



eBook

Giving Season und der Giving Tuesday

3 Beispiel-Kampagnen, die unsere Kunden umgesetzt haben

10 Ideen zur Förderung von Großzügigkeit in Ihrem Unternehmen

1 Adventskalender mit vielen kleinen guten Taten



Inhalt

Was ist die Giving Season?	3
Und der Giving Tuesday?	4
Wie mobilisieren unsere Kunden in diesem Jahr ihre Mitarbeitenden?	5
10 Ideen für Ihre Kampagne zum Jahresende	8
So kommunizieren Sie Ihre Kampagne zum Jahresende	13
Vorlage für einen gemeinnützigen Adventskalender	15

Giving Season - eine Zeit, die der Gemeinnützigkeit gewidmet ist

Egal, ob es Ihre erste Giving Season ist oder ob Sie schon seit Jahren in diesem Zeitraum aktiv werden, jetzt ist der richtige Zeitpunkt, um eine Kampagne für dieses Jahr vorzubereiten. Die Giving Season ist eine einzigartige Gelegenheit, Ihre Marke, Ihre Mitarbeitenden und Ihre Community mit den Anliegen und Projekten, die ihnen am Herzen liegen, zu verbinden.

Es ist egal, was Sie tun. Wichtig ist nur, dass Sie etwas tun. Keine andere Jahreszeit bietet so viel Potenzial, um einen positiven Einfluss auf unsere Gesellschaft und den Planeten zu leisten, daher sollten Sie dieses Momentum nutzen, um Ihre Mitarbeitenden zu aktivieren und einzubeziehen.

Egal ob Sie den Giving Tuesday als Startschuss für Ihre Kampagne nutzen, einen Adventskalender mit Guten Taten umsetzen oder die Spenden Ihrer Mitarbeitenden in der Weihnachtszeit verdoppeln - zeigen Sie Ihren Mitarbeitenden und der ganzen Welt, dass Sie sich engagieren!



Was ist die Giving Season?

Die Giving Season ist ein Zeitraum am Jahresende, häufig die Monate November bis Januar, in denen gemeinnützige Organisationen tendenziell mehr Aufmerksamkeit und Spenden erhalten.

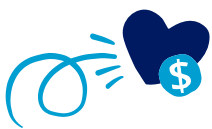
In dieser Zeit des Jahres, in der besonders viele Feiern, Zusammenkünfte und Feste gefeiert werden, sind wir alle etwas gelassener, großzügiger und wohlwollender als im Rest des Jahres. Es ist daher die ideale Zeit für Spendenaktionen, Freiwilligenarbeit und gute Taten, da die Menschen mehr als sonst in einer Stimmung des Gebens sind.

Fast **ein Drittel aller Spenden** werden im Dezember abgewickelt, **12% der gesamten jährlichen Spenden** verteilen sich allein auf die letzten drei Tage des Jahres.



Und der Giving Tuesday ?

Der #GivingTuesday ist eine weltweite Bewegung, die Spenden, Engagement und Solidarität feiert und fördert. Die Bewegung wurde 2012 mit einer einfachen Idee ins Leben gerufen: ein Tag, der die Menschen dazu ermutigt, Gutes zu tun. Gestartet in den USA, hat der Aktionstag in den letzten Jahren in Deutschland und auf der ganzen Welt immer mehr an Bedeutung gewonnen. Der #GivingTuesday findet jedes Jahr am ersten Dienstag nach Thanksgiving statt und wird oft als Startschuss für die Giving Season angesehen. Heute fördern Einzelpersonen, Organisationen und Unternehmen in über 100 Ländern die Wohltätigkeit, indem sie sich der Bewegung anschließen.



Am Giving Tuesday 2021 haben Benevity Kund:innen **mehr als 112 Millionen US-Dollar** gespendet.

Die Giving Tuesday Bewegung rückt die Menschen ins Rampenlicht, die auf der ganzen Welt Solidarität praktizieren. Dadurch entsteht eine Welle der Wohltätigkeit, die wichtig ist, denn alle Formen der Großzügigkeit bringen unsere Gesellschaft voran. Niemand hat auf den #GivingTuesday gewartet, aber als Gesellschaft gemeinsam am selben Tag aktiv zu werden...das ist doch toll, oder?



