

EINE BEILAGE VON

swissfundraising 

NEWS

EDITORIAL



Roger Tinner,
Geschäftsführer
Swissfundraising

Das 2009 lancierte Direct Mail Panel von Swissfundraising, dessen finanziell grosszügige Unterstützung durch die Post gerade verlängert wurde, ist eine Erfolgsgeschichte: Die Anregung für dieses Benchmark-Tool kam aus dem Kreis der Mitglieder, und inzwischen sind gegen 50 Schweizer Organisationen aktiv dabei, ihre Zahlen und Resultate im Bereich des Direktmarketings zu vergleichen. Zahlen sind ja aber nicht alles, und so gibt es auch eine DM-Fachgruppe, in der die Resultate analysiert und Erfahrungen ausgetauscht werden. So lernen Verantwortliche und Organisationen gemeinsam aus den Erfahrungen und verbessern ihre Fundraising-Arbeit.

Direct Mail Panel liefert wichtige Erkenntnisse

Gegen 50 Organisationen bildeten im Jahr 2016 die Nutzerinnen und Nutzer des Direct Mail Panels; sie haben 435 Direktmarketing-Aktionen registriert mit Auflagen und Spenden-ergebnissen. Das sind rund 20 Prozent mehr als im Vorjahr und doppelt so viele wie in den Jahren 2011 und 2012.

Die durchschnittliche Auflage einer Aktion lag in einer ähnlichen Höhe wie in den Anfangs-Jahren des Panels, bei rund 106'000 versendeten Exemplaren. Damit gingen 2016 die Resultate von über 46 Millionen schriftlichen Spendenanfragen an die Schweizer Bevölkerung in das Vergleichs-Werkzeug, eine online abrufbare Datenbank, ein. Insgesamt sind Aktivitäten erfasst, die erstmals

über 100 Millionen Franken in einem Jahr an Spenden erbrachten.

Resultate aus acht Jahren abrufbar

Mit dem Direct Mail Panel stellt Swissfundraising seit 2009 Organisationen eine Software zur Verfügung, um Umfang und Ergebnisse der Direktmarketing-Spendenaktionen in gedruckter Form zu registrieren und mit anderen zu vergleichen. Ihre Verteilung übers Kalenderjahr und in den Sprachregionen lässt sich damit sehr genau beobachten und interpretieren, ebenso die Veränderung von Rücklaufquoten und Durchschnittsspenden. Die massgebenden Werte liegen für Mailings an bestehende SpenderInnen wie für solche zur Neugewinnung vor, für adressierte Aktionen wie für Streusendungen. Das Panel verzeichnet die real vermessenen Ergebnisse: das, was pro Aktion wirklich in Franken reinkommt, in Tabellen und Grafiken.

Fortsetzung auf Seite 3

«Gemeinsam einen Beitrag leisten für eine gerechtere, friedlichere Welt»

Claudia Lehnherr trägt seit neun Jahren die Verantwortung für das Werben um Grossspenden und Nachlässe bei SOS-Kinderdorf Schweiz in Bern. Sie ist ausgebildete Gymnasiallehrerin. Seit November 2015 ist Claudia auch Präsidentin des Vereins MyHappyEnd und in dieser Funktion Kooperationspartnerin von Swissfundraising. Die beiden Verbände bieten gemeinsam Weiterbildungen im Nachlass-Fundraising für Anfänger und Fortgeschrittene an.



Claudia Lehnherr ist mit MyHappyEnd Kooperationspartnerin von Swissfundraising.

Wie bist du zum Fundraising gekommen?

Ich habe meinen Beruf als Gymnasiallehrerin viele Jahre mit viel Engagement und Enthusiasmus ausgeübt, mir aber dann für die zweite Hälfte meiner Berufsbiographie eine Veränderung gewünscht. Es war für mich klar, dass ich weiterhin eine herausfordernde und sinnstiftende Tätigkeit ausüben und mich in ein neues Feld wagen wollte. So bin ich auf das DAS Fundraising Management an der ZHAW gestossen. Bereits zu Beginn der Weiterbildung war mir klar, dass meine Stärken im Beziehungs-

management liegen. Bei SOS-Kinderdorf habe ich mich nicht nur in dieser Beziehung entfalten können, sondern auch die Gelegenheit erhalten, mich im Nachlassbereich zu spezialisieren.

