

O-MAMORI COMMUNITY

4. ONLINE-NETZWERKTREFFEN

18. AUGUST 2026, 18 – 19.30 UHR



Agenda und Teilnehmer 3. Online-Meeting



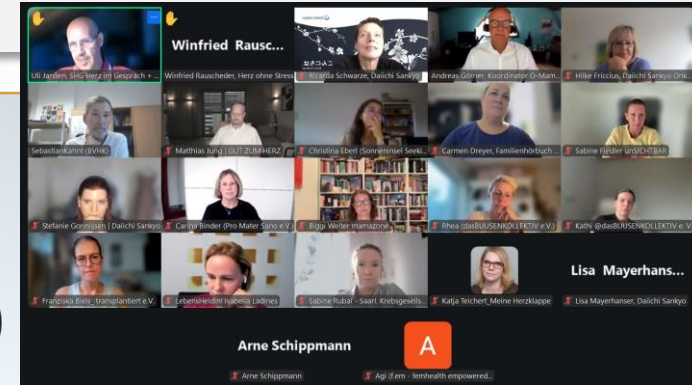
4. Meeting der O-Mamori Community

Fundraising - Erfolgreiche Strategien und Konzepte
Dienstag | 18. August 2026 | 18:00 – 19:30 Uhr
Moderation: Andreas Görner (Der MedienMacher)

- | | |
|-------------------|---|
| 18:00 – 18:05 Uhr | Begrüßung
<i>Moderator und Daiichi Sankyo</i> |
| 18:05 – 18:25 Uhr | Es ist machbar! Wie wir als Patientenorganisation Schritt für Schritt Ressourcen und Mut gewinnen
<i>Isabella Ladines, LebensHeldin! e.V.</i> |
| 18:25 – 18:45 Uhr | Von der Vision zur Wirkung: Fundraising-Inspirationen für Patientenorganisationen
<i>Sebastian Kahnt, Bundesverband Herzkrankte Kinder e.V.</i> |
| 18:45 – 19:15 Uhr | Gemeinsame Diskussion und Feedback zu den Vorträgen
<i>Alle</i> |
| 19:15 – 19:30 Uhr | Themensammlung, Zusammenfassung und Verabschiedung
<i>Alle</i> |

Teilnehmer

- Sebastian Kahnt (BVHK)
 - Isabella Ladines (Lebensheldin!)
 - Agi Kaplan (f.em)
 - Ana Arcila (Cuddling Creatures)
 - Arne Schippmann (Kinderhilfe)
 - Biggi Welter (mamazone e.V.)
 - Carmen Dreyer (Familienhörbuch)
 - Charlotte Arnold (Pro Mater Sano)
 - Carina Binder (Pro Mater Sano)
 - Christine Eberl (Sonneninsel)
 - Ester Irmer (Kieler Brustkrebssprossen)
 - Franziska Bleis (transplantiert)
 - Katja Teichert (Meine Herzklappe)
 - Kathi Konle (Das Buusenkollektiv)
 - Matthias Jung (GutZumHerz)
 - Rhea Seehaus (Das Buusenkollektiv)
 - Sabine Rubai (Saarländische Krebsgesellschaft)
 - Sabine Fiedler (unSICHTBAR Die Mutmacher)
 - Ullrich Janßen (Herzschwäche Deutschland)
 - Winfried Rauscheder (Herz ohne Stress)
-
- Hilke Friccius, Ricarda Schwarze, Stefanie Gonnissen, Lisa Mayerhanser (DS)



Key Messages Impulsvortrag

Es ist machbar! Wie wir als Patientenorganisation Schritt für Schritt Ressourcen und Mut gewinnen

Vortrag von Isabella Ladines (LebensHeldin!)

- „Ich bin nicht allein mit meinen schrägen Gedanken“ – **Stärke, Hoffnung, Mut und Zuversicht** gewinnen in der Gemeinschaft: Bewusstwerdung → Gemeinschaft → Selbstwirksamkeit → Nachhaltige Wirkung
- **ineinandergreifende Angebote**, die begleiten (Mutmach-Buch, Healing-Reisen, Podcast, re:start)
- wichtig ist eine **messbare Wirkung des Erfolgs** und der positiven Effekte dieser Angebote (z.B. in Bezug auf Einsamkeit, Hoffnung, Selbstwirksamkeit, Lebensqualität, Gesundheitskompetenz) → Wirkungsberichte
- 3 Säulen der Finanzierung: **Spenden, Mitgliedsbeiträge und Sponsoring**
- neben „gängigen“ Finanzierungsmöglichkeiten auch mal **andere Dinge ausprobieren** (z.B. Positionierung bei paypal-App, Spendenformulare bei Online-Händlern, Patenschaften für Patienten, die sich Mitgliedsbeiträge nicht leisten können, Wertepartnerschaften mit Unternehmen → sichtbare Verbindungen, Spenden führen direkt zur Verbesserung der Lebensqualität)
- **Nordstern-Ziele** definieren 😊

Key Messages Impulsvortrag

Von der Vision zur Wirkung: Fundraising-Inspirationen für Patientenorganisationen

Vortrag von Sebastian Kahnt (BV Herzkranke Kinder)

- Grundidee beim Fundraising: nicht von einzelnen Quellen abhängig machen, sondern Mix aus privaten (Einzel-, Dauerspenden, Trauerspenden/Vermächtnisse, Spendenaktionen) und öffentlichen Geldquellen (Firmenspenden, Stiftungen, **Krankenkassenförderung**, öffentl. Zuschüsse, Bußgelder)
- **Fokus setzen**/priorisieren und auch mittel-/langfristig denken, da z.B. Etablierung einer stabilen Kooperation mit Firmen etwas länger dauert
- bei Trauerspenden/Vermächtnissen schon **frühzeitig Kontakt** herstellen, da eher langfristige Maßnahme
- Modell des „**wirkungsorientierten Fundraising**“: Beziehungen und Vertrauen aufbauen ermöglicht Wirkung → Definition von Vision, Zielen und Projektideen, um die gewünschte Wirkung zu erzielen
- **Spendenanreize setzen**:
 - **Storytelling**: persönliche (anonymisierte!) Geschichten, die berühren und konkret sind → nicht einfach eine Liste von Projekten vorstellen
 - **Wirkung darstellen**, um glaubwürdige Spendenargumente zu formulieren (Wie ging es dir vorher? Wie geht es dir jetzt? Was nimmst du mit?)

