

Swissfundraising

«Der Spendenmarkt lässt sich vergrössern!»

In dieser Ausgabe startet die Medienpartnerschaft mit Swissfundraising, dem Verband der Fundraiserinnen und Fundraiser. In Zukunft berichten wir monatlich über deren Belange. Den Auftakt macht ein Interview mit Verbandspräsident Odilo Noti, hauptberuflich Kommunikationsleiter von Caritas Schweiz in Luzern.

Interview: **Matthias Ackeret** Bild: **Swissfundraising**



Herr Noti, der Verband «Swissfundraising» wurde 1995 gegründet. Was bezwecken Sie mit dieser Organisation?

Swissfundraising will zunächst einmal als Berufsverband der Fundraiserinnen und Fundraiser deren Berufsbild stärken, und zwar in der Öffentlichkeit und auf dem Arbeitsmarkt, aber auch innerhalb der Institutionen, in denen die Fundraiser arbeiten. Über 80 Prozent unserer Mitglieder sind in gemeinnützigen Organisationen, in Stiftungen und in Hilfswerken tätig. Wir wollen zweitens durch Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen die Professionalisierung im Fundraising fördern. Dazu arbeiten wir auch mit Universitäten und Hochschulen zusammen. Unser Ziel ist es drittens, die Mitglie-

der des Verbandes möglichst gut zu vernetzen. Und viertens schliesslich haben wir ethische Richtlinien für das Fundraising formuliert. An ihnen orientieren wir unsere eigene Arbeit und die Arbeit unserer Mitglieder. Alle diese Tätigkeiten sind nicht nur Dienstleistungen, die wir gegenüber unseren Mitgliedern wahrnehmen. Damit wollen wir in der Öffentlichkeit zugleich für die Sache des Fundraisings eintreten und zum Spenden motivieren. Wir möchten aber auch das Verständnis dafür wecken, dass die Mittelbeschaffung von Non-Profit-Organisationen etwas kostet, weil die Spenden nicht als Manna vom Himmel herunterfallen, sondern weil dafür systematisch und professionell geworben werden muss.

Zurzeit gehören Ihrem Verband rund 550 Mitglieder an, die untereinander in starker Konkurrenz um Spendengelder stehen. Wo liegt der gemeinsame Nenner?

Im Verhältnis zur Grösse und zur Einwohnerzahl haben wir in der Schweiz einen der stärksten europäischen Fundraising-Verbände. Der wichtigste gemeinsame Nenner unserer Mitglieder liegt im Austausch und in der Weitergabe von Erfahrungen und Kenntnissen, um bestehende Spenderinnen und Spender zu halten und neue Unterstützer zu gewinnen. Ähnlich wie in der Wirtschaft würde ich eher von (komplementären) Mitbewerbern sprechen, die zueinander nicht nur in Konkurrenz stehen, sondern auch gemeinsame Interessen und Anliegen haben. Ein sol-

ches gemeinsames Interesse ist etwa das Bemühen, die Gemeinnützigkeit zu fördern oder gemeinsame Standards für die Art und Weise des Spendensammelns zu verankern und weiterzuentwickeln. Hier liegt noch einiges drin. Der Spendenmarkt in der Schweiz lässt sich durch systematisches und professionelles Fundraising vergrössern. Nach den Schätzungen der Zewo lassen die Schweizerinnen und Schweizer den Hilfswerken pro Jahr private Spenden in der Höhe von rund einer Milliarde Franken zukommen. Das ist sehr grosszügig. Gleichzeitig aber spielen sie – dank starker Werbung von Swisslos – für nahezu das Doppelte, nämlich für rund zwei Milliarden Franken, Lotto. Da müsste die eine oder andere Verschiebung in Richtung Fundraising möglich sein.

Wie wird man Mitglied von Swissfundraising?

