



Inhalte

[Aktuelles Thema](#)

[Fundraising/Öffentlichkeitsarbeit](#)

[EU-Infos](#)

[Alles was Recht ist](#)

[Buch-/ Internet-Tipps](#)

[Veranstaltungen](#)

[Stellen](#)

Aktuelle Veranstaltungen/Seminare

[Informationsabend zum Lehrgang Erlebensbezogenes Concept-Coaching \(ECC\)](#)

1. Februar 2018

[Wir machen jetzt mal Fundraising! – Nur wie?](#)

8. Februar 2018

[Beratung/Coaching mit dem „Inneren Team“](#)

19.-20. Februar 2018

[Gewaltfreie Kommunikation: Einführung](#)

26.-27. Februar 2018

[Informationsabend zum Fundraising Lehrgang 2018](#)

1. März 2018

Aktuelles Thema

Mehr Wirkung und Wertschätzung erzielen durch die Kraft der Marke

Sind Sie der Meinung, dass Sie für die Arbeit, die Sie mit und für Ihre Organisation täglich leisten, die Anerkennung in der Öffentlichkeit und in Ihrem Umfeld erhalten, die Sie eigentlich verdienen? Fällt es Ihnen leicht, im zunehmenden Wettbewerb um Spenden und Unterstützer die benötigten Mittel und Aufmerksamkeit zu akquirieren, auch bei begrenztem Budget? Haben Sie das Gefühl, alle in Ihrer Organisation ziehen am gleichen Strang und brennen für die gleiche Mission, so dass die Energie und das Engagement auf das gleiche gemeinsame Ziel gerichtet und unisono von allen gleichermaßen gelebt werden? Wenn Sie diese Fragen mit einem klaren „Ja“ beantworten, dürfen Sie stolz sein –dann arbeiten Sie für eine starke, gut profilierte Marke, die nach innen wie nach außen anziehend wirkt und Identität stiftet. Sollten Sie jedoch eine oder mehrere Fragen mit „Nein“ beantwortet haben, dann lohnt sich es sich, weiterzulesen und mehr über den Nutzen, die Chancen und Wege zu einer starken attraktiven Marke zu erfahren.

Warum Marke die Antwort ist, um im zunehmenden Wettbewerb um Aufmerksamkeit zu bestehen

Dezember ist der wichtigste Spenden-Monat: allein 23% des jährlichen Spendenvolumens wurde 2016 im letzten Monat des Jahres generiert. Klar, dass der Geräuschpegel im Werbekampf um Unterstützung in dieser Zeit signifikant ansteigt: Persönliche Werbemailings mit Spendenaufrufen stapeln sich in den Briefkästen, Anzeigen appellieren an die Hilfsbereitschaft der Bevölkerung und eine Benefizgala jagt die andere. Spender haben die Qual der Wahl: geben sie ihr Geld bzw. ihre Zeit der Organisation, die am lautesten ruft – oder derjenigen, mit deren Zielen sie sich am besten identifizieren, bei der sie ihre Spende am wirkungsvollsten eingesetzt vermuten und zu der sie am meisten Vertrauen haben?

Und hier kommt Marke ins Spiel: eine starke Marke steuert die Wahrnehmung, indem sie ihr Leistungsversprechen klar und differenzierend bündelt und an allen Kontaktpunkten erlebbar macht. Sie sorgt für Orientierung im Dickicht der Werbebotschaften, sie entlastet den Kunden (in diesem Fall Spender) im zeitaufwändigen Vergleichen und Recherchieren, da sie mit ihrem eindeutigen, glaubwürdigen und relevanten Leistungsversprechen Vertrauen vermittelt und für Sicherheit im Entscheidungsprozess sorgt.

Anders ausgedrückt: die größte Resonanz wird derjenige erzeugen, der in den Augen seiner Unterstützer am attraktivsten ist - Geld, d.h. Budget, wirkt hier als Verstärker (Lautstärke, Reichweite), wirkt aber nicht attraktivitätssteigernd – dies wird nur über das relevante und glaubwürdig gelebte Leistungsangebot erreicht, das im System Marke gebündelt wird.

Warum es sich lohnt, eine starke Marke zu werden

Gerade im Dritten Sektor mit seinen aktuellen Herausforderungen wie Null-Zinsen, die besonders Stiftungen vor Probleme stellt, einem sich intensivierenden Wettbewerb um Spendenmittel sowie der bedeutenden Frage, passende Mitarbeiter wie auch engagierte Ehrenamtliche zu finden und langfristig zu binden, liegt im System Marke eine große Chance, was in den im Folgenden drei zentralen Vorteilen aus Sicht des Unternehmens bzw. der Organisation deutlich wird:

