

EINE BEILAGE VON

swissfundraising



# NEWS

## EDITORIAL



**Roger Tinner,**  
Geschäftsführer  
Swissfundraising

Warum zeichnet Swissfundraising am SwissFundraisingDay jeweils Aktionen und Innovationen des Jahres mit einer «Franca» aus? Wird damit nicht übertriebene Selbstdarstellung gefördert, und das in einer Branche, wo man/frau sich doch für andere einsetzt? Und was soll das dem Fundraising bringen? Ziel von Swissfundraising ist es, das Fundraising als Beruf voranzubringen und in der Gesellschaft zu positionieren. Dazu gehört, dass das (Selbst-)Bewusstsein der FundraiserInnen gestärkt und «Best Practice» gefördert wird. Damit passt die Preisverleihung sehr gut in die Strategie von Swissfundraising – und sie bringt viel positive Energie in den SwissFundraisingDay!

## «Franca» wurde erstmals dreifach vergeben

**Im Rahmen des SwissFundraisingDay 2017 wurden wiederum die innovativsten und originellsten Projekte mit der Franca-Trophäe ausgezeichnet. Erstmals gab es dabei auch einen Publikumspreis, für den die Teilnehmenden vor Ort abgestimmt haben. Ausgezeichnet wurden diesmal Helvetas Swiss Intercooperation und – gleich zweifach – Public Eye.**

Der Swissfundraising Award ging dieses Jahr in die vierte Runde: Die Jury vergab in diesem Jahr die Preise für die «Aktion des Jahres» und «Innovation des Jahres» erstmals direkt im Voraus. Ausserdem wurde zum ersten Mal am SwissFundraisingDay selbst ein Publikumspreis vergeben.

Ausgezeichnet mit der Franca-Trophäe wurde Helvetas Swiss Intercooperation für das Inhouse-Mailing «Tansania» als Aktion des Jahres: Für echte Veränderung – mit dieser Positionierung zeigt Helvetas, wie sich Menschen in Armutregionen dank einfacher Hilfsmittel, wie einem Velo, aus eigener Kraft positiv entwickeln können. So kann eine Kleinbäuerin mit ihrem Velo entfernte Weiterbildungskurse besuchen, in der Folge mehr Ernten, ihre Kinder besser ernähren und weitere Kleinbauern-Familien besuchen, an die sie ihr Wissen weitergibt. Gerade zu Weihnachten wird ein Velo so zu einem wertvollen Geschenk für 20 Familien. Aus Sicht der Jury überzeugte diese Aktion, weil sie eine auch für ein Inhouse-Mailing ausserordentlich hohe Response-Rate erreichte und die finanziellen Ziele sogar deutlich übertraf.

*Fortsetzung auf Seite 3*

## «FundraiserInnen erhalten oftmals nicht die verdiente Anerkennung»

Deborah Berra arbeitet seit 2014 als Geschäftsführerin bei der Kinder-nothilfe Schweiz. Zuvor war sie ein paar Jahre bei HEKS im Fundraising tätig. Sie bringt vielfältige Erfahrungen aus der Wirtschaft mit: in der Finanzwirtschaft war sie Kundenbetreuerin wie auch Teamleiterin im Front- und Backoffice. Jahrelange Erfahrung im Detailhandel rundet ihren Background ab. Seit diesem Jahr gehört sie zu den ehrenamtlich Leitenden der Erfa-Treffs in Zürich.



*Deborah Berra ist seit 2017 Co-Leiterin der Erfa-Treffs Zürich.*

### *Wie bist du zum Fundraising gekommen?*

Ich habe mich schon immer mit gesellschaftlichen Entwicklungen befasst und für soziale Gerechtigkeit interessiert. Ich hatte mich jedoch, ausser im nahen Umfeld, nie persönlich engagiert. Nach einer langen Zeit im Detailhandel und im Bankwesen habe ich beschlossen, dass es dafür an der Zeit ist. Begonnen habe ich mit einem freiwilligen Engagement bei einem Sorgentelefon, bis ich dann meiner persönlichen Überzeugung gefolgt bin und in einem Hilfswerk als Fundraiserin zu arbeiten begonnen habe.

### *Warum engagierst du dich bei Swissfundraising?*

Weil sich Swissfundraising als einzige Organisation um die Berufsgruppe der FundraiserInnen kümmert – ein Beruf, der in der Gesellschaft weitgehend unbekannt ist. Wo immer ich mich als Fundraiserin bezeichne, werde ich mit fragenden Gesichtern konfrontiert. Auch in den NPO erhalten Fundraiser oftmals nicht ihre verdiente Anerkennung. Sie werden als ein notwendiges Übel angesehen. Aber ohne Fundraiser keine finanzierten Projekte oder, anders gesagt, ohne Fundraising keine Finanzierung einer NPO. Swissfundraising kümmert

sich um die Vernetzung und den nötigen Austausch unter Fundraisern und setzt sich gleichzeitig dafür ein, die Bekanntheit unserer Berufsgruppe zu verbessern. Als Erfa-Leiterin möchte ich KollegInnen bei ihren Aufgaben unterstützen, indem ich ihnen interessante Inputs und eine wichtige Austauschplattform biete.

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

Die Berufsgruppe Fundraiser sollte  
1. als anerkannte Berufsgruppe mehr Beachtung in der Öffentlichkeit erhalten;

2. in den NPO mehr Mitspracherechte und ein höheres Ansehen geniessen;
3. die unbedingte Rückendeckung vom Vorstand/Stiftungsrat bekommen;
4. von der ganzen Organisation unterstützt werden.