Die Mitgliedschaft beantragen kann jede Person, die selbstständig, angestellt oder ehrenamtlich auf dem Gebiet des Fundraisings tätig ist. Sie muss sich mit den Zielen von Swissfundraising identifizieren und unsere

ethischen Richtlinien anerkennen. Die Anmeldung erfolgt online über www.swissfundraising.org, die Richtlinien müssen handschriftlich unterschrieben werden. Wir müssen daher kaum jemanden ablehnen, weil dank diesem Vorgehen bereits eine unbürokratische Selektion stattfindet. Zusätzlich haben wir für langjährige Fundraiser ein sogenanntes Berufsregister mit speziellen Zusatzleistungen. Im Rahmen des Berufsregisters treffen sich ausschliesslich erfahrene Fundraiser zum Austausch. Die allgemeine Mitgliedschaft bei Swissfundraising lässt dagegen breiten Raum, sowohl was die Disziplinen des Fundraisings angeht, aber auch die Breite und Tiefe der Berufserfahrung, den Umfang der beruflichen oder ehrenamtlichen Tätigkeit, das Know-how oder die Grösse der Organisation, in der ein Mitglied arbeitet.

Hat sich das Spendenverhalten der Schweizerinnen und Schweizer in den letzten Jahren verändert?

Die Spenderinnen und Spender informie-

Jetzt noch einreichen: Swissfundraising Award 2014

Am 5. Juni 2014 werden im Rahmen des SwissfundraisingDay in Bern die beste Fundraising-Aktion und Fundraising-Innovation des Jahres ausgezeichnet. Aktuell sind Einreichungen noch möglich. Einzelpersonen, NPO und Agenturen sind aufgerufen, ihre besten Aktionen und Innovationen zu nominieren. Eine Experten-Jury wird die jeweils besten drei auswählen. Diese stehen dann zur Wahl unter allen Mitgliedern von Swissfundraising. Mit «Fundraising-Aktion» sind sämtliche Kampagnen und Aktionen mit kommunikativer Ausstrahlung am Markt sowie klaren Fundraising- oder Mobilisierungszielen gemeint. Der Erfolg am Markt ist in dieser Kategorie das bahnbrechende, wegweisende Moment und entscheidende Kriterium. Unter der Kategorie «Fundraising-Innovation» laufen kommunikative Massnahmen sowie für den Schweizer Markt neue Techniken, Ansätze und Taktiken.

Weitere Informationen zum Swissfundraising Award gibt es unter www.swissfundraising.org/award

ANZEIGE



LEO BURNETT SCHWEIZ

Unsere Leser verbringen ihren Tag nicht nur mit Kochen und Essen.

In der Saisonküche erreichen Sie mit Ihrem Inserat 797 000 konsumfreudige LeserInnen.



Kontakt unter anzeigen@saison.ch
oder 058 577 13 74.

ren sich in der Regel – auch dank Organisationen wie der Stiftung Zewo – genauer über die Organisationen und Projekte, für die gesammelt wird. Je höher eine Spende ausfällt, desto stärker ist auch das Informationsbedürfnis – im Blick auf die Organisation, die unterstützt wird, aber auch in Bezug auf den Verwendungszweck der Spende. Im Vergleich mit dem Ausland gehören die Schweizer weiterhin zu den grosszügigen Spenderinnen und Spendern mit Beiträgen je Haushalt in der Höhe von 500 bis 600 Franken. Glücklicherweise können die Organisationen immer noch auf eine relativ grosse Spendertreue bei regelmässigen Spenderinnen und Spendern bauen. Dennoch ist heute die Anforderung grösser geworden, die Spenderinnen und Spender bei der Stange zu halten. Es ist nicht mehr so wie früher, als – etwas klischeeartig formuliert – die (häufig religiös motivierte) Spenderin ihr Hilfswerk ein Leben lang mit regelmässigen freien Spenden unterstützte. Spenderinnen und Spender interessieren sich heute stärker als früher für die Frage,

was denn eine Hilfsorganisation mit welchen Mitteln und Massnahmen konkret bewirkt. Und ähnlich wie im Konsumbereich erhalten neue Kanäle wie Internet oder SMS mehr Bedeutung. Sie ergänzen die klassischen Kanäle und Instrumente der Spendergewinnung wie Direktmailings, unadressierte Streuwürfe, Patenschaften, Stiftungsfundraising oder Legate.