Frédéric Fournier

Global Leader
Giving Tuesday
Frankreich
[Quelle](#)

E-Mail-Vorlage, um Ihre Mitarbeitenden zu informieren

Betreff : Schließen Sie sich der #GivingTuesday-Bewegung an!

Der Giving Tuesday ist der größte Spendentag der Welt und findet schon bald, am 29. November 2022, statt. Diese globale Bewegung der Wohltätigkeit ist die perfekte Gelegenheit für uns alle, Gutes zu tun, und wir möchten Sie dazu einladen, ebenfalls aktiv zu werden!

Wir werden an diesem Tag einige Aktionen durchführen, um unsere Partnerorganisationen zu unterstützen. Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie sich an den folgenden Aktionen beteiligen:
Aufzählung Ihrer Aktionen

Wir freuen uns auf den Impact, den wir gemeinsam am Giving Tuesday erzielen werden!

Wie *mobilisieren unsere Kunden* in diesem Jahr ihre Mitarbeitenden?

Viele der Unternehmen, die sich dafür entschieden haben, mit unserer Software einen positiven Einfluss auf unsere Gesellschaft zu haben, nutzen die Zeit um den Jahreswechsel, um große Kampagnen mit ihren Mitarbeitenden durchzuführen. Wir haben drei Beispiele für Sie zusammengefasst.

Spotify bezieht Ressourcengruppen für Mitarbeitende (ERGs) in die zweite Giving Tuesday-Kampagne ein

Nachdem Spotify bereits im vergangenen Jahr eine Giving Tuesday Kampagne durchgeführt hat, erhofft sich das Unternehmen in diesem Jahr, das Engagement der Mitarbeitenden zu vervielfachen, indem Ressourcengruppen für Mitarbeitende (ERGs) einbezogen werden. Spotify stellt an diesem Giving Tuesday allen Angestellten 100 US-Dollar über die Benevity-Plattform zur Verfügung, die an eine frei wählbare Organisation gespendet werden können. Zusätzlich wird Spotify jede getätigte Spende durch Spenden Matching verdoppeln. Um den Zusammenhalt unter den Mitarbeitenden zu stärken, werden die Mitarbeitenden dazu ermutigt, für ihre Spenden Organisationen auszuwählen, die von den Spotify ERGs nominiert wurden. Durch diese Kampagne, die von innen heraus mobilisiert und alle Mitarbeitenden integriert, erhofft sich Spotify noch mehr Engagement und eine höhere Teilnahmerate als im letzten Jahr. Insgesamt soll der Impact an allen Spotify Standorten weltweit verzehnfacht werden.

Erfahren Sie mehr über Ressourcengruppen für Mitarbeitende (ERGs)



2

Wochen mit
Kampagnen

13.000

Angestellte
weltweit

100\$

an Spenden für alle
Mitarbeitenden



Der internationale Freiwilligentag von BNP Paribas in der Schweiz

Anlässlich des Internationalen Tages des Ehrenamtes am 5. Dezember mobilisiert BNP Paribas in der Schweiz alle Mitarbeitenden aus den beiden Büros in Genf und Zürich. Um Menschen zu unterstützen, die in der Zeit um den Jahreswechsel besonders einsam sind, verbringen die Mitarbeitenden von BNP mehrere Stunden in einem Zentrum für Menschen mit kognitiven Defiziten. An dem Tag stehen unter anderem Gesellschaftsspiele, gemeinsames Kochen und Basteln auf dem Programm. Parallel dazu werden Essensausgaben und andere ehrenamtliche Aktivitäten vor Ort organisiert, um Menschen in Not zu helfen.