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

Ich glaube nicht, dass es DIE drei Fundraising-Instrumente der kommenden Jahre gibt. Das Fundraising in Organisationen sollte flexibel auf die immer schneller stattfindenden Veränderungen in der Gesellschaft sowie die Entwicklung von neuen Technologien reagieren können. Je nach Ereignis führen unterschiedliche Fundraising-Instrumente und Kommunikationskanäle zum Erfolg. Kurze Entscheidungswege und zügige Adaption auf veränderte Umstände sind dabei der Key zum erfolgreichen Fundraising.

### *Warum sollte eine/ FundraiserIn Mitglied bei Swissfundraising werden?*

Wer sonst kümmert sich um die Anliegen der Fundraiser, sei es in der Öffentlichkeit, sei es innerhalb der Organisationen? Swissfundraising bietet ausserdem die Möglichkeit, sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen und auszutauschen – eine gute Plattform, um neue Ideen zu gewinnen.

### *Fortsetzung von Seite 1*

Die zweite direkt vergebene Trophäe für die Innovation des Jahres ging an Public Eye für «Return to Sender»: Schweizer Rohstoffhändler wie Trafigura verschmutzen in Afrika die Luft mit «Dirty Diesel». Mit der Kampagne «Return to Sender» schickte Public Eye einen Container mit dreckiger Luft an Trafigura in Genf zurück. Trafigura hat zwar keine Anpassungen vorgenommen, die Kampagne schlug aber so grosse Wellen, dass die Schwefelgrenzwerte – «Dirty Diesel» – darauf in Ghana, Nigeria, Elfenbeinküste, Togo und Benin massiv gesenkt wurden. Die Jury würdigt mit der Nomination die so originelle wie auffällige Aktion mit der or-

chestrierten, crossmedialen Kampagne, die rund 20'000 dazu bewegt hat, online oder offline am Protest teilzunehmen. Ausserdem wurden 2000 neue Adressen gesammelt, von denen bereits über 800 in Mitgliedschaften umgewandelt werden konnten.

Ein weiteres Highlight der Verleihung war die vor Ort durchgeführte Abstimmung für den «Publikumspreis», der zum ersten Mal vergeben wurde. Hier waren sich Jury und Teilnehmende definitiv einig: Mit eindeutigen Abstimmungsergebnis gewann Public Eye mit der Innovation «Return to Sender» auch den Publikumspreis und durfte damit gleich zwei Auszeichnungen mit nach Hause nehmen.



*Glückliche Gewinnerinnen der Franca-Trophäen: Susanne Rudolf von Public Eye (links) und Christine Bill von Helvetas.*

# Swissfundraising-Seminare mit MyHappyEnd

Gleich drei Seminare finden in Zusammenarbeit von Swissfundraising und MyHappyEnd statt. Und alle drehen sich um das Thema «Nachlass-Marketing» – für EinsteigerInnen, Fortgeschrittene oder Digitale.

## Einstieg ins Nachlass-Marketing – die Schweizer Praxis

Den Einstieg – und somit den Start – ins Nachlass-Marketing machen am 17. August Muriel Bonnardin Wethmar, Fundraiserin und Teamverantwortliche für die Bereiche Major Donors- und Stiftungs-Fundraising sowie Nachlass-Marketing, und Claudia Lehnherr Mosimann, Grossspenderbetreuerin und passionierte Nachlassfundraiserin, indem sie den Teilnehmenden den Aufbau eines Nachlass-Marketing-Programmes beibringen und die entsprechende Wirkungsmessung aufzeigen.

## Nachlass-Marketing für Fortgeschrittene

Dieses Seminar gibt am 24. August Inputs zur strategischen Planung und Wirkungsmessung im Nachlass-Marketing, zum Erbschaftsmarkt Schweiz sowie zur Beziehungspfle-

ge. Der Praxisteil am Nachmittag bietet Raum für die eigene Standortbestimmung und den Erfahrungsaustausch mit Teilnehmenden und den Referenten Claudia Lehnherr Mosimann und Samy Darwish, Jurist mit langjähriger Erfahrung in den Bereichen Fundraising, Sponsoring und Kommunikation.

## Nachlass-Marketing und Digitalisierung – wie geht das zusammen?

Last but not least findet am 5. September – ebenfalls in Zürich – das dritte Seminar der Reihe «Nachlass-Marketing» statt. Hier zeigt Joël Luc Cachelin, Geschäftsführer der Wissensfabrik und Referent bezüglich Digitalisierung, den Teilnehmenden auf, wo das Nachlass-Marketing in Bezug auf die Digitalisierung steht und gibt Anregungen in welcher Form ihre eigene NPO die Digitalisierung integrieren könnte.

Weitere Informationen und Anmeldung: [swissfundraising.org/events](http://swissfundraising.org/events)

## Wichtige Termine

Erfa-Treff St. Gallen «Wie finde ich Grossspender?»  
4. Juli in St. Gallen

Seminar: Einstieg ins Nachlass-Marketing  
17. August in Zürich

Seminar: Nachlass-Marketing für Fortgeschrittene  
24. August in Zürich

Fachgrippe Förderstiftungen für Grosse  
31. August in Bern

Seminar: Nachlass-Marketing und Digitalisierung – wie geht das zusammen?  
5. September in Zürich

Details zu Veranstaltungen auf [www.swissfundraising.org](http://www.swissfundraising.org)

## IMPRESSUM

### Herausgeber

Swissfundraising, Rosenbergstrasse 85,  
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

swissfundraising 