Welche Organisationen sind momentan im Trend?

Ich kann und will hier keine konkreten Organisationen nennen. Ein paar Hinweise zum Spendenmarkt Schweiz können aber erhellend sein. In der Schweiz spenden 70 Prozent der Haushalte regelmässig, 20 Prozent spenden eher situativ – beispielsweise im Falle von Katastrophen – und 10 Prozent spenden grundsätzlich nicht. Diejenigen, die spenden, unterstützen im Durchschnitt fünf bis sechs Organisationen oder wechseln regelmässig ab. Die Spendentätigkeit nimmt – wenig überraschend – mit steigendem Einkommen und höherer Bil-

dung zu. Unter solchen Bedingungen tendieren Spenderinnen und Spender zu starken, bekannten und sympathischen Marken, in der Regel sind dies grössere Organisationen. Oder sie neigen in eine entgegengesetzte Richtung, nämlich dazu, kleinere, spezialisierte und profilierte oder lokale Organisationen zu unterstützen, deren Mitarbeitende sie vielleicht sogar persönlich kennen. Langfristig schwieriger dürfte die Situation für mittelgrosse Organisationen mit breitem Tätigkeitsfeld sein, die sich keinem der genannten Organisationstypen zuordnen lassen.

Nun hört man immer die Sorge, dass das gespendete Geld nicht vollständig dem gewünschten Zweck zugeführt werden kann. Sind diese Sorgen berechtigt?

Untersuchungen wie der gfs-Spendenmonitor zeigen klar auf, dass die gemeinnützigen Organisationen in der Schweiz gut verankert sind und grosses Vertrauen geniessen. Die Öffentlichkeit weiss zwar nicht unbedingt Bescheid, was die Arbeit der Hilfswerke an-

ANZEIGE

KSP

Die neue Zusammenarbeit bringt uns weiter. Und Sie noch viel mehr.

Das SAWI und die KV Zürich Business School sind jetzt Partner.

geht, aber sie vertraut ihnen. Und Vertrauen ist der entscheidende Faktor bei Spenden sammelnden Organisationen. Dieses Vertrauen gilt es zu erhalten und zu pflegen. In jeder seriös aufgestellten Organisation gibt es Kosten für Verwaltung, Kommunikation und Fundraising. Sonst scheitern die gemeinnützigen Projekte notwendigerweise. Es kann durchaus auch zu wenig Verwaltung oder Projektbegleitung geben. Zur Rechenschaftsablage und zum Handling der Verwaltungs- und Kommunikationskosten existieren auch Branchenregeln, etwa von Seiten der Stiftung Zewo. Wer vorgibt, dass 100 Prozent der Spende in einem Projekt eingesetzt werden, unterschlägt, dass bei der Organisation selbst Kosten anfallen, um die Projekte überhaupt planen und nachhaltig sichern zu können. Wichtig ist, dass die Richtwerte, wie sie die Zewo vorgibt, nicht überschritten werden. Grundsätzlich kann man davon ausgehen, dass bei Zewo-zertifizierten NPO rund 80 Prozent der Mittel in den Projekten selbst eingesetzt werden.

Wie verhindern Sie, dass es zu Missbrauch kommt?

Indem wir unsere Mitglieder auf ethische Richtlinien verpflichten, fördern wir einen transparenten und effizienten Umgang mit Spendengeldern und verhindern zum Beispiel Fundraising-Aktionen, die zu viel Druck auf die Spenderinnen und Spender ausüben. Wer unlautere Fundraising-Aktionen oder -Massnahmen beobachtet, die gegen die Menschenwürde verstossen, kann bei Swissfundraising vorstellig werden. Das Vorgehen ist auf unserer Website beschrieben.