BNP PARIBAS

2

Standorte in der
Schweiz

120

Stunden
Freiwilligenarbeit

3

Partner-
organisationen

Kyriba kurbelt die Spendenbereitschaft von Mitarbeitenden an

Das zweite Jahr in Folge mobilisiert Kyriba Mitarbeitende auf der ganzen Welt (unter anderem in Frankreich, den USA, Deutschland und Japan) für eine Weihnachtskampagne. Das Unternehmen unterstützt die Spendenbereitschaft aller Mitarbeitenden, indem sie den Spendenbetrag von ihren Mitarbeitenden durch Matching verdoppeln und die Gelder direkt an die wohltätigen Organisationen weiterleiten. Als Startschuss nutzt Kyriba den Giving Tuesday. An diesem Tag werden die Spenden von Mitarbeitenden verdreifacht, die im Laufe des Jahres durch Freiwilligenarbeit und Mikro-Aktionen über die Benevity Plattform eine zuvor festgelegte Anzahl an Punkten gesammelt haben. Spenden von Mitarbeitenden, die diese Punktzahl nicht erreicht haben, werden auch am Giving Tuesday verdoppelt.

kyriba®

+600

Angestellte
weltweit

Spenden-
Matching

9

Büros
weltweit



Die Weihnachtsinitiative von Benevity

Viele andere Unternehmen haben sich der Benevity-Weihnachtsinitiative angeschlossen, um Kindern in ihren lokalen Gemeinden eine Freude zu bereiten.

Das Prinzip

In der Weihnachtszeit schließen wir uns mit verschiedenen Kinderheimen in mehreren Schweizer Städten zusammen, um Geschenke an die Bewohner der Heime zu verteilen. Jedes Kind kann eine Geschenkliste erstellen und wird mit einem Mitarbeitenden gematched, der sich dafür einsetzen möchte, weniger privilegierten Kindern eine Freude zu machen.

Parallel dazu werden in Zusammenarbeit mit unseren Partnerorganisationen mehrere Sammelaktionen auf der ganzen Welt durchgeführt, z. B. in Paris, London, Barcelona, Singapur und Sydney.



Eine Initiative, die Großzügigkeit verbreitet

+10

Städte auf der
ganzen Welt

+1000

Geschenke, die an
Kinder verteilt
werden

+10

Partner-
organisationen

+20

Unternehmen und
Tausende
Beschäftigte



10 Ideen für Ihre Kampagne zum Jahresende

1. Starten Sie ein Spenden-Matching-Programm

Möchten Sie mehr Menschen dazu ermutigen, am Giving Tuesday oder während der Festtage zu spenden? Dann sollten Sie für jede Spende Ihrer Mitarbeitenden eine Verdopplung der Spende durch Ihr Unternehmen anbieten. Dadurch werden nicht nur Ihre Mitarbeitenden ermutigt zu spenden, sie verstärken auch Ihren Impact und erhöhen die Spendensumme merklich.

Unsere Fallstudien zeigen, dass ein Fortune-100-Technologieunternehmen bei einer Matching-Kampagne mit Spendenverdopplung die Anzahl der spendenden Mitarbeitenden um 97% und der gespendeten Beträge um 80% steigern konnte.

Ein Benevity Kunde, der am Giving Tuesday Startkapital in seine Spendenaktion investierte, verzeichnete einen erstaunlichen Anstieg von

↑ 300%



der Beteiligung an dem Programm!

2. Danken Sie Ihren Mitarbeitenden mit Spenden an Organisationen

Zum Jahresende werden in Unternehmen häufig Geschenke an Mitarbeitende verteilt. Wie wäre es, wenn Sie die traditionellen Geschenkkörbe, Geschenkkarten oder Leckereien mit dem Logo Ihres Unternehmens gegen Spenden eintauschen würden? Bieten Sie Ihren Mitarbeitenden die Möglichkeit, Geldmittel beizusteuern, mit denen sie eine Wohltätigkeitsorganisation ihrer Wahl durch Spenden unterstützen können. Ermutigen Sie sie, ihr Engagement im Team oder auf Unternehmensebene mitzuteilen, um den Organisationen Sichtbarkeit zu verleihen und einen echten Kreislauf in Gang zu setzen.

