

EINE BEILAGE VON

swissfundraising+

NEWS

Strategisch in die Zukunft

EDITORIAL



> **Roger Tinner,**
Geschäftsführer
Swissfundraising

Die langjährigen Mitglieder von Swissfundraising erinnern sich noch an das «Fund-Info», die Mitgliederzeitschrift früherer Jahre, die es seit längerer Zeit nicht mehr gibt. Warum lancieren wir jetzt – im Zeitalter des auch von Swissfundraising immer stärker genutzten Web 2.0 – wieder ein gedrucktes Kommunikationsmittel?

Ganz einfach: Wir wollen die Möglichkeit nutzen, wichtige Themen und Projekte zu vertiefen und – dank der Beilage zum Fundraiser-Magazin – damit ganz direkt zu Ihnen als Mitglied zu gelangen. Schliesslich ist das Direct Mailing auch bei Ihnen nach wie vor ein beliebtes Instrument, oder?

Für 2013 und die folgenden Jahre hat sich Swissfundraising viel vorgenommen. Der Vorstand um Präsident Odilo Noti (Caritas) hat hierzu einen Strategieplan erarbeitet.

«Wir haben uns viel vorgenommen. Das wissen wir. Aber wir sind uns im Vorstand auch sehr sicher, dass wir viel erreichen können. Aber wir brauchen dafür auch engagierte Mitglieder, die sich einbringen, um mit uns das Fundraising in der Schweiz voran zu bringen.» So kommentiert Präsident Odilo Noti die verabschiedete Strategie samt Businessplan, die bereits an der GV im April präsentiert wurde. Die wichtigsten Massnahmen wurden in fünf Bereichen zusammengefasst:

- Partnerschaften stärken
- Mitglieder aktivieren
- Berufsbild verbessern
- Finanzierung ausbauen und vergrössern
- Strukturen anpassen

Für die einzelnen Bereiche wurden darüber hinaus auch konkrete Massnahmen verabschiedet. Bei den Partnerschaften etwa wird es neben dieser Beilage im Fundraiser-Magazin voraussichtlich eine Kooperation mit dem Fachmagazin «persönlich» geben. Jedes Swissfundraising-Mitglied wird die zehn Ausgaben des Schweizer Wirtschaftsmagazins für Kommunikation gratis frei Haus geliefert bekommen.

Mehr Dialog

Eine grosse Priorität liegt auf einer stärkeren inhaltlichen Kommunikation im World Wide Web. Geschäftsführer Roger Tinner: «Wir möchten den Dialog mit unseren Mitgliedern ausweiten und das in erster Linie über eine stärkere Präsenz auf unserer eigenen Webseite sowie in Social Media-Kanälen.» Der Swissfundraising-Vorstand wünscht sich auch, dass sich für wichtige Projekte Arbeitsgruppen finden. So hat eine erste Gruppe bereits den für 2014 geplanten Swissfundraising-Award konzeptionell erarbeitet.

(Fortsetzung Seite 2)

(Fortsetzung von Seite 1)

Natürlich gehört auch die Reaktivierung der Treffen für FundraiserInnen aus dem Berufsregister zu diesem Bereich.

Das Berufsbild soll verbessert werden - auch wenn dies natürlich ein sehr schwer zu fassender Bereich ist. Geplante Massnahmen für 2013/2014 sind: Lohnvergleichsstudie, Swissfundraising-Award und die Ausweitung der Swissfundraising-Seminare.

Selbstfinanziert

Swissfundraising finanziert sich in erster Linie aus den Beiträgen der Mitglieder sowie aus den Seminaren und sonstigen Veranstaltungen. Hier soll ein Ausbau stattfinden, so dass z.B. auch das neu geschaffene 40%-Mandat des Projektleiters sich ab dem kommenden Jahr grösstenteils aus den Mehreinnahmen finanziert. Dazu soll die Mitgliederzahl von derzeit 500 auf 550 erhöht werden. Zudem sind Mehreinnahmen beim Sponsoring geplant.

Die wichtigste Ergänzung bei der Anpassung der Strukturen war die Erweiterung der Geschäftsstelle mit einem Fundraising-Profi.

Falls Sie Fragen, Wünsche oder Anregungen zum strategischen Plan haben, mailen Sie direkt an info@swissfundraising.org.