- **Marke macht resilient, d.h. widerstandsfähig:** es ist in vielen Studien erwiesen, dass Unternehmen mit starken Marken besser durch Krisen kommen als Unternehmen ohne bzw. mit schwachen Marken. Ein eindrucksvolles Beispiel im umgekehrten Fall lieferte Unicef: Nach Bekanntwerden des sogenannten Spendenskandals, in dem öffentlich die Verschleuderung von Spendengeldern angeprangert wurde, verzeichnete die Hilfsorganisation einen Spendeneinbruch von -20% sowie den Verlust zahlreicher Fördermitglieder und Mitarbeiter- damit lässt sich der direkte Zusammenhang zwischen Marke(nimage) und der Fähigkeit, dieses Potential am Markt /in der Gesellschaft zu mobilisieren, unterstreichen.
- **Marke erhöht die Wirksamkeit (Wertschöpfung):** Dass eine starke Marke sich auch im Unternehmensergebnis messbar auswirkt, zeigt eine Studie der Unternehmensberatung Booz Allen: hier wies man nach, dass der operative Gewinn bei 80 Prozent der mit starkem Markenfokus geführten Unternehmen fast doppelt so hoch war wie im Branchenvergleich. Unter „Markenfokus“ sollen aber nicht verstanden werden „bunte Bildchen“ und viel Marketing, sondern entscheidend ist hier die Haltung zum Thema Marke, d.h. die konsequente Ausrichtung am Markenversprechen über alle Abteilungen,

was sich durch alle Unternehmensbereiche zieht und das Handeln aller prägt. Das liegt auch daran, dass starke Marken die Loyalität, d.h. Kundenbindung, vergrößern. Es ist ein offenes Geheimnis, dass loyale Kunden für ein Unternehmen mehr Wert sind als Kunden, die immer wieder über kostspielige Aktionen neu gewonnen werden müssen. Übertragen auf den Dritten Sektor bedeutet das: Organisationen, die mit klarem Markenfokus und dem Anspruch einer starken profilierten Marke geführt werden, können wirkungsvoller Unterstützung einwerben (Spender, Öffentlichkeit, Mitarbeiter, Ehrenamtliche), Spenderbindung steigern, ihren Wirkungsgrad erhöhen und somit die Wertschöpfung, die sie für ihre Ziele und damit für die Gesellschaft erbringen, vergrößern.

- **Marke wirkt identitätsstiftend:** Marken wirken nach innen wie nach außen. In der Marke sind die zentralen Werte gebündelt, der Antrieb oder auch die „Mission“ wirkt als Innerstes und leitet das Tun aller Mitarbeiter und Mitstreiter, sofern allen dieses Wertesystem bekannt ist und von allen geteilt wird. Wir alle kennen Unternehmen oder Organisationen, deren Mitarbeiter stolz von „ihrer Marke“ erzählen, die für „ihre Sache“ brennen und sich voller Überzeugung Kritikern stellen. Nicht Sachziele wie Steigerung des Spendenaufkommens oder Ausdehnung des Marktanteils wirken identitätsstiftend, sondern die Überzeugung, für Ziele und Werte zu kämpfen, die einem persönlich wichtig sind. Dies gilt nach innen wie nach außen: auch Spender oder Unterstützer „kaufen“ in das Wertesystem einer Organisation, da sie damit ihre eigenen Werte sichtbar machen und damit ein Statement abgeben. Die Aufgabe der Organisation ist es, das eigene Wertesystem und Überzeugung so eindeutig und glaubwürdig an allen Kontaktpunkten (und nicht nur in der Kampagne) zu vermitteln, dass Menschen mit dem gleichen Wertesystem und Anspruch dies wahrnehmen und damit zu Unterstützern werden können. Diese Bündelungsfunktion der Überzeugung und Haltung übernimmt das System Marke.

Wie wird die Organisation zur starken Marke?

Die gute Nachricht vorweg: Marke ist keine Frage des Geldes, sondern des Willens, der Konsequenz und des Könnens (im Sinne von relevanter Leistung, die erbracht wird). Damit haben auch kleine Organisationen die Chance, zu einer starken Marke zu werden, sofern sie die Grundzüge der Markenführung beachten. Dazu gehören auf der Erkenntnisebene die Kenntnis des Markenkerns und die klare Formulierung der Mission (bzw. Antrieb /Überzeugung), die jedem einzelnen Mitarbeiter bekannt sein sollte. Auf der Handlungsebene die Formulierung einer Markenstrategie mit Strukturen, Prozessen und konkreten Maßnahmen zur klaren und eindeutigen Vermittlung der Mission an jedem einzelnen Markenkontaktpunkt – glaubwürdig, konsequent und ausdauernd.

Autorin: Martina Lux-Arenz

Martina Lux-Arenz, Dipl-Kauffrau, Markenstrategin, Marketingexpertin, freiberufliche Strategieberaterin und Dozentin mit mehr als zwanzig-jähriger Praxis-Erfahrung in markenzentrierten Unternehmen wie Unilever und einer Unternehmens-Beratung.

