

Herzlich willkommen zum Webinar der Kulturfundraising-Plattform Schweiz:

Thema «Institutional Readiness – Fokus Gremienarbeit»

Im Austausch mit Andrea Müller und Dr. Leticia Labaronne

Das Programm

12.00 Uhr	Begrüssung und Vorstellung
12.15 Uhr	Impuls «Institutional Readiness»
12.30 Uhr	Gemeinsame Gesprächsrunde
13.00 Uhr	Ende

«Institutional Readiness» - Fokus Gremienarbeit

Institutional Readiness – Definition

Mit Institutional Readiness ist die allgemeine organisationsinterne Bereitschaft gemeint, sich mit den unabdingbaren Voraussetzungen (Klarheit über Leitbild, Ziele, Prozesse, Strukturen, Ressourcen) für erfolgreiche Fundraising-/Sponsoringarbeit auseinanderzusetzen.

Was bedeutet das für die Arbeit mit den jeweiligen Gremien?

Wie können diese integriert und aktiviert werden?

→ Allerdings beinhaltet «Readiness» auch die interne Bereitschaft (emotional und kognitiv) der Organisation, sich auf die Bedingungen des Fundraisings einzulassen. Die Veränderungsbereitschaft und die innere Haltung sind dabei wesentlich.

Institutional Readiness - Kriterienkatalog

1. Organisatorische Voraussetzungen
2. Kommunikative Voraussetzungen
3. Personelle Voraussetzungen
4. Finanzielle Voraussetzungen
5. Technische Voraussetzungen

1. Organisatorische Voraussetzungen

Organisatorische Rahmenbedingungen haben einen erheblichen Einfluss auf den Erfolg einer Institution.

«Readiness» heisst im übertragenen Sinne, dass Organisationen ihre Strukturen anpassen und Abläufe auf die Erfordernisse des Fundraisings ausrichten.

Die Kommunikation der Erfahrungen und die schrittweise Optimierung von Strukturen und Abläufen ist ein wesentlicher Aspekt für den Entwicklungsprozess. Er hilft Organisationen, ein für sie optimales Fundraising herauszubilden.

Diese Aufgabe bzw. diesen Prozess kann niemand der Organisation abnehmen (besonders nicht der/die Fundraiser:in).

(Quelle: Stephanie Harm, Dr. Kai Fischer)

Zu den Hausaufgaben der Organisationsentwicklung gehört die Erarbeitung von Organisationszweck und Leitbild sowie die Schärfung der Aussenwahrnehmung und die Entwicklung eines öffentlichen Profils inklusive CI/CD. (Quelle: ZHAW)

Dabei muss sich die Kultur-Organisation ihrer Werte, Ziele und Aufgaben (ihrer Daseinsberechtigung) bewusst sein. Oft verändern sich diese im Laufe der Jahre von der Gründung bis heute und Eigenbild und Fremdbild stimmen nicht mehr überein. (Quelle: ZHAW)

Studie Universität Basel

<https://www.srf.ch/kultur/gesellschaft-religion/studie-der-universitaet-basel-die-gleichstellung-in-der-kultur-laesst-auf-sich-warten>

Strategische Leitungen (Vorstände und Präsidien) der Kulturhäuser und -betriebe / Festivals

Vorstand Trägerschaft

103 Frauen (38,4 %) und 165 Männer (61,6 %)
268 Leitungsmitglieder strategisch (100%)



Präsidium/Vizep. des Vorstands

15 Frauen (28,8 %) und 37 Männer (71,2 %)
52 Leitungsmitglieder strategisch (100 %)



Studie Universität Basel

Operative Leitungen der Kulturhäuser und -betriebe / Festivals



GESAMTE GESCHÄFTSLEITUNG

81 Frauen (42 %)
112 Männer (58 %)
193 Mitglieder
Geschäftsstellen
operativ (100%)



DIREKTION/INTENDANZ (INKL. VIZED.)

19 Frauen (34,5 %)
36 Männer (65,5%)
55 Mitglieder
Geschäftsstellen
operativ (100%)

Frauenanteil künstlerische Leitungsrollen Regie | Choreographie | Dirigent*innen



SCHAUSPIEL

34 Frauen (31,2 %)
109 Total (100%)



TANZ

25 Frauen (38,5 %)
65 Total (100%)



KLASSISCHE MUSIK

5 Frauen (6,6 %)
76 Total (100%)

Transfer in die Gremienarbeit

- Der Kulturbetrieb im Managementwandel
- Fakten liefern: Analysen, SWOT, Stärken-Schwächenprofile, etc.
- Fundraiser:in als «unangenehme/r» Sparringspartner:in
- Richtige Verortung im Organigramm
- Lobbyarbeit in den eigenen Reihen
- Workshop mit Fachleuten aus den eigenen Reihen initiieren
- Umfragen lohnen sich (Revolution von unten)

2. Kommunikative Voraussetzungen

Fundraising benötigt Kommunikation. Doch bevor man kommuniziert, muss man Wissen, wo man steht. Der kritische Blick nach innen ist wertvoll, für ein klar formuliertes Mission-Statement, das Daseinszweck, Struktur, Ziele und Pläne der Kultur-Organisation beschreibt. Dazu gehört auch ein Leitbild mit den Werten, Zielen und Aufgaben der Organisation.

