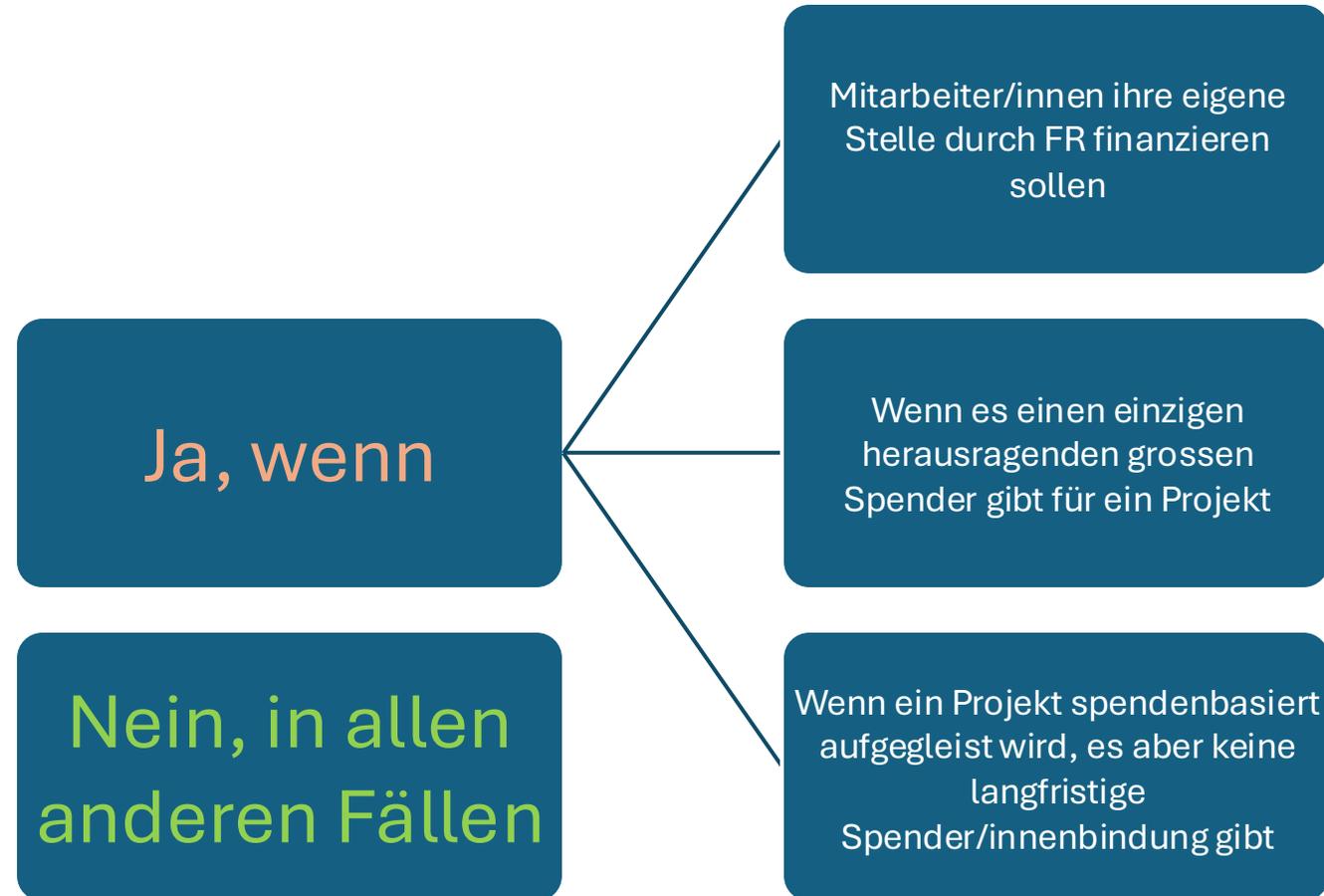
Noch einmal
zusammengefasst:
Definition des
Spendenziels und
-zwecks,
Erstellung eines
Projektbeschriebs