Zum Thema „Marke“ bietet IBPro zwei Seminare in 2018 an:

Ein Zwei-Tagesseminar [„Mehr Wirkung durch die Kraft der Marke“](#), aufgeteilt auf zwei Einzeltermine (16.4.2018 und 7.5.2018), sowie ein Kompakt-Ein-Tagesseminar [„Wie Sie dank Marke Ihre Organisation noch attraktiver machen“](#) (11.12.2018).

Beide Seminare liefern ein grundlegendes Verständnis über die Bedeutung von Marke, darüber wie eine Organisation zur Marke wird, welche Chancen sich mit einer starken Marke für Social Profit Organisationen im Alltag ergeben und wie dieses Wissen in die eigene Organisation hineingetragen, verankert und von allen gelebt werden kann. Sie sind praxisorientiert, machen Lust und Mut, die Marke der eigenen Organisation zu stärken und geben konkrete Ansatzpunkte zur Veränderung.

Impulsvorträge mit vielen Praxisbeispielen aus der Wirtschaft und dem Social Profit Sektor wechseln sich mit Einzel- und Gruppenarbeiten zur Verankerung der vermittelten Inhalte ab. Das Zwei-Tagesseminar bietet zusätzlich Raum zur intensiven Auseinandersetzung mit der organisationseigenen Identität (Markenkern) sowie der wirkungsvollen Vermittlung der Marke nach innen und außen.

[zurück zum Seitenanfang](#)

Fundraising/Öffentlichkeitsarbeit

Zertifikatslehrgang Fundraising 2017 erfolgreich abgeschlossen

Ein weiterer Fundraising Lehrgang mit 15 Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurde Ende November bei IBPro erfolgreich abgeschlossen. Neben einer großen Portion praktischem Anwendungswissen und ganz konkreten Tipps zur Gewinnung von Geld- jedoch auch Zeit- und Know-how-Mitteln war allen Teilnehmern nach sechs Modulen klar: Erfolg im Fundraising wird nicht nur durch Kenntnisse der zahlreichen Fundraising Instrumente erzielt, sondern vornehmlich durch die Haltung des Fundraisers als Botschafter und Übermittler der Werte und Mission seiner Organisation.

IBPro freut sich auf die nächste Lehrgangsrunde. Vielleicht ja diesmal mit Ihnen!? Start des Lehrgangs ist Dienstag, 10. April 2018.



Teilnehmer und Referentin des Fundraising Lehrgangs 2017

[Mehr Infos zum Lehrgang und Anmeldung](#)

Preis: Goldene Göre 2018

Ausgehend von dem Kinderrecht auf Beteiligung fördert und stärkt das Deutsche Kinderhilfswerk die Beteiligung von Kindern und Jugendlichen. Mit dem Preis Goldene Göre ehrt das Deutsche Kinderhilfswerk Projekte, die in beispielhafter Art und Weise Beteiligung von Kindern und Jugendlichen praktisch umsetzen. Die Goldene Göre ist mit insgesamt 12.000 Euro dotiert und der renommierteste Preis für Kinder- und Jugendbeteiligung in Deutschland. Bewerben können sich Kinder und Jugendliche (mit Unterstützung einer volljährigen Person), Vereine (auch Fördervereine von Schulen) und Bürgerinitiativen. Das Projekt muss bei der Antragstellung bereits begonnen haben.

Bewerbungsfrist: 31. Januar 2018

[Mehr zum Preis](#)

Förderausschreibung für Mädchenprojekte

Filia.die frauenstiftung unterstützt Projekte, die Mädchen stark machen, mit bis zu 5.000 Euro. Die Projekte sollen etwas dafür tun, dass Mädchen und junge Frauen frei von Gewalt leben können und dass sie in der Gesellschaft mitentscheiden. Die Projekte müssen von Mädchen oder Frauen geleitet sein. Projektstart ist frühestens zum 15. April 2018. Wann genau sie beginnen und wie lange sie dauern sollen, entscheiden die Antragstellerinnen selbst.

Antragsfrist: 20. Februar 2018

[Weitere Infos zur Förderausschreibung](#)

Förderung von Projekten für geflüchtete Frauen

Unter dem Titel „Frauen iD“ fördert das Paritätische Bildungswerk (PB) Bündnisse für Bildung, die kulturelle Projekte für geflüchtete junge Frauen zwischen 18 und 26 Jahren durchführen. Ziel ist, das Selbstwertgefühl und die Selbstlernkompetenzen der geflüchteten Frauen „in Deutschland“ („iD“) durch kulturelle Bildungsangebote zu fördern. Förderungsberechtigt sind unter anderem Kulturangebote aus den Bereichen Theater, Musik, Tanz und angewandte Kunst oder auch Projekte, in denen Frauen die Möglichkeit gegeben wird, ihre Fluchtsituation oder Rollenbilder künstlerisch zu reflektieren. Projektanträge können jederzeit eingereicht werden, die Projektmaßnahme muss bis zum 1. Oktober 2018 abgeschlossen sein.