3. Beziehen Sie Ihre Mitarbeitenden in Ihre *gemeinnützigen Investitionen* mit ein

Die Vergabe von Finanzhilfen ist eine wenig bekannte Quelle für das Engagement Ihrer Mitarbeitenden. Obwohl die Vergabe von Finanz-Zuschüssen durch Unternehmen ein Prozess ist, an dem die Mitarbeitenden normalerweise nicht beteiligt sind, sollten Sie die Jahreszeit des Gebens als Gelegenheit nutzen, um ihnen auf diese Art mehr Einfluss auf die Vergabe Ihrer Zuschüsse zu geben. Ermutigen Sie Ihre Mitarbeitenden zum Beispiel am Giving Tuesday oder im Dezember, gemeinnützige Organisationen für eine Finanzhilfe zu nominieren, die ihnen am Herzen liegen.

84 % der Verbraucher:innen und 86 % der Arbeitnehmer:innen sagen, dass alle Interessengruppen in Unternehmensspenden einbezogen werden sollten. *Adobe* hat über seinen Community Fund für Mitarbeitende fast 4 Millionen US-Dollar an Finanzhilfen gesammelt und dabei mehr als *12.000 Mitarbeitende* weltweit einbezogen.

Erfahren Sie mehr über die Verwaltung von Finanzhilfen

Eine weitere Möglichkeit, die Wirkung zu vervielfachen, besteht darin, die Freiwilligenarbeit Ihrer Mitarbeitenden mit den Investitionen Ihres Unternehmens in die Gemeinschaft zu verbinden. Warum ermutigen Sie Ihre Mitarbeitenden nicht, sich am Giving Tuesday oder am Jahresende bei den Organisationen, die Sie unterstützen, ehrenamtlich zu engagieren? Auf diese Weise können Ihre Mitarbeitenden sehen, wie sich die Finanzhilfen Ihres Unternehmens auf Projekte auswirken, die ihrer Gemeinde zugute kommen!



4. Organisieren Sie eine **Geschenkesammlung**

Eine weitere einfach umzusetzende Idee für die Giving Season ist, eine Sammelstelle für Geschenke in Ihrem Unternehmen einzurichten. Sie schließen sich mit einer Nonprofit Organisation zusammen, die Ihnen eine Liste mit Geschenken zur Verfügung stellt. Ihre Mitarbeitende können aus dieser Liste Geschenke aussuchen und kaufen, und diese an der Sammelstelle abgeben. Sie übergeben die Geschenke gesammelt an die Organisation.

In der Regel sind solche Sammelaktionen bei Kinderhilfsorganisationen sehr beliebt, Sie können aber einfach bei Ihren Partnerorganisationen anfragen, ob Interesse an einer solchen Aktion besteht.

5. Organisieren Sie eine **Auktion**

Die Spendensaison fällt mit der Zeit der Weihnachtsfeiern zusammen. Egal, was für eine Feier Sie planen, Sie können kinderleicht eine Auktion einbauen, um Geld für eine gemeinnützige Organisation Ihrer Wahl oder der Wahl Ihrer Mitarbeitenden zu sammeln. Hier sind einige gute Ideen für Gegenstände, die Sie versteigern können:

- Einen Geschenkkorb mit Köstlichkeiten
- Einen Wochenendausflug
- Eintrittskarten für eine Veranstaltung
- Tickets für Lokale Erlebnisse

Und wenn wir schon von Weihnachtsfeiern sprechen, wie wäre es, wenn Sie eine etwas andere Teambuilding-Aktivität organisieren? Freiwilligenarbeit im Team? Ein Themenabend zur Förderung von Inklusion und Solidarität? Werden Sie kreativ und überlegen Sie sich, wie Sie Ihre Mitarbeitenden spielerisch motivieren können, etwas Gutes zu tun.



6. Organisieren Sie eine **themenbezogene Spendenaktion**

Diese Aktion können Sie als Unternehmen organisieren, sie hat aber eine viel größere Wirkung, wenn sie von Ihren Angestellten geplant und durchgeführt wird. Schlagen Sie Ihren Mitarbeitenden vor, eine Spendenaktion für die Weihnachtszeit durchzuführen, die auf ihren Wünschen, Leidenschaften oder Fähigkeiten beruht. Egal, ob es sich dabei um einen Kostümlauf oder einen Backwarenverkauf zum Thema Weihnachten handelt - sorgen Sie dafür, dass alle mitmachen.

