

Swissfundraising

SwissFundraisingDay 2017: aussergewöhnliche und innovative Projekte, Networking und Weiterbildung in der Fundraising-Szene

Der SwissFundraisingDay, der sich als Branchentreff für Fundraiserinnen und Fundraiser sehr gut etabliert hat, fand bereits zum neunten Mal statt. Dabei wurde die Trophäe Franca, die innovative und aussergewöhnliche Projekte auszeichnet, zum vierten Mal vergeben, und zwar gleich dreifach. Dank der Rekordzahl von rund 280 Teilnehmenden wurde der diesjährige SwissFundraisingDay wiederum zu dem Anlass der Fundraising-Szene.

Text: **Katja Tinner** Bild: **Alexander Preobrajenski**

Der neunte SwissFundraisingDay, der wiederum im Kursaal in Bern stattfand, konnte sich ein weiteres Mal als Treff der Fundraiserinnen und Fundraiser beweisen: Trotz sehr warmer Temperaturen kamen rund 280 Teilnehmende, um sich weiterzubilden, um Inputs für den Fundraising-Alltag zu erhalten und um das Netzwerk zu pflegen. Die Stimmung war sehr kommunikativ und kollegial – während der Networking-Pausen wie auch bei den drei Keynotes, sechs Workshops und drei Fallbeispielen.

Blick in die Zukunft

Die Kernpunkte der Tagung – die drei Keynotes –, die über den Tag verteilt waren, nahmen die wichtigsten Themen auf: Tyark Thumann, Die Fundraiser GmbH/Robin Wood e.V., ging der Frage «Ist das Mailing tot?» nach, die er bei seinem anschliessenden Workshop noch vertiefen konnte. Beim Mittagsreferat erklärte Gregor Nilsson, WWF Schweiz, «wo die Online-Fundraising-Revolution bleibt». Und Thomas Neukirchen, Fundgiver Social Marketing GmbH, sprach bei seiner Abschluss-Keynote über «Fundraising 2030 – fit für die Zukunft der Mittelbeschaffung» und fesselte damit die Teilnehmenden im warmen Plenumsaal.

Und auch die sechs Workshops, die am Vormittag stattfanden, überzeugten die zahlreichen Teilnehmenden: Von Spenderbefragungen, Fundraising-Konzept und Stiftungsfundraising bis hin zu Direct Mailing, die Kunst des Upgrading – Donor first und Supporter Welcome Journey – die Fundraiserin-



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

nen und Fundraiser wurden von erfahrenen Experten mit neuen Inputs gefüttert. Das beliebte Get-together beim Lunch brachte viele Begegnungen und spannende Gespräche, nicht zuletzt auch mit den Sponsoren und Ausstellern. Durch das gesamte Programm führte wiederum Moderatorin Felizitas Dunekamp, die zudem auch die fachliche Seite – als Vorstandsmitglied von Swissfundraising – kompetent abdeckte.

Preise für Helvetas und Public Eye

Der Swissfundraising Award ging dieses Jahr


in die vierte Runde: Die Jury vergab zwei Preise für die «Aktion des Jahres» und die «Innovation des Jahres» erstmals direkt im Voraus.

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 Armutsregionen dank einfacher Hilfsmittel, wie eines Velos, 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 Kleinbauernfamilien besuchen, an die sie ihr Wissen weitergibt. Gerade zu Weihnachten wird ein Velo so zu einem wertvollen Geschenk für zwanzig 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.

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, in der Elfenbeinküste, Togo und Benin massiv gesenkt wurden. Die Jury würdigt mit der Nominierung die so originelle wie auffällige Aktion mit der orchestrierten, crossmedialen Kampagne, die rund 20000 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 eindeutigem Abstimmungsergebnis gewann Public Eye mit der Innovation «Return to Sender» auch den Publikumspreis und durfte damit gleich zwei Auszeichnungen mit nach Hause nehmen. 

Unterstützung durch Sponsoren

Auf die Unterstützung verschiedener Sponsoren durfte auch der neunte SwissFundraisingDay zählen. Als Hauptsponsor dabei waren Künzler Bachmann Directmarketing AG und die Schweizerische Post, als Co-Sponsoren unterstützten Corris AG, Creativ Software AG, ANT-Informatik AG, Alnovis AG, Walter Schmid AG und Enterbrain Software AG den SwissFundraisingDay und den Swissfundraising Award. Als Medienpartner schliesslich waren das Fundraiser-Magazin, «persönlich» und Die Stiftung mit dabei.