[Mehr zur Projektförderung](#)

Fristverlängerung für „Climate Star 2018“

Das Klima-Bündnis hat die Bewerbungsfrist für seinen Wettbewerb „Climate Star“ verlängert. Unter dem Motto „Vielfalt im lokalen Klimaschutz“ können Städte, Gemeinden und regionale Netzwerke sich noch bis Ende März 2018 mit laufenden oder abgeschlossenen Projekten zum Klimaschutz bewerben. Gesucht werden Projekte zu verschiedenen Themen – angefangen von Energie und Mobilität über Ernährung und nachhaltige Beschaffung bis hin zu Klimagerechtigkeit und Anpassung an den Klimawandel. Teilnehmen können alle 1.700 Klima-Bündnis-Kommunen sowie kommunale Netzwerke.

Antragsfrist: 30. März 2018

[Mehr zum Wettbewerb](#)

Projektförderung der Stiftung Deutsche Jugendmarke

Die Stiftung Deutsche Jugendmarke unterstützt Vorhaben anerkannter freier Träger der Kinder- und Jugendhilfe mit überregionaler oder bundesweiter bzw. modellhafter und innovativer Bedeutung mit bis zu 200.000 Euro. Möglich wird dies durch die jährlich erscheinende, durch das Bundesfinanzministerium herausgegebene Zuschlagsmarke FÜR DIE JUGEND. Der Zuschlagserlös aus dem Verkauf geht direkt an die Stiftung, die damit bisher mehr als 2.000 Projekte finanziert hat. Die Stiftung setzt ihren Förderschwerpunkt auf Vorhaben, die einen innovativen und zukunftsweisenden Charakter haben und neue Wege in der Kinder- und Jugendhilfe aufzeigen. Über die Bewilligung der Förderanträge entscheidet die Mitgliederversammlung, die i.d.R. jährlich im Frühjahr und Herbst tagt. Bereits begonnene Projekte und laufende Aufgaben eines Trägers werden nicht gefördert.

Antragsfrist: 19. März 2018

[Mehr Infos zur Projektförderung](#)

Ausschreibung Yallah! Junge Muslime engagieren sich

Junge Muslime gehören zu Deutschland. Und sie engagieren sich für diese Gesellschaft: Sie organisieren Veranstaltungen zur Berufsorientierung an der Schule und Vorträge zum Islam an der Universität. Sie betreuen Kinder und helfen bei Stadtteilstesten. Sie zeigen soziales Engagement für Senioren oder organisieren Diskussionsveranstaltungen im Jugendzentrum.

Die Robert Bosch Stiftung unterstützt daher Projekte junger Muslime und fördert kreative Ideen, die zeigen, wie bunt unser Islam in Deutschland ist. Die ausgewählten Projekte werden mit maximal 5.000 € gefördert.

[Weitere Infos](#)

Willkommen Türkei! Hoş geldin Almanya!

Die Robert-Bosch-Stiftung fördert mit dem Programm "Willkommen Türkei! Hoş geldin Almanya!" deutsch-türkische Schüleraustauschprojekte. Gesucht werden deutsche und türkische Schulen, die ihren Schülerinnen und Schülern durch Besuch und Gegenbesuch ermöglichen möchten, das jeweils andere Land kennenzulernen und neue Kontakte zu knüpfen.

Bewerbungsfrist: 9. Februar 2018

[Weitere Infos](#)

Online-Materialpool für die kulturelle Bildungsarbeit

Der Qualitätsverbund "Kultur macht Stark" stellt einen Materialpool für Fachkräfte und Multiplikator*innen für die praktische Arbeit in der kulturellen Bildung zur Verfügung. In den Bereichen Lebenswelt und Sozialraum, Gruppenbildung und Integration, Teambildung und Qualifikation, Kooperation und Nachhaltigkeit, Material- und Mediennutzung sowie Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation stehen zahlreiche Methoden zur Verfügung.

[Mehr zum Online-Materialpool](#)

Bayerischer Verkehrssicherheitspreis

Ausgezeichnet wird herausragendes Engagement verantwortungsbewusster Menschen, Initiativen und Organisationen, die einen Beitrag zur Unfallverhütung leisten. Dabei steht

jährlich ein anderes Thema der Verkehrssicherheit im Mittelpunkt. 2018 ist es das „Fahrrad“. Jeweils 5000 Euro als Preis für zwei Kategorien: „Alle Achtung“ und „Gedankenblitz.“

Einsendeschluss: 9. April 2018

<https://www.bayerischer-verkehrssicherheitspreis.de/>

[zurück zum Seitenanfang](#)