Warum engagierst du dich bei Swissfundraising?

Fundraising ist ein schöner Beruf, aber wir sind als Berufsgruppe oft einem rauen Wind ausgesetzt. In der Öffentlichkeit und auch innerhalb unserer NPO. Meines Erachtens ist es wichtig, dass wir FundraiserInnen uns selbstbewusst als Berufsgruppe verstehen und zusammenschlies-

sen. Swissfundraising ist das Gefäss dafür. Der Verband vertritt unsere Anliegen gegen aussen und bietet zugleich eine wertvolle Plattform für den Austausch untereinander. Ich schätze die Erfahrungs-Treffs und das Weiterbildungsangebot sehr. Und es ist mir wichtig, meinen Teil beizutragen, damit Swissfundraising ein lebendiges Gefäss für alle ist.

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

Unser höchstes Gut ist Vertrauen. NPO sollten nicht einfach darauf war-

ten, dass die Rahmenbedingungen für die Branche verbessert werden. Ich bin der Überzeugung, dass es zielführender ist, wenn sich die Organisationen zusammenschliessen und gemeinsam Aufklärungsarbeit machen und Vertrauen schaffen. Ich könnte mir eine Kampagne vorstellen, die für die Wichtigkeit von Overheads sensibilisiert. Die gemeinsame Sensibilisierungskampagne für Testamentsspenden gibt es ja bereits seit 2010. Ich wünsche mir, dass sich noch deutlich mehr NPO der Kampagne von MyHappyEnd anschliessen. Ich erhalte immer wieder Feedback von SpenderInnen, dass sie es sehr begrüßen, dass NPO zusammen für eine Sache eintreten.

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

Grundsätzlich glaube ich, dass in den nächsten Jahren in allen Bereichen mehr datengestützte Entscheidungen nötig sind. In der Schweiz schöpfen meines Erachtens erst sehr wenige NPO die Möglichkeiten von Big Data aus. Ich denke hier insbesondere ans Nachlass-Fundraising. Testamentsspenden sind meines Erachtens der wichtigste Wachstumsbereich in den nächsten 10-15 Jahren. Da müssen die NPO unbedingt beginnen, gezielt Nachlassfundraising zu betreiben. Die organisationseigenen Datenbanken liefern die Schatzkarten dafür. Auch im

Grosspender-Fundraising, das zweite wichtige Instrument, ist sorgfältige Recherche eine Grundvoraussetzung für Erfolg. Nummer drei ist für mich Online-Fundraising inklusive Social Media. NPO, die nicht engagiert und bewusst vernetzt unterwegs sind, werden meiner Meinung nach im Zeitalter der Digitalisierung einen sehr schweren Stand haben.

Warum sollte ein/e FundraiserIn Mitglied bei Swissfundraising werden?

Damit unser Berufsverband Schlagkraft hat und wir unseren Beruf als Berufung ausüben können: gemeinsam einen Beitrag zu leisten für eine gerechtere, friedlichere Welt.

Fortsetzung von Seite 1

Negative Tendenzen 2016

Fast die Hälfte der für 2016 addierten Auflage geht auf Streuwürfe zurück; ihre Zahl hat sich gegenüber dem Vorjahr fast verdoppelt, und sie hatten eine durchschnittliche Auflage von über 700'000 Exemplaren. Adressierte Akquisitions-Kampagnen setzen die Organisationen weiterhin aber häufiger ein als unadressierte; allerdings beträgt halt deren Auflage nur einen Zehntel von denen der Streuwürfe. Leider ist 2016 beim Rücklauf beider Instrumente ein deutlicher Rückgang zu beobachten. Dass dafür die Höhe der durchschnittlich geleisteten Erstspende leicht steigt, gleicht den Verlust beim Rücklauf nicht aus. Ganz ähnliche Beobachtungen müssen

auch für Versände an die eigenen Spenderinnen und Spender gemacht werden.

