

Swissfundraising

«Stiftungs-Fundraising ist ein typischer Quereinsteigerberuf – viele Wege führen dahin»

Am 1. Oktober war Tag der Stiftungen, im November lud ProFonds zum Schweizer Stiftungstag. Welche Erfahrungen machen Schweizer Fundraiser in ihrer Zusammenarbeit mit Förderstiftungen? Welche Empfehlungen geben sie dem Nachwuchs weiter? «persönlich» sprach mit Anita Baumgartner, Leiterin Individual Fundraising bei Helvetas.

Interview: **Andreas Cueni** Bild: **Sandra Genhart**

Frau Baumgartner, Zusammenarbeit mit Stiftungen – ist das auch hin und wieder lustig?

O ja, sehr sogar. Mit vielen Stiftungsvertretern, mit denen ich seit Jahren zusammenarbeite, habe ich einen sehr guten und offenen Austausch. Mit manchen kann man sehr gut über eine Anekdote lachen, etwa witzige Erlebnisse bei Projektbesuchen. Auch in meinem Team haben wir es zum Glück oft lustig.

«Im Gegensatz zu früher kann ich das Resultat meiner Überzeugungsarbeit in Zahlen messen.»

Aber im Alltag doch eher Routine und Mühsal als Haupteigenschaften Ihrer Tätigkeit?

Das sehe ich anders. Im Vordergrund stehen die vielen Highlights – etwa wenn es uns gelungen ist, eine Stiftung vom Sinn eines Projekts zu überzeugen und sie als Partner zu gewinnen. Das ist der grosse Unterschied zu meiner früheren Tätigkeit als Journalistin: Ich kann das Resultat meiner Überzeugungsarbeit in Zahlen messen. Dazu kommt das befriedigende Gefühl, dass dank unserer Arbeit Hunderttausende Menschen auf ihrem Weg zu einem selbstbestimmten und besseren Leben unterstützt werden können.

Was macht den Hauptteil Ihrer Arbeit aus? Wie verstehen Sie Ihre Rolle?

Unsere wichtigste Rolle ist die einer Vermittlerin zwischen unseren Fachleuten in den Projekten und den Vertretern der Geldgeber. Wir versuchen auf beiden Seiten Verständnis zu schaffen für die jeweiligen Erwartungen und Vorstellungen. Letztlich geht es darum, beide Seiten einander näherzubringen, sodass am Schluss alle zufrieden sind mit der Zusammenarbeit. Konkret besteht die Arbeit aus viel Lesen, Mitdenken, Schreiben und Kontaktpflegen – sowohl extern mit Stiftungsvertretern als auch intern mit unseren Projektverantwortlichen. Das Spannende für mich dabei ist, dass ich selber sehr viel über die unterschiedlichen Partnerländer und die thematischen Arbeitsbereiche von Helvetas lerne. Was ich zum Beispiel bereits über Wasserinfrastruktur, Bildungswesen oder Landwirtschaft gelernt habe, finde ich sehr bereichernd.

Sind die einzelnen Mitglieder Ihres Teams auf bestimmte Tätigkeiten spezialisiert?

Die Fundraiserinnen in meinem Team betreuen je ein Portfolio von institutionellen Geldgebern und privaten Grossspendern. Eine strikte Trennung zwischen Geldgeberkategorien ist je länger, je weniger sinnvoll. Eine Person kann im Stiftungsrat einer Stiftung sein, sie ist Entscheidungsträger in einer Firma und spendet vielleicht auch noch privat. Wenn diese Person unterschiedliche Ansprechpartner in der Organisation hat, dann ist das nicht zielführend.

Welche Eigenschaften und Fähigkeiten sollte ein Stiftungs-Fundraiser entwickeln?

Anita Baumgartner und die Verbände der Stiftungen

Anita Baumgartner arbeitet seit über zehn Jahren mit Förderstiftungen zusammen, zuerst als Verantwortliche für die Deutschschweiz von Médecins sans Frontières Schweiz, dann für Helvetas. Hier leitet sie unterdessen ein Team von sechs Fundraiserinnen, das zurzeit etwa zwölf Millionen Franken im Jahr sammelt.

Oft besteht wenig Klarheit über die Funktion der Verbände der «Stiftungen». Swissfoundations (www.swissfoundations.ch) ist der Zusammenschluss der Förderstiftungen. Er wendet sich vor allem an seine Mitglieder, bemüht sich um deren Weiterbildung und Entwicklung, wobei gut geführte und kommunikative Stiftungen den anderen als Vorbild dienen. Bei ProFonds (www.profonds.org) führen die Juristen; sie kämpfen für förderliche Rahmenbedingungen für Non-Profit-Organisationen, seien es Rechtsformen, Steuerregimes oder Rechnungslegungspflichten.