EU-Infos



Seit „JOBSTARTER plus“ – Neue Fördermöglichkeiten für Bildungsorganisationen

In der aktuellen 4. Förderrunde werden Projekte gefördert, die Klein- und Kleinstunternehmen auf Grundlage eines [externen Ausbildungsmanagements](#) (EXAM) in Fragen der dualen Berufsausbildung beraten und unterstützen. Im Rahmen dieses Projektansatzes werden Unterstützungsangebote von der Aufnahme über die Durchführung bis zum Abschluss der Ausbildung für Betriebe erschlossen. Die Projekte stärken regionale Unterstützungsstrukturen und entwickeln gemeinsam mit den Arbeitsagenturen, Kammern und vielen weiteren Akteuren in regionalen Netzwerken Ansätze, welche betriebliche Bedürfnisse und Unterstützungsleistungen besser kombinieren. Weiterführende Informationen wie die Förderbekanntmachung, Projektauswahlkriterien oder eine Standortkarte laufender Projekte finden Sie auf der [zentralen ESF-Website des Bundes](#). Hier finden Sie ebenfalls die Programmwebsite von [jobstarterplus](#). Wenn Sie einen Förderantrag zu dem aktuellen Aufruf stellen möchten, wenden Sie sich an eines der [„JOBSTARTER“-Regionalbüros](#), deren Zuständigkeit nach Bundesländern aufgeteilt ist. Diese Institutionen stehen Ihnen für Rückfragen gern zur Verfügung.

Europäischer SchulmusikPreis

Für den Europäischen SchulmusikPreis (ESP) 2018 können sich Schulen aus Deutschland und deutschsprachige Schulen aus dem europäischen Ausland mit einem 5-minütigen Videoclip bewerben. Der Clip soll ein vorbildhaftes Beispiel für kreatives Arbeiten mit Musikinstrumenten an der Schule dokumentieren.

Bewerbungsschluss: 28. Februar 2018

[Mehr Infos zum Preis](#)

Antragswerkstatt für Erasmus+ Strategische Partnerschaften in der Berufsbildung am 16.01.2018 in Bonn

Sie haben eine Projektidee für den Bereich der Berufsbildung und möchten 2018 eine Strategische Partnerschaft zur Unterstützung von Innovationen beantragen? In der Antragswerkstatt gibt es Beratung von der Nationalagentur zur Leitaktion 2 Strategische Partnerschaften und zu den besonderen Förderbedingungen. Außerdem gibt es die Gelegenheit, in Arbeitsgruppen konkrete Projektideen zu diskutieren und inhaltlich weiter zu entwickeln.

[Weitere Infos](#)

Projektausschreibung des europäischen Asyl-, Migrations- und Integrationsfonds (AMIF)

Die europäische Generaldirektion Migration und Inneres schreibt im Rahmen des Asyl- und Migrationsfonds (AMIF) mehrere Aufrufe zur Einreichung von Projektvorschlägen zu verschiedenen Themen aus. Gefördert werden vornehmlich Projekte, welche die Aufnahmebedingungen für Asylsuchende verbessern, die Erstintegration und Chancengerechtigkeit von Drittstaatsangehörigen in den Mitgliedsstaaten vorantreiben. Die Einreichfrist für die verschiedenen Aufrufe endet am 01.03.2018.

[Weitere Infos](#)

[zurück zum Seitenanfang](#)

Alles was Recht ist

Zahlungsverzug: Höhe der Verzugszinsen

Der Gläubiger kann nach dem Eintritt der Fälligkeit seines Anspruchs den Schuldner durch eine Mahnung in Verzug setzen. Der Mahnung gleichgestellt sind die Klageerhebung sowie der Mahnbescheid. Einer Mahnung bedarf es nicht, wenn

- für die Leistung eine Zeit nach dem Kalender bestimmt ist
- die Leistung an ein vorausgehendes Ereignis anknüpft
- der Schuldner die Leistung verweigert
- besondere Gründe den sofortigen Eintritt des Verzugs rechtfertigen

Bei Entgeltforderungen tritt Verzug spätestens 30 Tage nach Fälligkeit und Zugang einer Rechnung ein; dies gilt gegenüber einem Schuldner, der Verbraucher ist, allerdings nur, wenn hierauf in der Rechnung besonders hingewiesen wurde.

[Weitere Infos](#)

Gewinne im Zweckbetrieb problematisch

Nach AEAO Tz. 2 zu § 66 darf die Wohlfahrtspflege nicht des Erwerbs wegen ausgeführt werden. Eine Einrichtung der Wohlfahrtspflege nach § 66 Abs. 1 AO wird dann „des Erwerbs wegen“ betrieben, wenn damit Gewinne angestrebt werden, die den konkreten Finanzierungsbedarf des jeweiligen wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs übersteigen, die Wohlfahrtspflege mithin in erster Linie auf Mehrung des eigenen Vermögens gerichtet ist. Dabei kann die Erzielung von Gewinnen in gewissem Umfang – z. B. zum Inflationsausgleich oder zur Finanzierung von betrieblichen Erhaltungs- und Modernisierungsmaßnahmen – geboten sein, ohne in Konflikt mit dem Zweck der steuerlichen Begünstigung zu stehen (BFH Urteil vom 27.11.2013, I R 17/12, BStBl 2016 II S. 68).