Um das Engagement zu steigern, können Sie einen Freundschaftswettbewerb starten, der sich über den gesamten Zeitraum bis zum Jahresende erstrecken kann. Fordern Sie Ihre Mitarbeitenden auf, sich in Teams zusammenzuschließen, um eine Sammelaktion zu organisieren. Sie können z. B. das Team belohnen, das die meisten Spenden gesammelt hat, am originellsten war oder die meisten Teilnehmer:innen zusammengebracht hat. Bieten Sie den Gewinnern an, ihre Sammlung mit einer zusätzlichen Spende an eine Organisation ihrer Wahl aufzustocken.

7. Beziehen Sie Ihre **Kund:innen** mit ein

Vergessen Sie Ihre Kund:innen nicht! Ermutigen Sie Ihre Kundschaft, ihre Prämien oder gesammelte Treuepunkte in Spenden für wohltätige Zwecke umzuwandeln. So können sich Ihre Kund:innen auf verschiedene Weise engagieren. Sie brauchen auch nicht zwingen ein Treueprogramm, um damit loszulegen. Bieten Sie Ihren Kund:innen beispielsweise anstelle von Rabattgutscheinen Spendengutscheine an.

Entdecken Sie neue Wege, Ihre Kund:innen zu engagieren



8. Spenden Sie *warme Kleidung*

Je nachdem, wo auf der Welt Sie sich befinden, kann die Weihnachtszeit den Beginn sehr kalter Monate markieren. Schlagen Sie Ihren Mitarbeitenden vor, Obdachlosen zu helfen, für die diese Zeit sehr schwierig ist.

Ermutigen Sie Ihre Mitarbeitenden, warme Kleidung an das örtliche Obdachlosenheim zu spenden. Dies ist der direkteste Weg, um zu helfen, damit alle Menschen warm durch die kalten Wintermonate kommen.

9. Teilen Sie Ressourcen, um Ihre *Mitarbeitenden zu sensibilisieren*

Das Jahresende ist die Zeit, um Gutes zu tun, aber bei all der Nächstenliebe darf man nicht vergessen, an sich selbst zu arbeiten. Geben Sie Ihren Mitarbeitenden so viele Informationen wie möglich an die Hand, damit sie am Arbeitsplatz und im Leben verantwortungsvoll handeln können. Wenn die Zeit der Geschenke und Einkäufe näher rückt, sensibilisieren Sie Ihre Mitarbeitenden für die Auswirkungen des übermäßigen Konsums und machen Sie sie auf den ökologischen Fußabdruck von Geschenken aufmerksam.

Um noch einen Schritt weiter zu gehen, könnten Sie auch einen Flohmarkt in Ihren Büros veranstalten, um Secondhand zu fördern und die Großzügigkeit in Ihrem Unternehmen weiter zu verbreiten.

10. *Verteilen Sie Großzügigkeit* mit allen Mitteln

Der Giving Tuesday ist ein Tag, der der Großzügigkeit gewidmet ist. Er gibt den Ton für den Rest des Jahres zwischen Wohltätigkeit und Solidarität an. Fordern Sie Ihre Mitarbeitenden auf, einzeln oder gemeinsam möglichst viele positive Aktionen durchzuführen, um diesen Zeitraum zu bereichern.

Starten Sie beispielsweise einen "Danke"-Marathon und verbringen Sie einen Nachmittag im Team, an dem Sie Ihre Kund:innen und Partner anrufen, um ihnen zu danken. Außerdem können Sie versuchen, so viele kleine Gute Taten umzusetzen wie möglich: Schicken Sie Briefe an einsame Menschen in Altenheimen, gehen Sie mit Tieren in Tierheimen spazieren, verteilen Sie Komplimente am Arbeitsplatz etc.

So kommunizieren Sie Ihre Kampagne zum Jahresende

Gehen Sie viral

#GivingTuesday ist in erster Linie eine kollektive Bewegung und die Aktion ist besonders in den sozialen Netzwerken sehr beliebt. Es geht nicht nur darum, Gutes zu tun, sondern auch darum, die Großzügigkeit zu verbreiten und darüber zu sprechen.