Persönlicher Erfahrungsaustausch inbegriffen und geschätzt

Die Teilnahme am Direct Mail Panel von Swissfundraising bietet nicht nur exklusive Vergleiche von Aktionsergebnissen online, sondern auch einen persönlichen Austausch von Fallstudien einzelner NPO und Panel-Tendenzen. Die Fachgruppe Direct Mail tagt zweimal jährlich einen halben Tag lang. Das Angebot erfährt gerade angesichts fallender Kennzahlen hohe Wertschätzung; über 30 Personen nahmen am letzten Austausch teil, den Swissfundraising moderiert. Dank einem grosszügigen Sponsoring der Schweize-

rischen Post beträgt die Gebühr für das Direct Mail Panel pro Organisation nur 300 Franken jährlich; neue Teilnehmende sind willkommen.

Länderübergreifender Vergleich

Im Nachbarland Österreich können Organisationen das DMP seit 2015 einsetzen. Im vergangenen Jahr registrierten dort ein Dutzend Organisationen mehr als hundert Aktionen mit den eigenen Spenderinnen und Spendern, wobei die Durchschnittsspende um die 25 Euro und der Rücklauf um die 13 Prozent lag. Zwei Dutzend adressierte Akquisitions-Aktionen kamen auf eine ähnliche Durchschnittsspende und einen Rücklauf von 2,5 Prozent.

«Spendenmarkt 2016» ist erschienen

Anfang August ist die Broschüre «Spendenmarkt Schweiz 2016» erschienen. Vorstandsmitglied Ruth Wagner hat zum zweiten Mal eine vertiefende Analyse zu den Resultaten des Swissfundraising Image- und Spendenbarometers verfasst.

Seit 2015 führt Swissfundraising – zusammen mit derzeit über 40 NPO – die Studie mit den zwei Modulen «Swissfundraising-Image-Barometer» und «Swissfundraising-Spenden-Barometer» durch. Umgesetzt wird sie vom Marktforschungsunternehmen DemoSCOPE. Bereits zum zweiten Mal hat nun Ruth Wagner im Auftrag von Swissfundraising eine vertiefende Analyse verfasst, die allen Mitgliedern zugestellt wurde und die elektronisch im Memberbereich von www.swissfundraising.org zur Verfügung steht.

Einschätzung zum Markt

Die Broschüre fasst die wichtigsten Ergebnisse der Befragungen zusammen, nimmt eine Schätzung vor und relativiert auch die eine oder andere Erkenntnis bzw. Hochrechnung von Zahlen auf den Gesamtmarkt. Regelmässig erhoben werden in der

Befragung die Spendenzahlungskanäle, und hier zeigen sich durchaus Entwicklungen wie eine verstärkte Nutzung des E-Bankings oder Präferenzen innerhalb reiner Online-Zahlungsarten.

Stabile Einschätzungen

Die Liste der bevorzugten Spendenzwecke präsentiert sich ähnlich wie im Vorjahr, und die Liste der ausgewiesenen Zwecke in der Publikation «Spendenmarkt» ist länger geworden. Ebenso weitgehend stabil erweisen sich die Liste der bekanntesten NPO, das (positive) Image des Spendenwesens und die Bereitschaft, über einen Nachlass zugunsten von Werken nachzudenken.



«Spendenmarkt Schweiz 2016» – die Broschüre haben alle Swissfundraising-Mitglieder erhalten.

Wichtige Termine

Erfa-Treff Bern

12. September in Bern

Fachgruppe Direct Mail

20. September in Zürich

Erfa-Treff St.Gallen

05. Oktober in St.Gallen

Journées de formation

10. und 11. Oktober in Lausanne

Erfa-Treff Bern

07. November in Bern

Erfa-Treff St.Gallen

23. November in St.Gallen

Details zu Veranstaltungen auf www.swissfundraising.org

IMPRESSUM

Herausgeber

Swissfundraising, Rosenbergrasse 85,
Postfach 20, 9001 St.Gallen
info@swissfundraising.org
www.swissfundraising.org

Redaktion

Roger Tinner, Geschäftsführer Swissfundraising,
roger.tinner@swissfundraising.org;
Andreas Cueni, Projektleiter Swissfundraising,
andreas.cueni@swissfundraising.org

Erscheint als Beilage zum Fundraiser-Magazin

swissfundraising 