Video-TV für Swissfundraising

Das Medium Video gewinnt in der Kommunikation an Bedeutung. Nun verfügt auch Swissfundraising über einen Videokanal auf youtube, und zwar unter dem Namen «SwissfundraisingTV».

Immer mehr Unternehmen und Organisationen initiieren ihren eigenen Video-Kanal und verbreiten kurze und längere Beiträge, um Kunden und SpenderInnen zu informieren. Auch Swissfundraising ist seit einigen Monaten mit dabei: SwissfundraisingTV heisst der YouTube-Kanal, auf dem über Fundraising-Themen aus der Schweiz in Video-Format berichtet wird. Expertinnen und Experten erläutern und beantworten

in Kurzform eine oder mehrere spezielle Fragen.

Auf Themen-Suche

Ins Leben gerufen hat den Kanal Jan Uekermann, Swissfundraising-Projektleiter. Er bringt Video- und YouTube-Erfahrung mit, da er seit 2011 von (inter)nationalen Konferenzen mit seinem www.FUNDCAST.info berichtet.

Jetzt ist er ständig auf der Suche nach interessanten, spannenden, vielleicht auch mal kuriosen Fundraising-Stories. Falls Sie ein Thema haben, melden Sie sich bitte bei Jan Uekermann. Er kommt dann auch bei Ihnen vorbei und bringt seine Kamera mit. Kontakt: jan.uekermann@swissfundraising.org.



«Vieles läuft gleich, aber es gibt feine Unterschiede»

Seit Anfang Jahr arbeitet Jan Uekermann als Projektleiter mit einem 40-Prozent-Pensum bei Swissfundraising. Ein Interview.

Jan, wie gefällt Dir die neue Aufgabe bei Swissfundraising?

Als ich auf der Suche nach einer neuen Herausforderung war, kreuzte auch diese Möglichkeit meinen Weg. Die Aufgaben bei Swissfundraising sind sehr unterschiedlich – von Mitgliedergewinnung über inhaltliche Kommunikation bis hin zur Betreuung von Projekten wie dem Direct Mail Panel oder der Neukonzipierung des Swissfundraising-Award. Das sind spannende Projekte, die viele Facetten des Fundraisings ansprechen. Das finde ich klasse!

Wie sind Deine ersten Eindrücke von der Schweiz und speziell dem Fundraising hier?

Obwohl ich die letzten Jahre sehr nah an der Schweiz wohnte, war ich nicht oft hier. Warum? Keine Ahnung... Aber jetzt darf ich hier sogar leben und ich habe mich – oh je, das klingt jetzt vielleicht kitschig – sofort verliebt. Die Ruhe, die Freundlichkeit, die Zufriedenheit... die Berge – wir haben auch Wald direkt hinterm Haus. Sehr schön!

Das Fundraising ist für mich natürlich neu hier. Obwohl ich über elf Jahre Erfahrung habe ist es für mich wie ein «Zurück auf Los!». Ich möchte speziell im ersten Jahr das Fundraising hier kennenlernen. Vieles läuft auch gleich, wie ich schon festgestellt habe, aber es gibt eben auch feine Unterschiede...

...die da wären?

Na zum Beispiel in der Ansprache von Grossspendern, oder -gönnern, wie wir ja hier sagen.

Du hast ein 40-Prozent-Mandat bei Swissfundraising. Was machst Du in der restlichen Zeit?

In diesem Jahr läuft der erste Kurs von Dr. Marita Haibach und mir mit unserem Major Giving Institute. Ich möchte auch noch aktiv Fundraising machen, um nah in der Praxis zu bleiben. Das mache ich aktuell z.B. für das Geburtshaus Delphys in Zürich, wo unser Leo auf die Welt kam. Ich bin froh, viel Zeit im Home-Office und damit nah an meiner Familie zu sein.

Ein Abschlusswort?

Ich wünsche mir, dass ich viele Fundraiserinnen und Fundraiser treffen und sprechen kann. Wer einen Austausch wünscht oder Anregungen hat: bitte melden!