Ein Handeln „des Erwerbs wegen“ liegt auch vor, wenn durch die Gewinne der Einrichtung andere Zweckbetriebe nach §§ 65, 67, 67a und 68 AO bzw. die übrigen ideellen Tätigkeiten finanziert werden; die Mitfinanzierung eines anderen Zweckbetriebs i. S. d. § 66 AO ist unschädlich.

Finanzministerium des Landes Schleswig-Holstein, Aktenzeichen 06.10.2016, VI 309-S 0170-147, FMNR47b550016

Betriebsrentenstärkungsgesetz – Ausblick auf die Änderungen für 2017/2018

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) hat Anfang November 2016 den Entwurf des Betriebsrentenstärkungsgesetzes vorgelegt. Im Frühjahr 2017 soll dieses Gesetzgebungsverfahren abgeschlossen sein, Änderungen und Neuregelungen in Sachen „betriebliche Altersversorgung“ (bAV) sollen zum 01. Januar 2018 in Kraft treten. Der Entwurf des Betriebsrentenstärkungsgesetzes beinhaltet unter anderem die nachfolgenden Punkte:

- **Beitragszusagen im Betriebsrentengesetz**
z.B. beinhaltet der Gesetzesentwurf, dass der Arbeitgeber bei einer Gehaltsumwandlung mindestens 15 % des umgewandelten, sozialversicherungsfreien Entgelts ebenfalls als Arbeitgeberzuschuss an die Versorgungseinrichtung weiterleiten muss.
- **Erhöhung des steuerfreien Höchstbetrages**
In der gesetzlichen Rentenversicherung – West – soll für Beiträge an Pensionsfonds, Pensionskassen und Direktversicherungen der steuerfreie Höchstbetrag von 4 % auf 7 % der Beitragsbemessungsgrenze angehoben werden.
- **Arbeitgeberzuschüsse bei Entgeltumwandlung**
Sofern der Tarifvertrag es zulässt, soll zukünftig eine automatische Einbeziehung der Entgeltumwandlung im Arbeitsvertrag möglich sein.
- **bAV-Förderbetrag für Geringverdiener**
- **Freibetrag in der Sozialhilfe**
Ab 2018 ist für die Grundsicherung im Alter, bei der Hilfe zum Lebensunterhalt und bei Erwerbsminderung ein Betrag von monatlich 100 Euro abzusetzen, der aus einer zusätzlichen Altersvorsorge zuzüglich 30 vom Hundert des, diesen Betrag übersteigenden Einkommens, resultiert.
- **Änderungen in der Riesterrente**
Ab 2018 soll die Grundzulage für die private Altersvorsorge (Riester-Rente) von 154 Euro auf 165 Euro erhöht werden.

[Quelle und weitere Infos](#)

Steuerliche Erleichterungen 2018 und rückwirkend 2017

Die Grenze für Kleinbetragsrechnungen wurde angehoben. Rechnungen, deren Gesamtbetrag 250 € (bisher: 150 €) nicht übersteigt, müssen weniger Pflichtangaben enthalten. Beispielsweise sind die Angaben zum Leistungsempfänger und zum Ausweis des Umsatzsteuerbetrags entbehrlich.

Für eine Pauschalierung der Lohnsteuer bei kurzfristig Beschäftigten darf der Arbeitslohn während der Beschäftigungsdauer 72 € (bisher: 68 €) durchschnittlich je Arbeitstag nicht übersteigen.

Die Grenze für die Anschaffungs- oder Herstellungskosten geringwertiger Wirtschaftsgüter (GWG), die nach dem 31. Dezember 2017 angeschafft oder hergestellt werden, wird von 410 € auf 800 € angehoben. Betragen die Anschaffungs- oder Herstellungskosten weniger als 250 €, können sie sofort als Aufwand erfasst werden, ohne in ein besonderes, laufend zu führendes Verzeichnis aufgenommen zu werden. Bisher betrug diese Grenze 150 €.

[Quelle Cox-Steuerberatung](#)

Umsatzsteuerbefreiung für Umsätze der ambulanten Pflege

Leistungen der sog. 24-Stunden-Pflege von privatrechtlichen Einrichtungen zur ambulanten Pflege waren unter bestimmten Voraussetzungen in den Jahren 2005 und 2006 umsatzsteuerfrei. Die Steuerbefreiung kam zum Tragen, wenn im Vorjahr oder im jeweiligen Kalenderjahr die Pflegekosten in mindestens 40 % der Pflegefälle von den gesetzlichen Trägern der Sozialversicherung oder Sozialhilfe ganz oder zum überwiegenden Teil getragen wurden. Diese Einschränkung ist nach Feststellung des Bundesfinanzhofs weder unionsrechts-, noch verfassungswidrig. **Hinweis:** Die Befreiungsvorschrift wurde zwischenzeitlich angepasst. Die Grenze liegt nunmehr bei 25 %.