Beiden Verbänden gemeinsam ist eine vergleichsweise geringe Zahl von Mitgliedern. Es lohnt sich auch für spendensammelnde Organisationen, seien es Stiftungen oder Vereine, die Arbeit von ProFonds mitzutragen und umgekehrt von den Fachinformationen des Verbands und dessen Netzwerk zu profitieren.

Swissfoundations feierte den Europäischen Tag der Stiftungen am 1. Oktober, ProFonds veranstaltete als Schweizer Stiftungstag eine Tagung am 13. November. Sponsor beider Anlässe war stiftungschweiz.ch.



Anita Baumgartner im Gespräch mit Andreas Cueni.

Ich glaube, es braucht vor allem Geduld und einen langen Atem, aber auch Freude an Kontakten. Es ist ein Beruf, in dem man nicht alle paar Jahre den Arbeitgeber wechselt. Die Identifikation mit den Werten der Organisation und die Affinität für die Projekte, die man vertritt, sind wichtig. Sonst ist man für die Partner schnell nicht mehr glaubwürdig.

Unerlässlich ist auch, dass man in der Lage ist, ein komplexes Projekt einfach zu erklären. Es braucht schriftliche und mündliche Ausdrucksfähigkeit, aber auch Begeisterungsfähigkeit.

Man muss sich zudem anpassen können – in manchen Stiftungen gibt es Fachexperten, die es genau wissen wollen. Andere Stiftungsvertreter sind Laien, die sich eher von emotionalen Aspekten in der Entscheidungsfindung leiten lassen. Manche wollen knappe Berichte, andere sehr ausführliche und detaillierte. Man muss auf alle eingehen können. Und schliesslich ist eine gute Portion Frustrationstoleranz von Vorteil – denn natürlich kommt es auch vor, dass Gesuche abgelehnt werden. Dies darf man nicht persönlich nehmen.

Kann man sich diese Qualitäten aneignen?

Wie steigt frau ein, wo geht sie zur Schule?

Einen Teil der Eigenschaften kann man sich sicher aneignen, andere sind wohl eine Typfrage. Ich bin als ehemalige Journalistin und IKRK-Delegierte zufällig ins Fundraising gerutscht, weil ich in der internationalen Zusammenarbeit bleiben wollte und über Kontakte erfuhr, dass bei MSF eine Aushilfe gesucht wurde. Eigentlich hatte ich vor, so schnell wie möglich in die Kommunikation zu wechseln. Aber als es so weit war, hatte ich bereits gemerkt, dass das Grossspenden-Fundraising für mich interessanter ist. Um besser gerüstet zu sein, habe ich dann den Diplomlehrgang Fundraising-Management an der ZHAW absolviert. Grundsätzlich ist Stiftungs-Fundraiser ein typischer Quereinsteigerberuf. Viele Wege führen dahin.

Ihr Team besteht ausschliesslich aus Frauen.

Welche Absicht steckt dahinter?

Keine, das ist purer Zufall. Es gab in den letzten Rekrutierungsrunden leider keine

Männer, die die notwendigen Anforderungen erfüllten. Ich hoffe auf das nächste Mal. Das Angebot an erfahrenen Grossspenden-Fundraisern ist leider immer noch sehr klein. Allerdings habe ich schon den Eindruck, dass gewisse der angesprochenen Eigenschaften bei Frauen häufiger zu finden sind als bei Männern.

Sie haben am Stiftungstag vom 13. November zu den Stiftungen gesprochen. Was haben Sie ihnen mitzugeben versucht?

Vergabestiftungen und gemeinnützige Organisationen haben sich in den letzten zehn Jahren stark aufeinander zubewegt. Zentral ist für mich, dass sich Geldgeber und Empfänger als gleichwertige Partner begegnen, die ein gemeinsames Ziel erreichen wollen. Dazu braucht es einen offenen Dialog und regelmässigen Austausch auf gleicher Augenhöhe. Das schafft Vertrauen und erspart Reibungsverluste. Wichtig ist mir, dass die gemeinsame Zielerreichung im Fokus steht und diese nicht durch einschränkende Rahmenbedingungen er-

schwert wird, wie etwa starre Vorgaben bei der Berichterstattung. Wenn wir zum Beispiel für dasselbe Projekt für unterschiedliche Geldgeber unterschiedliche Berichte und Abrechnungen schreiben müssen, geht das zulasten der konkreten Projektarbeit.

Was wollen Sie Ihren Kolleginnen und Kollegen von Swissfundraising noch mitgeben?