Erst seit kurzem in der Schweiz

Seit Ende letzten Jahres ist Zürich der neue Lebensmittelpunkt für Jan Uekermann. Hier kam im November auch sein Sohn Leo auf die Welt. Der 32-jährige Fundraiser hatte zuvor zehn Jahre beim internationalen Kinderhilfswerk nph deutschland e.V. (früher Unsere kleinen Brüder und Schwestern) in Karlsruhe verschiedene Positionen im Fundraising inne gehabt, u.a. verantwortete er das Grossgönner-Fundraising und gehörte zur Leitung Fundraising. Nach einer Auszeit in Asien zog er nach Zürich. Von hier aus ist er jetzt auch als Projektleiter für Swissfundraising aktiv.

DM Panel: Sind Ihre Mailings wirklich gut?

Das Direct Mail Panel von Swissfundraising erlaubt den Vergleich eigener Aktionen mit Ergebnissen anderer Organisationen. Mit nur 300 Franken Jahresbeitrag können auch Sie dieses Instrument nutzen.

Das von der Schweizer Post als Sponsor unterstützte Direct Mail Panel erlaubt es, Direct Mailings und deren Erfolg im Vergleich mit dem Markt und aktuellen Kennzahlen besser zu beurteilen. Bereits über dreissig NPO nutzen dieses elektronische Tool, zu dem auch Organisationen Zugang haben, die kein Mitglied bei Swissfundraising haben.

Vertraulich und nützlich

Das Tool gewährleistet höchste Vertraulichkeit – jede Organisation sieht nur die eigenen Zahlen im Vergleich zum Gesamtmarkt, und auch Swissfundraising hat keinen Zugriff auf die von den NPO selbst erfassten Zahlen. Jede teilnehmende NPO verpflichtet sich, die eigenen DM-Aktionen (Datum, Auflage, Art der Aktion, Response-Quote) jeden Monat vollständig online zu erfassen und damit die eigenen Werte (anonym) in die Gesamtzahl bzw. in die Abbildung des Gesamtmarktes einzu-

bringen. Für den Benchmark werden die Eingaben automatisch in Beziehung zu Summen und Mittelwerten der Zahlen aller teilnehmenden NPO gesetzt. Als unabhängiger Provider für die Datenplattform fungiert die Dynelytics (früher SPSS Schweiz AG) in Zürich.

Wenig Aufwand

Das Einpflegen Ihrer Daten in das Direct Mail Panel kostet einen geringen Aufwand. Maximal sollten Sie etwa 20 Minuten veranschlagen, um Ihre vorhandenen Kennzahlen einzutragen. Natürlich geht erst dann die Arbeit los: indem Sie Ihre Ergebnisse mit denen anderer Organisationen vergleichen und so feststellen werden, wie Ihre Mailings im Vergleich mit anderen laufen.

Auswertung für Planung

Ein Benchmark-Tool kann natürlich immer nur rückwirkend Aussagen treffen. Genau diese Kennzahlen werden Sie allerdings bei der Planung von kommenden Aktionen unterstützen. Aktuell liefert Ihnen das Direct Mail Panel Zahlen und Fakten zur Anzahl Aktionen, zu Auflagen, Responsequote und Durchschnittsspende. Diese Kennzahlen werden jeweils betrachtet nach den verschiedenen Instrumenten Inhouse, Outhouse und Streuwurf. Darüber

hinaus erhalten Sie auch Informationen darüber, welche Adresslisten von welchen Anbietern wie genutzt und angeschrieben wurden – und natürlich: mit welchen Ergebnissen.

Sie haben Fragen? Gerne können Sie mit uns einen Termin vereinbaren, dann zeigen wir Ihnen das Direct Mail Panel direkt bei Ihnen im Büro. Oder Sie sind bereits davon überzeugt, dass ein Benchmark-Tool auch Ihre Aussagen und Argumente mit den Direct Mails unterstützen kann? Bitte kontaktieren Sie Jan Uekermann, der Ihre Anfrage gerne beantwortet wird: Telefon 079 193 88 07 oder E-Mail jan.uekermann@swissfundraising.org.

IMPRESSUM

Herausgeber

Swissfundraising, Oberer Graben 12, Postfach 20, 9001 St.Gallen, info@swissfundraising.org, www.swissfundraising.org

Redaktion

Roger Tinner, Geschäftsführer Swissfundraising, roger.tinner@swissfundraising.org; Jan Uekermann, Projektleiter Swissfundraising, jan.uekermann@swissfundraising.org

Erscheint als Beilage zum Fundraiser-Magazin

swissfundraising 