Quelle: Cox-Steuerberatung, Mandantenbrief 12.2017

Neue Datenschutzregelungen

Am 25. Mai 2018 treten die neue EU-Datenschutzgrundverordnung und die ePrivacy-Verordnung in Kraft. Das bringt weitreichende Veränderungen mit sich. Viele Organisationen sind durch die neuen Datenschutzregelungen verunsichert, weil Erfahrungen im praktischen Umgang mit den neuen Vorschriften fehlen und die Auslegung sich nicht auf eine gefestigte Rechtsprechung oder Praxis stützen kann. Da personenbezogene Daten und Datenschutz gerade im Fundraising eine wichtige Rolle spielen, sollte sich jeder schon im Vorfeld mit verschiedenen Fragen befassen. Zum Beispiel zu welchen Veränderungen die Verordnungen führen und wie Sie sich am besten darauf vorbereiten können.

IBPro bietet hierzu an:

[Vereins-Know-how Abendveranstaltung am 28. Februar 2018](#)

[zurück zum Seitenanfang](#)

Buch-/und Internet-Tipps

Buch: Großspenden-Fundraising – Wege zu mehr Philanthropie

Mit dem Buch „Großspenden-Fundraising – Wege zu mehr Philanthropie, Grundlagen, Strategien und praktische Umsetzung“ liegt ein fundiertes, sehr gut strukturiertes Basiswerk sowohl für Neueinsteiger des Großspenden-Fundraisings als auch für bereits erfahrene Großspenden-Fundraiser vor. Das Buch erläutert u.a. die Motive von Großspendern, wie Organisationen aufgestellt sein sollen, um Großspenden-Fundraising zu betreiben, Großspenden-Tools, Ansprache-Strategien von Großspendern und neben ethischen Gesichtspunkten das Management des Großspenden-Fundraisings.

[Mehr Infos zum Buch](#)

Leitfaden zur Beratung von Flüchtlingen mit Behinderung

Die Lebenslage von Menschen, die einen Migrationshintergrund und eine Behinderung haben, ist in der Debatte um die richtigen Konzepte zu sozialer Versorgung und gesellschaftlicher Teilhabe bislang kaum thematisiert worden. Dies gilt auch für Geflüchtete. Eine Übersicht über die rechtlichen Grundlagen bietet nun der "Leitfaden zur Beratung von Menschen mit einer Behinderung im Kontext von Migration und Flucht", den die

gemeinnützige Gesellschaft für Arbeit und Integration Hamburg gemeinsam mit dem Caritasverband für die Diözese Osnabrück herausgegeben hat.

[Fluchtort Hamburg: Beratungsleitfaden \(PDF\)](#)

Freiwilliges Engagement älterer Menschen

Der Deutsche Freiwilligensurvey ist die größte aktuelle Untersuchung zur Zivilgesellschaft und zum freiwilligen Engagement in Deutschland, er stellt die wesentliche Grundlage der Sozialberichterstattung zum Engagement dar. Die vorliegende Sonderauswertung „Freiwilliges Engagement älterer Menschen“ fokussiert das freiwillige Engagement von älteren Menschen im Alter von 55 bis 74 Jahren.

[Download](#)

Münchener Armutsbericht 2017 erschienen

[Armutsbericht einsehen](#)

UNICEF-Studie zur Gewalt gegen Kinder und Jugendliche

Nach dem Bericht „A Familiar Face. Violence in the lives of children and adolescents“ des Kinderhilfswerks der Vereinten Nationen (UNICEF) sind weltweit schätzungsweise drei Viertel der zwei- bis vierjährigen Kinder und damit rund 300 Millionen Mädchen und Jungen körperlicher oder verbaler Gewalt ausgesetzt. Für den Bericht wurden die neuesten verfügbaren Statistiken aus 50 Ländern ausgewertet.

[Mehr zur Studie](#)

Stiftungen in Deutschland – eine neue Publikationsserie in drei Bänden

In einem dreijährigen Forschungsprojekt zum deutschen Stiftungswesen wurde erstmals auf Grundlage einer umfangreichen Datenbasis eine Einschätzung der Rollen, Positionierungen und Beiträge deutscher Stiftungen vorgenommen. Hierzu sind in der Serie „Stiftungen in Deutschland“ drei Bände erschienen: Band 1 führt in den aktuellen Stand der Stiftungs- und Philanthropie-Forschung und das Vorgehen des Forschungsprojektes ein. Die Beiträge des zweiten Bandes bieten detaillierte Analysen von Stiftungen in Bezug auf ihre Wirkungsfelder und zeigen Handlungsempfehlungen auf. Der dritte Band der Serie diskutiert anhand der vier zentralen gesellschaftlichen Felder - Bildung, Wissenschaft, Soziales und Kultur -, welchen Beitrag Stiftungen in Deutschland leisten.