Auf der Grundlage des Leitbilds wird die Kommunikationsstrategie erstellt, die alle relevanten Zielgruppen im Blick hat und die Fundraising-Botschaften zielgerichtet vermittelt. Dabei müssen Ziele und Notwendigkeit der Förderung sowie ihre Wirkung verständlich vermittelt werden. (Quelle:ZHAW)

Im Major Donor Fundraising (MDF) bilden die Förderprojekte die Basis für die Arbeit der Major Donor Fundraiser:innen. Die für Grossspender:innen attraktiven Projekte sollten von der Organisation gemeinsam mit der/dem Major Donor Fundraiser:in bestimmt werden. (Quelle:ZHAW)

Im Kulturbereich sind die Major Donor Fundraiser:innen eng in die Organisationsstrategie, ins Kulturprogramm einzubinden, damit sie früh die Förderprojekte auf dem Radar haben und ihre Grossspender:innen mit einbinden können.

Transfer in die Gremienarbeit

- Die Involvierung von Vorständen und Kuratorien ist essentiell (Repräsentanten der Institution im Aussen)
- Agentur einbinden (von Gremien zahlen lassen)
- Fundraiser:in muss in den Leitungsinstanzen integriert sein
- Einheitliche Sprachregelung festlegen

3. Personelle Voraussetzungen

Professionelles MDF erfordert gut ausgebildete Fachleute. In grösseren Kulturinstitutionen sind es Abteilungen, in kleineren Organisationen Aufgabe der Fundraiser:in oder der Geschäftsleitung und des Vorstands.

(Quelle ZHAW)

Für das MDF ist es unbedingt nötig, die Berührungspunkte zur Organisation und/oder zum Förderprojekt herzustellen. Je mehr Berührungspunkte, desto grösser die Chance auf Unterstützung. Unterstützung kann finanzieller Art sein, aber auch die Herstellung und Vermittlung von Kontakten zu potentiellen Grosspenderinnen und -spendern. (Quelle: ZHAW)

Transfer in die Gremienarbeit

- Aufgabenverteilung in den Gremien
- Vergabe von Verantwortlichkeiten

Zusammensetzung der Steuerungsgremien: GGG- oder ein TTT-Vorstand?

- **GGG-Rule (Give, Get or Go)**
Selber spenden, Spenden einwerben oder den Posten verlassen
- **TTT-Approach (Time, Talent and Treasure)**
Zeit investieren, Know-How einbringen sowie Geld spenden

→ Anhand dieser Maximen kann die Zusammensetzung der Steuerungsgremien analysiert und gezielt besetzt werden.

4. Finanzielle Voraussetzungen

Im Idealfall ergibt sich das Budget aus den Massnahmen, und nicht umgekehrt. Wer Fundraising betreibt, muss in der Lage sein, anderen deutlich zu machen, wo der Bedarf liegt. Es muss konkret benannt und transparent belegt werden können, für was Mittel in welcher Höhe benötigt werden. (Quelle ZHAW)

Um eine grössere Planungssicherheit im Fundraising zu gewährleisten, sollte die Budgetplanung parallel zur strategischen Zielsetzung erarbeitet werden. Die Ausgaben lassen sich anhand von Erfahrungswerten oder Kostenvoranschlägen kalkulieren. Auf der Einnahmenseite sind Annahmen darüber zu treffen, woher Mittel zu erwarten sind. Auch der Finanzplan sollte sich über einen längeren Zeitraum erstrecken und alle zu erwartenden direkten Kosten (eindeutig den Massnahmen zuzuordnen) und indirekten Kosten (fortlaufende Posten wie Personal, Miete, Strom etc.) enthalten. (Quelle: ZHAW)

Transfer in die Gremienarbeit

- Finanzausschuss inkl. Fundraiser:in, Gremien informieren und abholen
- Transparenz institutionalisieren, Geldflussprinzipien festlegen

5. Technische Voraussetzungen

Die Spender:innendatenbank ist das Herzstück und Kapital für das MDF. Gerade im MDF ist ein spezielles CRM System (Customer Relationship Management) erforderlich. Die CRM Datenbank sollte die individuelle Beziehung zu jeder Einzelperson, Stiftung oder Unternehmen abbilden. Weitere Kenntnisse (LAI) über die Personen, Stiftungen und Unternehmen sollten aufgenommen werden können. Definition LAI: *Linkage* (welche persönliche Verbindung, bzw. Anknüpfungspunkte hat jemand mit der Organisation), *Ability* (welche finanziellen Möglichkeiten, Budgets hat die Person, Stiftung, das Unternehmen), *Interest* (welche Interessen verbinden die Person, Stiftung, das Unternehmen mit der Organisation). (Quelle: ZHAW)

Transfer in die Gremienarbeit

- Finanzierung für Datenbank freimachen
- Schulungen einplanen, Datenbank im ganzen Haus verstehen und nutzen
- Gremien dazu bringen eigene Adressen weiterzugeben
- LAI-Prinzip etablieren

HERZLICHEN DANK!

Kulturfundraising-Plattform
Swissfundraising & ZHAW

Kontakt: kultur@swissfundraising.org

Nächste Termine:

27. September 2021 – SwissFundraisingDay

26. November 2021 – Kulturfundraising Tagung