

## Swissfundraising

# Fundraising in der Romandie – was uns in der Deutschschweiz entgeht

Der Swissfundraising-Spenden- und Imagebarometer zeigt Unterschiede im Spendenverhalten von Deutsch- und Westschweizer Haushalten auf. Wie zeigen sich diese in der täglichen Praxis? Berücksichtigen Organisationen Präferenzen der Sprachregionen in ihrer Kommunikation mit den Spendenden? «persönlich» sprach mit Fundraising-Spezialisten aus der Romandie: Barbara Crole, Vincent Maunoury und Kevin Luximon.

Interview und Übersetzung: **Andreas Cueni** Bilder: **zVg**

## Deutsch- und Westschweiz – was kommt Ihnen dazu spontan aus Ihrer beruflichen Praxis in den Sinn?

**Vincent Maunoury:** Der Romand macht sehr schnell kleinere Spenden, auch wenn er mehr leisten könnte. Im Gegensatz dazu nimmt sich der Deutschschweizer mehr Zeit, und dann ist seine Spende bedeutender. Ich spreche jetzt von grösseren Gönnern: Wir von Terre des hommes Kinderhilfe versuchen hier unsere Kommunikation den Zielgruppen anzupassen.

**Kevin Luximon:** Ja, die Romands neigen dazu, sich direkt in ihrem Alltag solidarisch zu engagieren, und wie die eidgenössischen Abstammungen oft zeigen, spielt für sie der Staat eine wichtigere Rolle als in der Deutschschweiz. Das hat Konsequenzen. Fundraising in der Romandie zu betreiben, heisst, grösser zu denken: Die Gönner in Projekte und nicht monetäre Aktivitäten zu integrieren ist herausfordernder, hat aber einen gesteigerten Einfluss auf ihr Bewusstsein.

## Westschweizer Haushalte deklarieren in den Erhebungen von Swissfundraising geringere Summen, die sie in Spenden investieren.

**Vincent Maunoury:** Der Lohnunterschied ist ein Problem in der Romandie, denn der Wille zu helfen ist in der Westschweiz sehr stark. Philanthropie ist auch eine Frage der Erziehung und der Tradition – wir selber erleben sie in der Romandie als stärker verankert. Wir müssen akzeptieren, dass die Deutsch-

schweizer länger brauchen, um philanthropische Werte in ihr Wesen zu integrieren. Für uns von Terre des hommes Kinderhilfe ist es schwierig, Aussagen über Philanthropen in der Deutschschweiz zu machen, weil wir sie noch nicht entdeckt haben.

**Kevin Luximon:** Ich bin mit Vincent einverstanden. Dieser Unterschied reflektiert die sozioökonomischen Strukturen der beiden Regionen. Danach muss man alles in einem internationalen Kontext betrachten. Die Schweiz bleibt mit Blick auf das Fundraising ein gelobtes Land. Die durchschnittliche Spendensumme pro Einwohner ist höher als in vielen anderen Ländern. Die Konzentration grosser Vermögen und Stiftungen ist aussergewöhnlich. Genf ist auf Platz acht weltweit, was die Zahl der Multimillionäre betrifft vor Zürich. Und zwanzig Prozent der Schweizer Stiftungen sind am Genfersee-Bogen zu Hause.

## Bestätigen sich die Befragungsergebnisse in den Ergebnissen Ihrer Fundraising-Kampagnen?

**Vincent Maunoury:** Absolut! Die Unsicherheit der Finanzmärkte und der Arbeitsplätze, der starke Franken und so weiter, haben die Gewohnheiten der Spender durcheinandergebracht. Ausserdem hat sich bei uns aufs Spenden ausgewirkt, dass wir 2016 weniger neue humanitäre Krisen sahen oder die bestehenden Krisen wie in Syrien oder im Sudan und auch die Flüchtlingsfrage weniger emotional erlebten.

**Kevin Luximon:** Aus meiner Sicht sind das zyklische Bewegungen beim Spenden. Nach zehn Jahren Fundraising beobachte ich, dass die Fundraising-Zyklen einerseits den sozioökonomischen Bewegungen zeitversetzt folgen und dass sie andererseits nicht synchron in allen Regionen und Kommunikationskanälen ablaufen. Ich denke, wir müssen nicht panisch reagieren, sondern uns auf strukturelle Phänomene konzentrieren, wie Veränderungen bei der Gesetzgebung und Besteuerung sowie die Erhaltung einer Tradition der Philanthropie bei den Bürgerinnen und Bürgern.

## Was sind Ihre Herausforderungen bei der Kommunikation in der deutschen Sprachregion?

**Vincent Maunoury:** In erster Linie stehen wir vor der Aufgabe, qualifiziertes Personal zu finden, das zweisprachig ist, die Sensibilitäten der Deutschschweizer kennt und in der Romandie wohnt. Dann müssen Agenturen gefunden werden, die unsere Kriterien erfüllen.

## Verwenden Sie je nach Landesteil andere Inhalte, Argumente oder Medien?

**Kevin Luximon:** Ja, klar. Die Projekte, die wir beispielsweise grossen Gönnern vorlegen, können je nach lokalen Vorlieben variieren. Geschichtliche, religiöse und kulturelle – besonders familiäre – Gegebenheiten spielen eine entscheidende Rolle, um Philanthropen für die Unterstützung eines Projekts zu gewinnen. Dieses Phänomen verstärken die Medien: Die Westschweizer Spender sind

öfter von einer Mischung lokaler Bedingungen und französischer wie auch anglophoner Medien beeinflusst. Die Kunst beim Fundraising besteht darin, aus diesem Puzzle einheimischer und ausländischer Teile eine personalisierte Ansprache zu generieren.