Key Messages Impulsvortrag

Von der Vision zur Wirkung: Fundraising-Inspirationen für Patientenorganisationen

Vortrag von Sebastian Kahnt (BV Herzranke Kinder)

- statt alles auf einmal realisieren zu wollen besser zeitlich begrenzte Arbeitsschwerpunkte setzen, innerhalb der man sich auf ein Thema konzentriert (Gewinnung von Dauerspendern, Jahresaktion Herzensprojekt, lokale Firmenpartnerschaften)
- **Transparenz** schaffen (Jahresbericht, Darstellung der Einnahmen/Mittelverwendung)

Was Ihr morgen tun könnt

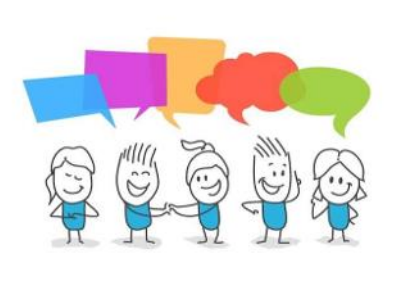
- 1 Wirkungs-Geschichte aus der eigenen Arbeit aufschreiben (anonym)
- Für 1–2 Angebote 3 Feedback-Fragen einführen
- Fundraising-Schwerpunkt für die nächsten 6–12 Monate definieren
- 2–3 Sätze zu Wirkung & Transparenz auf Website/Newsletter ergänzen
- **Prüfen:** Welches Projekt eignet sich am besten für eine Spendenaktion?

▪ Gegenleistungen bei Sponsoring

- Verwendung des Firmen-Logos (z.B. auf Website, Flyer, Buch...), Metawerbung
- redaktioneller Beitrag

▪ Tipps zur Krankenkassenförderung

- Unterscheidung **Pauschal- und Projektförderung** (Pauschalförderung ist KEINE Voraussetzung für Projektförderung!)
- bei Pauschalförderung an **Förderstellen** wenden (Landes- oder Bundesebene)
- gesetzl. KK sind verpflichtet, einen Teil ihrer Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen Patientenorganisationen zur Verfügung zu stellen
- bei der **Formulierung von Leitsätzen** kann man sich als Verein auch den Leitsätzen einer Dachorganisation (z.B. BAG Selbsthilfe) anschließen
- bei Projektförderung ist auch eine **Projektumwidmung** möglich (es werden regelmäßig nicht alle beantragten Mittel abgerufen)
- **Projektförderung** immer nur bei **einer KK** einreichen: persönliche Ansprechpartner identifizieren und direkt anrufen 😊
- **Auszahlung** der beantragten Mittel erfolgt immer **zeitverzögert** (ca. 4 – 5 Monate nach Antrag)

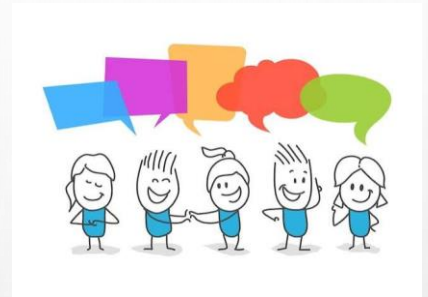


- **Spendentreue**

- Gefühl für Spender von „**Ich bin Teil von etwas**“ vermitteln

- **Öffentlichkeitsarbeit**

- gute Öffentlichkeitsarbeit ist Grundlage für effektives Fundraising
- Nutzung des **Netzwerks der eigenen Mitglieder** als Multiplikatoren (Social Media, persönl. Kontakte)
- **Vertrauen** in bestehender Community schaffen



- **Themenwünsche für zukünftige Beiträge**

1. Wie können gemeinsame Projekte mit anderen Patientenorganisationen in der O-Mamori Community effizient entwickelt und umgesetzt werden?
2. Wie gelingt eine Umfirmierung eines Vereins (Ehrenamt) in eine andere Organisationsform (z.B. gGmbH, uG, Stiftung) und was muss dabei beachtet werden?
3. Wie bedingen sich onkologische und kardiovaskuläre Erkrankungen?



Update zum Netzwerk-Portal

- im geschlossenen Mitgliederbereich der O-Mamori Community sind bislang **30 Patienten-organisationen und Unterstützer** (mit insgesamt 43 Personen) vertreten, davon kommen
 - **12** aus dem **onkologischen** und
 - **18** aus dem **kardiovaskulären** Bereich

Teilnahmevereinbarung



Die Voraussetzung für den Zugang zum geschlossenen Bereich der O-Mamori Community ist die unterschriebene Teilnahmevereinbarung.

Für jede einzelne Person.

Mehrere Profile

Aus deiner Patientenorganisation können sich mehrere Personen im geschlossenen Mitgliederbereich anmelden. Jede Person mit eigenem Namen und eigener E-Mail



Foto wäre schön

Für den Mitgliederbereich wäre es sehr schön, wenn alle ein Foto haben. Das erleichtert die Orientierung und macht es menschlicher.