Sprechen Sie intern über die Giving Season und lassen Sie die Begeisterung für die Aktion schon Wochen vorher ansteigen. Informieren Sie Ihre Mitarbeitenden bereits vor dem Giving Tuesday über Ihre Vorhaben und vergessen Sie nicht, am Vorabend daran zu erinnern. Wenn sich Ihre Kampagne über den gesamten Zeitraum bis zum Jahresende erstreckt, geben Sie im Vorfeld einen Überblick über den Zeitplan Ihrer Aktivitäten.

Und dann erzählen Sie der ganzen Welt davon! #GivingTuesday ist viral und überschlägt sich in den sozialen Netzwerken. Tragen Sie Ihren Teil dazu bei, mehr Menschen dazu zu bringen, sich der Bewegung anzuschließen und die Wirkung Ihrer Mitarbeitenden zu würdigen.

Vorlagen für Beiträge in sozialen Netzwerken

*Countdown bis zum 29. November: Bei **Name des Unternehmens** stehen wir bereit, um unsere #Großzügigkeit zu entfalten. #givingtuesday #GivingTuesdayDE*

*Um die Zeit bis zum Jahresende zu prägen, haben alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von **Name des Unternehmens** Stunden ihrer Zeit geopfert, um **Organisation X** zu unterstützen und bei **Aktion Y** zu helfen. Hier sind einige Fotos der wichtigsten Momente dieses Monats, den wir der Großzügigkeit gewidmet haben.*

*Heute ist #givingtuesday und wir möchten an diesem besonderen Tag Projekte unterstützen, die uns und unseren Mitarbeitenden am Herzen liegen. Im **Namen des Unternehmens** haben sich unsere Mitarbeitenden dafür entschieden, die **Organisation X** mit Spenden und Freiwilligenarbeit zu unterstützen, damit die **Aktion Y** weiter gefördert werden kann. Helfen auch Sie mit und unterstützen Sie den #givingtuesday*



Geben Sie Ihren Mitarbeitenden **eine Stimme**

Beim Giving Tuesday geht es natürlich um mehr als nur darum, den Hashtag zu twittern - es geht darum, die Themen zu teilen, die für Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeitenden wichtig sind, und die Veränderungen, die sie gerne herbeiführen würden. Geben Sie Ihren Mitarbeitenden den Raum, den sie brauchen, um diese Geschichten zu teilen. Eröffnen Sie eine Diskussion darüber, welche Art von Freiwilligenarbeit angeboten wird oder welche Organisationen unterstützt werden sollen. Die Leute werden gerne hören, wie ihre Kollegen und Kolleginnen zu den Anliegen beigetragen haben, die ihnen am meisten am Herzen liegen. Dies ist auch ein guter Zeitpunkt, um die Auswirkungen Ihrer Finanzhilfen mit Ihren Mitarbeitenden zu teilen.

Kommunizieren Sie Ihren **Impact**

Stellen Sie sicher, dass Sie eine Bilanz darüber teilen, wie der Giving Tuesday oder Ihre Kampagne zur Giving Season verlaufen ist. Zeigen Sie, welchen Unterschied die Beiträge Ihrer Mitarbeitenden gemacht haben und wie Sie planen, das ganze Jahr über weiterhin Einfluss auf unsere Gesellschaft zu nehmen.

Einen Moment in eine **Bewegung** umwandeln

Denken Sie daran, dass nach es nach der Giving Season noch 11 weitere Monate im Jahr gibt, in denen Sie Ihre Mitarbeitenden dazu motivieren können, Gutes zu tun. Und obwohl die Zeit um den Jahreswechsel herum sicherlich günstig für gute Taten ist, ist es auch wichtig daran zu arbeiten, die Kultur der Großzügigkeit in die DNA Ihres Unternehmens zu integrieren um das ganze Jahr über aktiv zu werden.

Tipps & Ratschläge

- Halten Sie Kontakt zu Organisationen, denen Sie während Ihrer Kampagne geholfen haben
- Wählen Sie andere Höhepunkte des Jahres aus, an denen Sie weitere Kampagnen planen können
- Nehmen Sie das, was bei Ihrer Giving-Season-Kampagne am besten funktioniert hat, und wenden Sie es auf eine andere besondere Zeit an. Warum nicht eine Kampagne für den Herbst oder eine Kampagne für den Sommer starten?



