

EINE BEILAGE VON

swissfundraising+

# NEWS

## Direct Mail Panel: Austausch mit Sinn

EDITORIAL



› **Roger Tinner,**  
Geschäftsführer  
Swissfundraising

Rund dreissig NPO nutzen bisher das Direct Mail Panel von Swissfundraising, das einen direkten Vergleich der eigenen Kennzahlen (Responsequote, Durchschnittsspende etc.) bei Direct Mail-Aktionen mit Mittelwerten der anderen NPO erlaubt. Nun wollen auch Deutschland und Österreich dieses Tool übernehmen und ihren NPO anbieten. Ein schöner Erfolg für Swissfundraising und jene Verbandsmitglieder, die vor mehreren Jahren angeregt haben, dieses Benchmark-Instrument zu schaffen. Mit wenig Aufwand eigene Ergebnisse mit anderen zu vergleichen und zu diskutieren, das schafft Mehrwert!

Bereits 28 Organisationen nutzen das Direct Mail Panel. Mehr als ein Dutzend Direktmarketing-Verantwortliche tauschen in einer neu gegründeten Fachgruppe offen und ehrlich Erfahrungen und Zahlen aus. Beides schafft Vergleichbarkeit bei Auswertungen und Orientierung für Planungen.

Spenderbriefe auf Papier für ein breites Publikum, meist Mailings genannt, sind und bleiben ein wichtiges Instrument für die Kommunikation von Nonprofit-Organisationen; für nicht wenige von ihnen bilden sie das wichtigste Finanzierungs-Standbein. Allerdings müssen sie sich heute gegen andere Werkzeuge behaupten – mindestens in der Einbildung der Kollegen, die sie z.B. gerne durch rein elektronische Kampagnen ersetzen möchten.

Tatsächlich registrieren nicht wenige Direktmarketing-Verantwortliche Veränderungen im Verhalten ihrer Spendenden und die Konkurrenz elektronischer Medien um Aufmerksamkeit. Sie haben es bei der Auswertung von Mailings mit Resultaten zu tun, die schwierig zu lösende Fragen aufwerfen: liegt eine unerwartete Rücklaufquote an einem unpassenden Brief, an der Jahreszeit oder an weiteren Einflüssen? Wie geht es anderen?

Das Direct Mail Panel erlaubt es, eigene Kennzahlen zu erfassen, mit dem Markt zu vergleichen und damit besser zu beurteilen, wo Budgets zu investieren sind. Eigen- und Fremdadressen, adressierte Sendungen und Streuwürfe, Sprachen, Auflagen, Spendenvolumen, Rücklauf und Durchschnittsspende sind im Panel erfasste Faktoren. Bereits 28 NPO speisen Daten ein und profitieren von den daraus berechneten Statistiken. Zugelassen sind Organisationen mit Zewo-Gütesiegel und Mitglieder von Swissfundraising.

(Fortsetzung auf Seite 4)

# «Den Wendepunkt vom Print zum Digitalen nicht verpassen»

Odilo Noti, Leiter Kommunikation und Fundraising bei Caritas Schweiz, präsidiert Swissfundraising. Im Gespräch mit uns schildert er, wie er zum Fundraising kam und wieso er sich im Verband fürs Fundraising engagiert.

*Wie bist Du zum Fundraising gekommen?*

Die ersten Fundraising-Aktionen unternahm ich als Jugendlicher. Unser Jugendverein hat regelmässig Filmzyklen organisiert. Natürlich wollten wir in unserem Alpenstädtchen Brig gutes Kino machen. Wir wollten damit aber auch, das war ein wesentlicher Nebenzweck, die Aktivitäten unseres Jugendvereins finanzieren. Später habe ich dann als Präsident eines Genossenschaftsverlages immer wieder Fundraising betrieben für die Produktion von gesellschaftskritischen theologischen Fachbüchern. Das Wort «Verleger» stammt ja aus der Redewendung: «Ich bin um Geld verle-gen.» Schliesslich habe ich als Theologe ein affines Verhältnis zum Fundraising: Gutes zeitgenössisches Fundraising ist nichts anderes als die Fortsetzung der Tradition der mittelalterlichen Bettelmönche mit anderen Mitteln.



*Odilo Noti, Präsident von Swissfundraising am SwissFundraisingDay.*

*Warum engagierst Du Dich bei Swissfundraising?*

Weil ich gefragt wurde. – Natürlich habe ich aufgrund meiner Überzeugung zugesagt, weil ich die Ziele von Swissfundraising für sehr wichtig halte. Ich glaube aber, dass wir als Verband unsere Mitglieder immer wieder zur Mitarbeit bei konkreten Projekten einladen sollten. Trotz des Berufsstresses, der mittlerweile auch in den gemeinnützigen Organisationen Einzug gehalten hat, ist die

Bereitschaft von Kolleginnen und Kollegen zum ehrenamtlichen Engagement sehr gross. Wir müssen sie nur fragen. Und der Verband profitiert vom Reichtum der Erfahrungen und Kompetenzen.