- am besten eignet sich ein ganz bestimmter Zweck, zeitlich/inhaltlich bestimmt und in einem **Projektbeschrieb** konkretisiert
- Beispiele: ein Café für Geflüchtete und Einheimische, 2 x im Monat vorerst in den Sommermonaten, im KGH, geleitet von Freiwilligen; die Revision der Orgel inkl. Ersatz einiger Orgelpfeifen, Kostenvoranschlag einer Fachfirma, festgelegter Zeitraum
- Dazu braucht es eine **Kalkulation/Finanzplanung**, deren Summe das Spendenziel darstellt

Anlässe / Möglichkeiten zum Fundraising

- **Anlässe:**
- Für konkretes Projekt etwa Bandwettbewerb, Grillfest («Danke»-Preise für diejenigen, die spenden wollen, Preis x 2 oder 3), Sommerfest Benefizkonzert/-lesung-/kinoanlass, Sponsorenlauf, Kuchenverkauf, Spendengala im KGH (kleiner Input, Essen), zum Spendenziel passende Podiumsdiskussion, Gottesdienst zum Thema mit Kollekte für das Projekt, etc.
- Über die (eigenen) **Medien:**
- Spendenaufruf auf Homepage, auf Flyer, Sticker, Aufsteller/Infotisch bei Anlässen und im KGH
- **Kontakte:**
- Spendenbriefe an vorhandene Kontakte und Netzwerke, an lokale Firmen vor Ort (Beck, Pneu/Garagist etc.)
- **Notwendig nach einer Spende ist die Verdankung, per Brief oder auch per jährlichem Anlass und die Kontaktpflege**

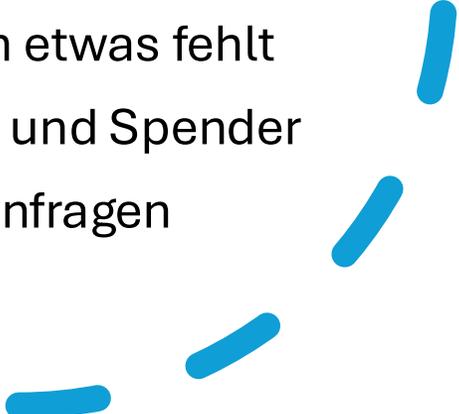
Schafft Fundraising finanzielle Abhängigkeiten?



Das Wesen von Spenden

- Es gibt **Geldspenden** und **Zeitspenden** (Freiwillige)
- Für was?
- **Zweckgebunden** – der Spender/die Spenderin benennt, für welchen Zweck das Geld eingesetzt werden soll/ Sie machen eine FR-Aktion für einen genannten Zweck (etwa ein Projekt, ein Plaushtag für Kinder, eine neue Bestuhlung im KGH, etc.)
- **Zweckungebunden** – weder die Spenderin/der Spender noch Sie haben den Spendenzweck festgelegt (Sie können die Spende einsetzen, wo es Ihnen sinnvoll erscheint)
- Von wem?
- 1) **Privatpersonen**
- 2) **Firmensponsoring**

Eine Spende erfüllt mindestens 2 Zwecke

- **Zweck 1: eine Spende dient dem monetären Zweck, für den sie eingesetzt werden soll**
 - **Zweck 2: eine Spende dient dem Beziehungsaufbau**
 - Sie erhalten während des Spendens die Adresse/Kontaktdaten und können so die Beziehung verstetigen
 - Sie benötigen das Einverständnis (Opt-In); Wortlaute gibt es im Internet, am besten mit Kästchen zum ankreuzen «Ich bin einverstanden dass.....»
 - Informieren, wie die Spende eingesetzt wird und wie es vorangeht
 - Ob Spendenziele erreicht wurden oder noch etwas fehlt
 - Einladen zu einem Anlass für Spenderinnen und Spender
 - Bei neuen Projekten erneut Unterstützung anfragen
- 

Welche Variante ist im Hinblick auf den Beziehungsaufbau besser?



Bandwettbewerb
in St. Peter

Fundraising-
Anlass zum
Umbau des
Jugendraums

Kollekte am Ausgang!



