

Presseinformation

Sascha Lobo auf dem Deutschen Fundraising Kongress: Wie man aus Freunden Spender macht

Berlin, 18.01.2012 – Wenn einer weiß, wie man digitale Freunde gewinnt, dann Sascha Lobo, Deutschlands bekanntester Blogger. 93.000 Follower hat er bei Twitter, 11.000 Freunde auf Facebook. Von solch einer Anhängerschaft im Netz können die meisten gemeinnützigen Organisationen nur träumen.

Online Fundraising ist ein großes Thema aller spendensammelnden Institutionen. Oder vielmehr Zukunftsthema: Der Anteil der Online-Spenden liegt bislang bei knapp 10%, wenn auch mit steigender Tendenz. Doch selbst wenn ein Spendenbutton auf der Webseite installiert und eine große Internet Community versammelt ist, garantiert das nicht automatisch Mehreinnahmen. Wie macht man aus „digitalen Freunden“ Spender? Das wird Sascha Lobo aus seiner digital-nativen-Sicht skizzieren: **„Friundraising und der Moment zwischen Like-Button und Online-Spende“**, so lautet der Titel seines Vortrags. Der 36-jährige Berliner mit der roten Irokesenfrisur beschäftigt sich seit Jahren mit der Verbindung von Online- und Offline-Kommunikation, dem Internet, mit Markenkommunikation und neuen Technologien. Die Fundraising-Szene kann von Sascha Lobo einen frischen und glasklaren Blick von außen auf ihre Themen erwarten.

Apropos „Szene“: Der Deutsche Fundraising Kongress hat sich in den vergangenen Jahren zur zentralen Weiterbildungsplattform und zu einem der wichtigsten Branchentreffen im deutschsprachigen Europa entwickelt. Vom **18. bis 20. April 2012** findet der Kongress erstmals **in Berlin** statt und bietet an drei Tagen Weiterbildung zu allen wichtigen Themenfeldern wie z.B. Recht & Finanzen, CSR und Unternehmen oder Online Fundraising und Social Media.

Weitere Informationen

Deutscher Fundraising Verband e.V.

Dr. Thomas Röhr
1. stellvertretender Vorsitzender
Chausseestr. 5
10115 Berlin

T: +49 / 30 / 30 88 31 800
F: +49 / 30 / 30 88 31 805

roehr@fundraisingverband.de
<http://www.fundraising-kongress.de>

Über den Deutschen Fundraising Kongress

Mit jährlich rund 700 Teilnehmerinnen und Teilnehmern ist der Deutsche Fundraising Kongress das Branchentreffen zur Kultur des Gebens im deutschsprachigen Europa. In 12 Workshops, 34 Seminaren, zahlreichen 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.

DialogDirect unterstützt den Kongress als Premiumpartner. Die Deutsche Post und marketwing sind als Premiumpartner des Verbandes dabei. Kongress-Partner sind die GOB Software & Systeme, TeleDialog und Trebbau.

Als Aussteller haben bisher zugesagt: Acando, AZ Direct, Bank für Sozialwirtschaft, BAUER Postal Network, Digikett, Druckerei August Koopmann, GFS Fundraising & Marketing, Grün Software, Liebetrau Listservice, Marschall Wernecke & Andere, Quadriga Art, Qualitätszirkel Telefonfundraising, Rotolongo und TNT Post. Bildungspartner ist erneut die Fundraising Akademie, neu ist der Klimapartner Get-neutral. Medienpartner sind brand eins, fundraiser Magazin, FUNDStücke, forum Nachhaltig Wirtschaften, kommunikationsmanager, marketing Börse, die Stiftung, Stiftung & Sponsoring, taz und der Verlag Pro Sozial.