Der gemeinnützige Adventskalender



Alles beginnt mit *einer guten Tat*

Wenn Sie in diesem Jahr keine große Kampagne zum Jahresabschluss starten können, können Sie Ihre Mitarbeitenden trotzdem dazu inspirieren, mit kleinen Taten Gutes für ihre Umgebung zu tun, denn jede Tat zählt!

Wir haben als Inspiration einen gemeinnützigen Adventskalender erstellt, den Sie für Ihr Unternehmen nutzen können, um gemeinsam den ersten Schritt zu gehen. Teilen Sie den Kalender einfach mit Ihren Kolleg:innen und animieren Sie sie dazu, Bilder von den durchgeführten Aktionen über Ihre Unternehmensinternen Kommunikationskanäle zu teilen. Versenden Sie außerdem regelmäßig E-Mails mit Erinnerungen zu Ihren Aktionen für die nächsten Tage, um möglichst viele Ihrer Kolleg:innen zu erreichen.



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
28	29  Giving Tuesday Spenden- kampagne	30  Eine Postkarte an Angehörige schicken	1  Spendentag Spende an ein Projekt Ihrer Wahl	2  Spenden Sie Blut mit Ihren Kolleg:innen	3  Gassi gehen mit Tieren aus dem Tierheim	4  Einen Kuchen für Ihre Nachbarn backen
5  Geschenke für Bedürftige sammeln	6  Vögel in einem Park füttern	7  Langjährige Freundschaft reaktivieren	8  Spendentag Spende an ein Projekt Ihrer Wahl	9  Briefe an einsame Menschen schicken	10  Eine:n Freund:in zum Mittagessen einladen	11  Müll in einem Park einsammeln
12  Kaffee trinken mit neuem Kollegen/ neuer Kollegin	13  Den Büro- Weihnachtsbaum schmücken	14  Kleider Tausch im Unternehmen organisieren	15  Spendentag Spende an ein Projekt Ihrer Wahl	16  Mittagessen mit dem gesamten Team	17  Müll einsammeln in einem Park oder Spielplatz	18  Essensausgabe einer Nonprofit unterstützen
19  Schokolade an Kolleg:innen verschenken	20  Einkaufen gehen für ältere Personen	21  Spielzeug an eine Nonprofit spenden	22  Spendentag Spende an ein Projekt Ihrer Wahl	23  Hygieneartikel an Obdachlose verteilen	24  Spende an eine Nonprofit statt Geschenken	25
26	27	28	29	30	31	1

Bewegen Sie Ihre Mitarbeitenden noch *heute zum* *Handeln*, um in der Giving Season etwas zu *bewirken!*

**Demo
anfordern!**



Benevity, ein zertifiziertes B-Corp Unternehmen, ist der weltweit führende Anbieter für Corporate-Purpose-Software. Die einzigartige All-in-One Lösung von Benevity vereint Employee, Customer und Nonprofit Engagement sowie die finanzielle Unterstützung von Communities. Als eines von Fortune's Impact 20 Unternehmen, unterstützen die Cloud-Lösungen von Benevity viele bekannte Marken dabei, Mitarbeitende zu motivieren, zu binden und zu engagieren und soziales Handeln in die Erfahrungen ihrer Kund:innen einzubetten, um einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft zu leisten. Mit der Software, die in 22 Sprachen verfügbar ist, hat Benevity bereits mehr als 10 Milliarden US-Dollar an Spenden und 46 Millionen Stunden an freiwilliger Arbeit verarbeitet, um 326.000 gemeinnützige Organisationen weltweit zu unterstützen. Die Produkte von Benevity haben außerdem die Durchführung von 770.000 Challenges ermöglicht und die Vergabe von 1,2 Millionen Finanzhilfen im Wert von 12 Milliarden US-Dollar abgewickelt. Weitere Informationen finden Sie unter [benevity.com](https://www.benevity.com).