*Was sollte unbedingt für das Fundraising in der Schweiz verbessert werden?*

Als Berufsorganisation will Swissfundraising auch eine Plattform sein, die den Fach- und Erfahrungsaus-

tausch unter Kolleginnen und Kollegen befördert. Gemeinsames Lernen aus Erfolgen und Misserfolgen ist für die Professionalisierung des Fundraising unverzichtbar. Natürlich ist für diesen Austausch Vertrauen Voraussetzung. Oder es braucht Spielregeln für den Umgang mit vertraulichen Daten. Die Grundfrage aber ist doch diese: Was dominiert in unserem Mind Setting? Verstehen wir uns primär als Konkurrenten oder als Akteure eines gemeinsamen Projekts, nämlich der Gemeinnützigkeit? Ich vertrete klar das Letztere. Gemeinsame Interessen und Chancen zu erkennen, da dürften wir noch einiges zulegen. «Aufgeklärtes Eigeninteresse» nennt man das heute auch. Viele Organisationen kreisen noch zu sehr um den Mittelpunkt ihres eigenen, gar kleinen Universums.

### ***Welches sind die drei wichtigsten Fundraising-Instrumente der kommenden Jahre?***

Im Bereich des Privaten Fundraising bleibt das Direct Marketing nach wie vor die Nummer eins – obwohl Tony Elischer vor Jahrzehnten schon den Tod des Direct Marketings auf das Jahr 2010 festgelegt hat. Auch das Fundraising bei Institutionen – Stiftungen und Firmen – wird für viele Organisationen an Bedeutung noch zunehmen. Und schliesslich gilt: Obwohl die «digitale Fundraising-Revolution» immer noch nicht stattgefunden hat, wie kürzlich am Internationalen Fundraising-Kongress in Amsterdam angemerkt wurde, müssen wir in diesem Bereich präsent sein. Es darf uns nicht erge-

hen wie dem deutschen Kaiser Wilhelm II, der 1905 gesagt haben soll: «Das Auto ist eine vorübergehende Erscheinung. Die Zukunft gehört dem Pferd.» Aus heutiger Sicht mögen wir uns über den Kaiser mokieren. Zu seiner Zeit lagen die Verhältnisse nicht so offensichtlich zu Tage. Tatsächlich nahmen die Zucht und der Einsatz von Pferden, insbesondere in den Städten, massiv zu. Man denke etwa an die Strassenbahnen, die damals alle von Pferden gezogen wurden, oder an das Transportwesen überhaupt. Erst ab 1920 – da hatte der Kaiser schon längst (nicht freiwillig) demissioniert – erfuhr das Auto als Verkehrs- und Transportmittel einen exponentiellen Aufschwung und degradierte das Pferd ausserhalb der Landwirtschaft zum Freizeit-Vehikel. Wir dürften uns in Sachen E-Fundraising in einer analogen Situation befinden. Deshalb sollten wir den Wendepunkt vom Print zum Digitalen nicht verpassen. Das ist anspruchsvoll.

### ***Warum sollte jemand eine/n Kollegin/Kollegen dafür gewinnen, Mitglied bei Swissfundraising zu werden?***

Das bedarf eigentlich keiner Erläuterung. Es ist evident. Wer Verbandsmitglied ist, weil er in seiner Mitgliedschaft einen Nutzen und eine Verpflichtung sieht, der möchte auch andere daran teilhaben lassen – sowohl am Nutzen als auch an der Verpflichtung.

## **Swissfundraising-Seminar: Gross-Spender-Gespräche und Spender-Mehrwerte**

Alexandra Ripken bietet einen leistungsstarken Fundraisingansatz, der durch Strategieentwicklung und Vertrieb geprägt ist. Im Zentrum steht hier das Fundraisinggespräch mit dem spenderindividuellen Mehrwert-Angebot. Dieses Seminar richtet sich gerade an Fundraiserinnen und Fundraiser aus regional arbeitenden NPO, für die das persönliche Gespräch mit Grossspendern der Treiber für spürbare Fundraisingserfolge ist oder werden könnte. Der Trainingstag nimmt den Teilnehmern die Angst vor diesen Grossspender-Gesprächen, indem sie dort Methoden und Instrumente aus der Verkaufsschulung kennenlernen und sofort auf ihr mitgebrachtes Beispiel anwenden. Ziel des Tages ist, dass jeder Teilnehmer für sein anstehendes Fundraisinggespräch das spezifische Mehrwert-Angebot für seinen Spender definiert und sein Drehbuch für den Gesprächsverlauf formuliert.