Ich würde mich freuen, wenn sich mehr Leute für den Beruf Stiftungs- oder allgemein Grosspenden-Fundraising begeistern würden. Ich habe in den ersten Berufsjahren ungerne gesagt, dass ich Fundraiserin bin. Heute bin ich stolz auf meine Arbeit. Ich hoffe, dass das angelsächsische «proud to be a fundraiser» auch bei uns Verbreitung findet. Denn ich glaube, dass wir eine sehr wichtige und schöne Arbeit leisten. □

Neue Stiftungsplattform StiftungSchweiz.ch

Ein Jahrzehnt alt sind die Bemühungen um die Schaffung privater elektronischer Stiftungs-Datenbanken. Sie sollen zu den einzelnen Einträgen deutlich mehr Informationen liefern als die Register der öffentlichen Hand und rasche Recherchen nach möglichen Förderpartnern ermöglichen.

Im Sommer 2014 ist die Plattform StiftungSchweiz.ch mit viel Publizität gestartet und verzeichnet schon über 1200 registrierte User.

In der Stiftungsplattform stecken Jahre der Planung, Programmierung und Gestaltung sowie Beiträge der ZHAW zur Technik und des VMI der Uni Fribourg als Forschungspartner. Als Träger für das Projekt hat Swissfundraising-Mitglied Peter Buss von der NonproCons AG zusammen mit mehreren Partnern die Philanthropy Services AG in Basel gegründet; Marc-André Pradervand, ebenfalls Swissfundraising-Mitglied, ist dort zuständig für Marketing und Kundenbetreuung.

StiftungSchweiz.ch bietet bisher bei ähnlichen Vorhaben nicht existente Funktionen wie einen Suchalgorithmus, der ganze Projektanträge aufnimmt, die Einspeisung von Rückmeldungen der Nutzer oder Speichermöglichkeiten für individuelle Nutzernotizen und -listen. So soll die Menge und Qualität der abrufbaren Informationen mit den Nutzenden zusammenwachsen. Diesen stehen verschiedene Leistungspakete zur Verfügung: Neben dem kostenlosen Single-Abo liegen die Preise für die kostenpflichtigen Abos zwischen 900 und 2800 Franken.

Weitere Informationen:
www.stiftungschweiz.ch

ANZEIGE

Kür statt Pflicht Mit Festtagskarten punkten



Fast jedes Unternehmen verschickt sie. Doch nicht alle Festtagskarten werden als Kontaktchance genutzt. Wie es gelingt, mit einem Festtagsgruss zu punkten, weiss Jan R Emmert, Leiter Marketing von Post-Mail und Jurymitglied beim «Nicolas – Prix Carte de Noël».

Ist es überhaupt noch zeitgemäss, Festtagskarten zu verschicken?

Jan R Emmert: Absolut. Ein persönliches Dankeschön – beispielsweise zum Jahresende – freut jeden Kunden. Vor allem dann, wenn dieses Dankeschön nicht eine lästige Pflichtübung, sondern ein individuelles Zeichen der Wertschätzung ist.

Wie fällt die eigene Weihnachtspost in der Flut von Festtagskarten auf?

Die wichtigste Regel lautet: je persönlicher, desto wirkungsvoller. Wer sich eine originelle Karte mit passendem Text ausdenkt und handschriftlich ein persönliches Dankeschön an jeden Empfänger ergänzt, fällt garantiert positiv auf.

Welches ist Ihr heisser Tipp für die Gestaltung?
Das Individuelle kann schon bei der Briefmarke

anfangen, wenn Sie diese mit WebStamp selbst gestalten. Und denken Sie in mehr Dimensionen als nur «Text». Spielen Sie mit Materialien, Farben, Bildern, Duftpapier und Zugaben.

Das klingt alles nach grossem Aufwand...

Viele kreative Ideen lassen sich einfach und günstig umsetzen, beispielsweise mit Post-Card Creator. Bei diesem Onlinetool genügen wenige Schritte: Karte gestalten, Text einfügen, Adressen importieren und Versandart wählen. Die Post druckt und versendet die Postkarten.

Weitere Infos:

www.post.ch/postcardcreator
www.post.ch/webstamp

«Individuell: Ihre Karten mit PostCard Creator»

Besonders schnell erfolgen Druck und Versand von Festtagskarten mit einer Bestellung im Onlinetool PostCard Creator. Trifft sie bis am 15. Dezember ein, werden die Karten pünktlich zu Weihnachten zugestellt. Bei einem späteren Auftrag sorgt eine Expressbestellung dafür, dass die Festtagswünsche noch rechtzeitig ankommen.

So ästhetisch kann Weihnachtspost sein: Die Festtagskarte der Grafikagentur Illugraphic gewann Anfang 2014 den «Nicolas – Prix Carte de Noël» in der Kategorie «die Schönste».