#### **Die Westschweiz ist auch Sitz internationaler Organisationen.**

**Vincent Maunoury:** Ja, aber im Fundraising bringt uns das wenig Vorteile. Das tangiert eher unsere organisationsinternen Kollegen, die die Vereinbarungen mit Institutionen wie der UNO treffen. Aber für die Netzwerkarbeit ist das zweifellos ein Plus.

**Kevin Luximon:** Ich arbeite heute mitten im Zentrum des internationalen Genf und stelle fest, dass da zwei verschiedene Welten in Kontakt kommen, mit je eigenen Codes, Netzwerken und Praktiken. Und dass sie sich oft ignorieren. Was die Finanzierung angeht, besonders diejenige über Institutionen, sind die internationalen Organisationen ein anderer Markt. Ihre Sichtbarkeit via Medien, Politik und bei der breiten Bevölkerung ist für sie sekundär – aber ihre Spendeneinnahmen sind bedeutend und entgehen meistens den offiziellen Statistiken des Schweizer Spendenmarkts. Nachdem ich mich jahrelang mit dem traditionellen Schweizer Markt beschäftigt habe, entdecke ich jetzt eine andere Art von Fundraising – eine internationalere und formellere. Das ist extrem motivierend!

#### **Swissfundraising ist der Berufsverband aller Fundraiserinnen und Fundraiser im Land – was leistet er mit Blick auf die Verbindung der Regionen?**

**Kevin Luximon:** Der Fundus an Fundraisern für den Verband ist in der Westschweiz natürlich kleiner, weil die Zahl der Arbeitsplätze beschränkter ist. Ein kleines Komitee ist jedoch extrem aktiv, um in unserem Landesteil Austausch- und Diskussionsmöglichkeiten zu schaffen. Diese ehrenamtliche und uneigennützig Arbeit ist bemerkenswert.


**Vincent Maunoury:** Ich bemerke Fortschritte beim Willen, für jede Sprachregion befriedigende Leistungsmodelle zu suchen. Alle meine zweisprachigen Kolleginnen und Kollegen haben dabei klar einen Vorteil: Sie stellen sich nicht einmal die Frage, wohin; sie

können an allen Veranstaltungen auf beiden Seiten der Saane teilnehmen. Swissfundraising arbeitet zurzeit an einer Partnerschaft mit dem französischen Fundraisingverband, um dessen Leistungen besonders den Romands, aber auch allen anderen Mitgliedern zugänglich zu machen.

#### **Welche Defizite wären zu beheben?**

**Vincent Maunoury:** Die verschiedenen Kulturen können wir einander näherbringen. Wir leben sozusagen mit der Globalisierung, also öffnen wir uns doch den jeweils anderen. So

könnten wir die unterschiedlichen Fundraising-Methodologien besser verstehen.

**Kevin Luximon:** Der Austausch ist entscheidend. Ich träume davon, dass die Fundraiser aus der Deutschschweiz ein paar Jahre hier bei uns arbeiten und wir umgekehrt bei ihnen. Ich habe das selber gemacht. Es verändert die Wahrnehmung: Statt den anderen Landesteil wie ein mehr oder weniger lukratives Marktsegment anzusehen, lässt es tiefer blicken und Unterschiede als kollektive Bereicherung begreifen. 

---

#### «Geschenkebeilagen und Einzelschicksale bewegen Romands mehr»

---

#### **Die Romandie-Fachleute**



**Kevin Luximon** ist seit 2015 Swissfundraising-Koordinator für die Westschweiz.

Beruflich war er Team- und Projektleiter im Fundraising – auf beiden Seiten des Röstigrabens – für mehrere Organisationen wie Médecins sans Frontières, Greenpeace oder Amnesty International.



**Vincent Maunoury** engagiert sich seit 2010 bei der Stiftung Terre des hommes Kinderhilfe Lausanne als Leiter Philanthropie und Nachlässe und ist seit 2016 Vorstandsmitglied von Swissfundraising.



**Barbara Crole** ist Dozentin für Fundraising, Buchautorin (zum Beispiel «Profi-Handbuch Fundraising», 3. Auflage 2016) und vor allem langjährige Beraterin für die Konzeption, Durchführung und Begleitung von Direct-Mail-Kampagnen. Sie ist in Lausanne

zu Hause und deutscher Muttersprache und das sind ihre Erkenntnisse zu den Unterschieden zwischen der Deutsch- und Westschweiz.

- Ich spreche aus der langjährigen Erfahrung mit einem Dutzend Organisationen der verschiedensten Ausrichtungen (Krankheitsbekämpfung, Forschung, Prävention, Tiere). Bei allen Organisationen haben wir immer die gleichen Texte in den drei Landessprachen an die Haushalte versandt. Die Ergebnisse waren in etwa gleich, sowohl vom Rücklauf als auch von der Durchschnittsspende her (im Tessin etwas niedriger).
- Wo sich ein messbarer Unterschied zwischen der Deutsch- und Westschweiz zeigte: In der Romandie reagiert man stärker auf Einzelschicksale. «Herzschmerzbriefe» zeigen dort bessere Ergebnisse.
- Es zeigte sich auch, dass Incentives, Geschenkebeilagen, in der Westschweiz den Rücklauf stärker steigerten und die Zahl der Spender, die diese nicht wollten, in der Deutschschweiz höher war.
- Die Unterschiede sind aber nicht signifikant genug, als dass es sich lohnen würde, differenziert nach Sprachen vorzugehen.
- Direct-Mail-Fundraising nimmt laufend neue Dimensionen an. Immer mehr Organisationen wollen es machen – das ist etwas beunruhigend. Meine Prognose ist, dass kleine lokale Organisationen zunehmend im Trend liegen – wie auch internationale Krisengebiete, obwohl dort eine gewisse Abstumpfung festzustellen ist.