Welche Forderungen erheben Sie gegenüber der Politik?

Die Schweiz schreibt in ihrer politisch-sozialen Tradition Selbstverantwortung und Selbsthilfe gross, auch in ihrem System der sozialen Sicherheit. Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund hat sie gemeinnützige Organisationen gefördert. Die eine Fördermassnahme bestand in der Entrichtung von Subventionen oder Leistungsbeiträgen, die andere in der steuerlichen Abzugsfähigkeit von Spenden. Hier steht die Schweiz im internationalen Vergleich nicht schlecht da. Entscheidend ist aus unserer Sicht, dass die Politik gemeinnützigen Institutionen im Rahmen von Sparprogrammen nicht noch mehr Mittel entzieht und damit den Druck auf das Fundraising verstärkt. Das gilt im Übrigen nicht nur für Hilfswerke. Auch Museen, Schulen und Universitäten sind wegen des allgemeinen Spardrucks im Bildungsbereich vermehrt im Fundraising tätig. Das ist nicht nur unter dem Aspekt wachsender Konkurrenzierung, sondern auch grundsätzlich, das heisst staats- und sozialpolitisch bedenklich. – Überdies ist es für unsere Mitglieder und die gemeinnützigen Organisationen, in denen sie tätig sind, sehr wichtig, dass sie von erleichterten Bedingungen und reduzierten Gebühren der Post profitieren können. Leider ist auch hier in den letzten Jahren eine Verschlechterung der Konditionen zu beobachten.

Welches ist Ihr Ziel für 2014?

Wir begehen in einem Jahr das 20-Jahr-Jubiläum unseres Bestehens. Statt grosser Feiern wollen wir im Blick auf unsere Mitglieder

und unsere Aktivitäten organisch und stetig weiterwachsen. Wir sind daran, unsere Zusammenarbeit mit den Fundraising-Berufsorganisationen in Europa und im benachbarten Ausland zu vertiefen. Dasselbe gilt für Organisationen und Verbände in der Schweiz, die in verwandten Bereichen tätig sind wie Kommunikation oder Marketing. Man wird in den nächsten Jahren neben qualifizierter beruflicher Fort- und Weiterbildung auch von uns hören, wenn es um Projekte geht, durch die das empirische Wissen rund um den Spendenmarkt Schweiz verbessert werden soll. Letztlich wollen wir einen Beitrag dazu leisten, dass in unserer Gesellschaft das Spenden als wichtige soziale Tätigkeit aufrechterhalten und vertieft wird. ☐

Swissfundraising

Swissfundraising ist als Verband der Fundraiserinnen und Fundraiser (gegründet 1995) im Bereich «Mittelbeschaffung» für Nonprofit-Organisationen in der Schweiz massgebend und anerkannt in Europa. Ihm gehören rund 550 Mitglieder an, und er ist führend in der beruflichen und persönlichen Aus- und Weiterbildung der Fundraiser. Swissfundraising bildet die Plattform zur Interessenvertretung für Fundraiser und Nonprofit-Organisationen in der Schweiz. Jedes Jahr veranstaltet der Verband den SwissFundraisingDay (diesmal am 5. Juni 2014), den bedeutendsten Event der Fundraising-Szene in der Schweiz. Mehr Informationen auf www.swissfundraising.org.

ANZEIGE

«ELVIS»

der Erfolgsroman von «persönlich»-Chefredaktor Matthias Ackeret

Eine selbstironische Abrechnung mit dem Medienmilieu.
Zu bestellen unter: buchverlag@meierbuchverlag.ch

«Gnadenlos unterhaltend» Martin Walser im Südkurier und auf youtube.
«Gute Arbeit, Matthias Ackeret!» Der Spiegel