Das Seminar findet am 2. Dezember in Basel statt – weitere Informationen und Anmeldung über [www.swissfundraising.org](http://www.swissfundraising.org).

(Fortsetzung von Seite 1)

Dank einem grosszügigen Sponsoring der Schweizerischen Post ist die Teilnahmegebühr auf 300 Franken jährlich gesunken. Damit erhalten auch kleine Organisationen günstigen Zugang. Ein 5-Minuten-Video auf [www.swissfundraising.org](http://www.swissfundraising.org) gibt Einblick in die Funktionen des Panels. Als kostenloses Angebot hinzugekommen ist im Frühsommer dieses Jahres die DM-Fachgruppe. Moderiert von Swissfundraising treffen sich Direktmarketing-Fundraiserinnen und -Fundraiser zum Austausch über das Panel und über Konzeptionen ihres Spezialgebiets. Sie brachten am Gründungstreffen 123 Jahre Direktmarketing-Erfahrung ein, pro Person durchschnittlich mehr als 8 Jahre. Der Spätsommer-Austausch diente beispielsweise der Analyse aktueller crossmedialer Kampagnen. Die dafür Verantwortlichen gaben offen Einblick in Aufwand- und Ertragszahlen,

Erfolge und Experimente. Ein nächstes Treffen wird einen Überblick über automatische Adressaktualisierungs-Dienstleistungen schaffen; hier lancieren mehrere Unternehmen neue Produkte. Hauptthema werden aber Strategien für die Reaktivierung von inaktiven Spenderinnen und Spendern darstellen. In die Fachgruppe einzusteigen ist für Mitarbeitende von DM-Panel-Organisationen noch möglich. Da der Austausch aber «intime» Einsichten bietet, soll er wechselseitig und gleichberechtigt erfolgen. Wer davon profitieren will, ist gehalten, einigermaßen regelmässig den Treffen (zwei halbe Tage pro Jahr) zu folgen und selber Inhalte beizutragen. Die Gruppe hat Mitarbeitende von Dienstleistungsfirmen ausgeschlossen; hier diskutieren also NPO-Mitarbeitende unter sich.

Andreas Cueni

## Wichtige Termine

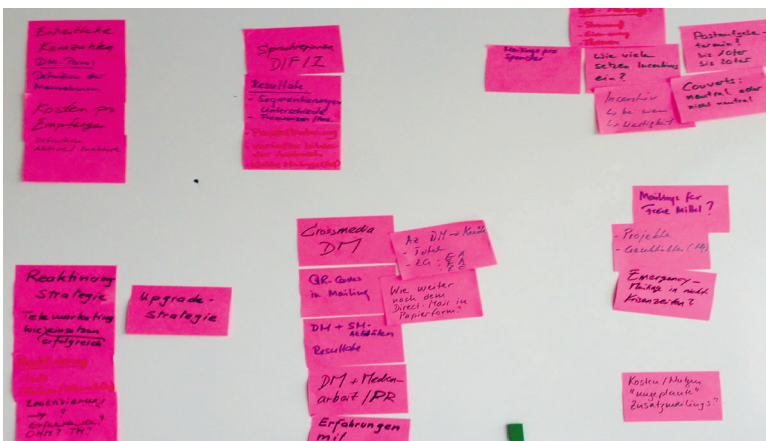
Einige wichtige Termine für 2015 stehen bereits fest. Bitte notieren Sie sich diese schon heute in Ihrer Agenda:

**Swissfundraising-GV**  
5. Mai 2015 in Zürich

**SwissFundraisingDay**  
25. Juni 2015 in Bern

**Journées de formation**  
2./3. Oktober 2015 in Lausanne

Die Termine der Swissfundraising-Erfa-Treffs, der Swissfundraising-BR-Treffen und der Swissfundraising-Seminare werden wir im Januar auf [www.swissfundraising.org](http://www.swissfundraising.org) publizieren. Dort können Sie auch unseren Newsletter abonnieren.



Gemeinsame Themen im DM: Das diskutiert die Fachgruppe.

## IMPRESSUM

### Herausgeber

Swissfundraising, Oberer Graben 12,  
Postfach 20, 9001 St.Gallen, [info@swissfundraising.org](mailto:info@swissfundraising.org), [www.swissfundraising.org](http://www.swissfundraising.org)

### Redaktion

Roger Tinner, Geschäftsführer Swissfundraising,  
[roger.tinner@swissfundraising.org](mailto:roger.tinner@swissfundraising.org);  
Andreas Cueni, Projektleiter Swissfundraising,  
[andreas.cueni@swissfundraising.org](mailto:andreas.cueni@swissfundraising.org)

Erscheint als Beilage zum Fundraiser-Magazin