[zurück zum Seitenanfang](#)

Veranstaltungen

Infoabend zum Fundraising Lehrgang 2018

Am **Donnerstag, 1. März 2018** findet von **17.00 bis 19.00 Uhr** bei IBPro e.V., Lindwurmstr. 129a, 80337 (5. Stock) eine kostenlose Informationsveranstaltung zum Fundraising Lehrgang 2018 statt.

Der Lehrgang richtet sich an Fundraising-Neulinge, interessierte Quereinsteiger sowie Ehrenamtliche, die neue Finanzierungswege für gemeinnützige Einrichtungen erschließen

möchten. Die Referentin des Lehrgangs, Tina Keeling (IBPro e.V.) stellt Ablauf, Inhalte, Schwerpunkte und Gastreferenten des Lehrgangs vor, der mit einem Zertifikat abschließt.

[Mehr zum Lehrgang](#)

[Anmeldung zum Infoabend](#)

Münchener Fundraising Tag

Am 8. März 2018 lädt das Fundraiser-Magazin wieder ein zum Münchener Fundraising Tag in die Hochschule für angewandte Wissenschaften München.

Das Publikum der Fundraisingtage besteht aus haupt- und ehrenamtlich tätigen Menschen in Vereinen, Stiftungen, Kirchengemeinden sowie Kultur- und Bildungseinrichtungen. In Vorträgen und Workshops erhalten die Besucher fundiertes Wissen und neue Inspiration für ihre eigene Fundraising-Praxis. Der Tag eignet sich neben dem Wissens- und Erfahrungsaustausch auch hervorragend zum Netzwerken.

Die Tagungsgebühr beträgt 169 Euro pro Person (inklusive Mehrwertsteuer).

Teilnehmer aus Social-Profit-Organisationen erhalten eine Ermäßigung von 40 Euro bei Anmeldung bis zum:

Frühbucher-Schluss am 01.02.2018.

[Mehr Infos zum Fundraisingtag und Anmeldung](#)

[zurück zum Seitenanfang](#)

Stellen

Spiel- und Werk-Pädagoge (m/w) für einen Abenteuerspielplatz gesucht (¾-Stelle ab Juni 2018)

Gemeinwesenarbeit, innovative spiel- und werkpädagogische Projektarbeit mit Kindern und Eltern im Spielhaus und auf dem neu entstehenden Abenteuerspielplatz prägen dieses Arbeitsfeld. Dafür suchen wir einen engagierten, selbstständig arbeitenden Mitarbeiter (m/w), der/ die sowohl Konzepte schreiben als auch diese in der Praxis umsetzen kann. Aufgrund der Mitgestaltung und Entwicklung des neu entstehenden Abenteuerspielplatzes bieten wir einen spannenden Arbeitsplatz.

Sie verfügen über folgende Qualifikationen: (Fach-)Hochschulstudium im pädagogischen, spielpädagogischen, kulturellen oder sozialen Bereich und/oder abgeschlossene Ausbildung in einem handwerklichen Beruf, Erfahrung im Umgang mit Kindern, in der Spielpädagogik und im handwerklichen Bereich. Wir erwarten Bereitschaft zu Engagement, organisatorisches Geschick, Eigeninitiative, Flexibilität und Belastbarkeit.

Wir bieten einen interessanten und vielfältigen Arbeitsbereich mit Gestaltungsspielraum: ¾-Stelle, vorerst auf ein Jahr befristet, mit Aussicht auf festen Vertrag, Bezahlung angelehnt an den TVÖD.

Ihre aussagekräftige Bewerbung richten Sie bitte an: Spiellandschaft Stadt e.V., Geschäftsführung, Albrechtstr. 37, 80636 München, E-Mail: info@spiellandschaft.de

[zurück zum Seitenanfang](#)

„Was wir heute tun, entscheidet, wie die Welt morgen aussieht.“

(Boris Pasternak (1890-1960), russischer Dichter)

Impressum

IBPro e.V.

Lindwurmstr. 129e, 80337 München

Tel.: 089/ 475061

(Mo 13-16 Uhr und Di, Mi, Do 9-12 Uhr)

Fax: 089/ 4705920

Internet: <https://www.ibpro.de>

E-Mail: info@ibpro.de

Redaktion: Lisa Tiedtke-Gold

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Für die Richtigkeit der Beiträge kann keine Haftung übernommen werden.

Der INFODIENST erscheint kostenlos 5x/Jahr.

[Newsletter hier abmelden](#)

IBPro e.V. wird vom Referat für Arbeit und Wirtschaft der Stadt München gefördert

Gefördert durch das **MBC**
Münchner Beschäftigungs-
und Qualifizierungsprogramm

 Landeshauptstadt
München
**Referat für Arbeit
und Wirtschaft**

[zurück zum Seitenanfang](#)