Bandwettbewerb
in St. Peter

Fundraising-
Anlass zum
Umbau des
Jugendraums

Unsere Jugendlichen wünschen sich einen Umbau des Jugendraums. Zu Beginn des Bandwettbewerbs stellen die Jugendlichen die Umbaupläne vor und erläutern die Gründe für den Umbauwunsch.

Am Ende des Anlasses können Sie ein Formular mit Ihren Angaben und der Höhe Ihrer Spende auf ein Formular schreiben und in die Spendenbox legen. Sie erhalten dann von uns einen Einzahlungsschein.

Kann und soll Kirche Fundraising machen?

- Fundraising ist dann sinnvoll, wenn man insgesamt eine Strategie zu den Finanzen hat, die nicht nur mit Steuergeldern arbeitet
- Wenn also sichtbar ist, dass man sich auf mehrere Standbeine stellt
 - Gibt es nur Steuergelder und Fundraising, kann man evtl. ein Argumentationsproblem bekommen (etwa: Steuerzahlende meinen doppelt zur Kasse gebeten zu werden)
- Andere Standbeine können z.B. Vermietungen der eigenen Immobilien sein



Wie nehme ich eine Spende entgegen?

- **Bargeld** → Kässeli am Ausgang
- **Einzahlungsschein** → Ich sammle kein Geld sondern Formulare, auf denen Adress-/Kontaktdaten, Einverständnis zu ihrer Nutzung sowie der Spendenbetrag aufgeführt sind, Einzahlungsschein wird zugesandt (Portokosten kalkulieren)
- **TWINT** → Ich stelle einen QR-Code auf, über den per TWINT gespendet werden kann (Vorteil: einfachste Lösung für die Spenderinnen, jedoch weniger nachhaltig, da keine Datensätze entstehen)
- **Dauerauftrag** → wenn jemand über einen längeren Zeitraum spenden möchte

Stellenabbau oder Fundraising?

- Die Kirchenaustritte führen unweigerlich zu einem Sparzwang
- Es muss hinterfragt werden, wo sinnvoll gespart werden kann
- Sind Stellen betroffen, kann man überlegen, ob Fundraising eine Möglichkeit ist
- Voraussetzung: Die betroffene Person finanziert nicht per FR die eigene Stelle
- In diesem Fall macht es Sinn, zu überlegen, ob der **Stelleninhalt zu einem Projekt** umfunktioniert wird und dazu ein **Verein** gegründet wird, je nach Projektinhalt könnte dieser auch gemeinnützig sein. Die betroffene Person könnte vom Verein angestellt werden. Oder es ginge auch die Gründung eines **Fördervereins**. Hier ist rechtliche Beratung sinnvoll, da es um Geld, Arbeitsverträge und Zusammenarbeitsverträge geht.



Warum macht Fundraising Spass?

- Man kommt heraus aus der negativen Spirale von toxischen Narrativen, leitet aktiv ein Umdenken zum Positiven, zur Resilienz hin, man leistet aktives positive Marketing und fokussiert das Positive (Plane und tue Gutes und sprich darüber – statt über das Negative!)
- Es ergeben sich neue Handlungsmöglichkeiten und Spielräume
- Es ist Beziehungsarbeit und Netzwerkhandeln, man sucht und trifft Menschen, die gerne am Guten mitwirken
- Man führt Kirche aktiv positiv in die Zukunft und lässt sich nicht von gesellschaftlichen Bedingungen und Entwicklungen hin und her werfen



Was nehmen Sie heute mit?

- Das Thema Fundraising gehört zum «Methodenkoffer» der Fachstelle Diakonie und wir wollen unser Angebot weiter optimieren
- Wir kommen bei Bedarf zu Ihnen und unterstützen Sie bei Ihrem Fundraising!
- War dieses Atelier für Sie sinnvoll?
- Was fanden Sie hilfreich? Was hat Ihnen gefehlt?
- Geben Sie mir gerne ein offenes Feedback



Dankeschön!!