

Swissfundraising

«Die Bedürfnisse der Spenderinnen und Spender stehen im Mittelpunkt»

Alexander Buchinger ist Geschäftsführer der Fundraising Marketing Competence Group und Organisationsberater mit den Schwerpunkten Fundraising, Trainings und NPO-Beratung. Am diesjährigen SwissFundraisingDay hält er ein Referat zum Thema «Trends im Fundraising». Ein Gespräch über die digitale Entwicklung im Fundraising.

Interview: Roger Tinner



Alexander Buchinger referiert am diesjährigen SwissFundraisingDay vom 23. Juni 2016 über «Trends im Fundraising».

Alexander Buchinger

Alexander Buchinger ist Geschäftsführer der Fundraising Marketing Competence Group (fcgroup.at) und Organisationsberater mit den Schwerpunkten Fundraising, Trainings und NPO-Beratung. Er hat langjährige Erfahrung als Fundraising-Consultant und in leitender Tätigkeit bei verschiedenen NPO. Zudem leitet er das Fundraising College am WIFI Wien und ist Lektor und Trainer an verschiedenen Bildungsinstituten zu den Themen Fundraising, Sponsoring, Sozialmarketing, Kreativitäts- und Präsentationstechnik sowie Verkauf.

Alexander Buchinger, Sie referieren am diesjährigen SwissFundraisingDay zum Thema «Trends im Fundraising». Ohne die Inhalte des Referats hier schon zu verraten: Wohin geht die Reise im Fundraising in Zukunft?

Ein Trend ist die Spenderbindung, die immer wichtiger wird. Da es zunehmend schwieriger wird, neue Spenderinnen und Spender zu finden, wird die Individualisierung beziehungsweise die starke Segmentierung der Spenderzielgruppe immer wichtiger. Die Bedürfnisse der Spenderinnen und Spender stehen im Mittelpunkt – nicht der Bedarf der Organisation.

Eine seit Jahren viel diskutierte These ist ja, dass gedruckte Direct Mailings in der (fernen) Zukunft ganz durch elektronische Kommunikation abgelöst würden. Teilen Sie diese Meinung?

Nein, noch hat sich diese These nicht bestätigt. Die elektronischen Medien haben im Moment vor allem eine «Hilfsfunktion»,

nämlich diejenige, den Spendenbrief zu stärken. Die elektronische Kommunikation wird wichtiger – was jedoch derzeit das Spendenaufkommen betrifft, spielt sie noch eine unwesentliche Rolle. Eine Ausnahme ist der Katastrophenfall. Dann muss vor allem die Website «Fundraising-FIT» sein, denn über diese wird schon jetzt ein hohes Spendenaufkommen generiert.

Warum ist es so schwierig, über Onlinekanäle nicht nur ideelle, sondern auch direkte finanzielle Unterstützung für NPO zu generieren? Oder anders gefragt: Wie könnten wir aus Tausenden von Followern auch Tausende von Spenderinnen und SpenderInnen machen?

Ich möchte hier mit einer Frage antworten: Verstehen wir (die im Moment verantwortlichen FundraiserInnen), wie die neuen Medien funktionieren beziehungsweise was den dort zu erreichenden Zielgruppen wichtig ist?

Die angelsächsische Welt scheint dem deutschen Sprachraum im Fundraising immer ein Stück weit voraus. Empfinden nur wir das so, oder können Sie als Experte diesen Befund bestätigen?

Ich denke, dass die angelsächsischen Märkte anders entwickelt sind. Fundraising hat dort einen anderen (wichtigeren) Stellenwert in den NPO, vor allem im Bereich der Vorstände oder Präsidien (Boards). Wenn ich darüber nachdenke, wo für mich persönlich in den letzten Jahrzehnten die grösste Innovation im Fundraising (Spendergewinnung und Spenden-Income) passiert ist, war dies in Österreich: Greenpeace Österreich hat in

den Neunzigerjahren das Face-to-Face-Fundraising erfunden und dies in die ganze Fundraisingwelt exportiert.

Sie sind Geschäftsführer der Fundraising Marketing Competence Group in Wien.

Was genau machen Sie in Ihrer Agentur für NPO-Kunden?

Wir stellen Dienstleistungen zur Verfügung, damit unsere Kunden mehr Spenden generieren, das heisst neue Spenderinnen und Spender gewinnen. Wir sind im Moment spezialisiert auf das Projektmanagement im Bereich Spendenbriefkampagnen – einerseits um NeuspenderInnen zu gewinnen, andererseits um mit bestehenden SpenderInnen mehr Spenden zu generieren. Wir stellen Beratung, Konzept, Text, Grafik, Fundraisingdatenbank, Adressen spendenaffiner Zielgruppen, Lettershop und Druckereidienstleistungen zur Verfügung. Im Moment betreuen wir Kunden in Österreich, Tschechien und Deutschland (Bayern).

Seit Jahren engagieren Sie sich auch in der Weiterbildung der FundraiserInnen. Was für Menschen sind besonders fürs Fundraising geeignet, und was für Voraussetzungen braucht es konkret für den Fundraising-erfolg?

FundraiserInnen müssen Freude am Umgang mit Menschen haben – Empathie ist also eine Grundvoraussetzung für erfolgreiche FundraiserInnenInnen. Um im Fundraising erfolgreich zu sein, bedarf es in der NPO einer ausgeprägten Fundraisingkultur, also die gesamte Organisation muss Fundraising leben. □

SwissFundraisingDay am 23. Juni im Kursaal Bern

Zum achten Mal lädt Swissfundraising zum SwissFundraisingDay ein – dabei wird auch der Swissfundraising-Award «Franca» in zwei Kategorien vergeben. Die von Felizitas Dunekamp moderierte Veranstaltung findet am Donnerstag, 23. Juni 2016, im Kursaal in Bern statt.

Die drei Hauptreferate drehen sich auch dieses Jahr um spannende Themen: Über die «Trends im Fundraising» referiert Alex Buchinger, Managing Director der Fundraising Marketing Competence Group in Wien. Zu «Institutional Readiness – fit fürs Fundraising...?» spricht Susanne Reuter vom Zentrum für Systemisches Fundraising, und abschliessend erläutert Volker Kiel von der ZHAW das Thema «Emotionalisierung vs. Information in der Spenderansprache».

Unterstützung durch Sponsoren

Der achte SwissFundraisingDay darf auf die Unterstützung verschiedener Sponsoren zählen: Als Hauptsponsor dabei sind Künzler Bachmann Directmarketing AG und die Schweizerische Post. Als Co-Sponsoren unterstützen Corris AG, Creativ Software AG, ANT-Informatik AG, Arenae Consulting AG und Alnovis AG den SwissFundraisingDay. Und schliesslich als Medienpartner sind das *Fundraiser-Magazin*, «persönlich» und Die Stiftung mit dabei.

ANZEIGE

swissfundraising 

Donnerstag, 23. Juni 2016, Kursaal, Bern

8. SwissFundraisingDay

Der Treffpunkt für Schweizer Fundraiserinnen und Fundraiser

Programm und Anmeldung unter: www.swissfundraisingday.ch

Co-Sponsoren:





Co-Sponsoren:











Medienpartner:





