

## Swissfundraising

## «Die Authentizität eines Hilfswerk-Botschafters zählt»

Non-Profit-Organisationen treten oft mit prominenten Personen als Botschafterinnen und Botschaftern an die Öffentlichkeit. Was versprechen sie sich davon? Erfüllen sich in der Praxis die Erwartungen? Welche Faktoren versprechen eine erfolgreiche Zusammenarbeit? Was lassen sich die Promis zahlen? Passt Glamour überhaupt zur Hilfstätigkeit in armen Ländern und randständigen Menschen hier im Land? «persönlich» sprach mit Jan Schneider, Geschäftsstellenleiter des Büros Deutschschweiz von Terre des hommes Kinderhilfe! Er kümmert sich um die Mittelbeschaffung und Kommunikation in der deutschsprachigen Schweiz.

Interview: **Andreas Cueni** Bild: **Terre des hommes Kinderhilfe**

### Jan Schneider, Zusammenarbeit mit Prominenten – mögen Sie diesen Teil Ihrer Arbeit?

Es ist in der Tat schön zu sehen, wie sich die mediale Präsenz verbessert hat, seitdem wir uns systematischer um unsere öffentlich bekannten Botschafter kümmern. Wir arbeiten zurzeit in der Deutschschweiz unter anderem mit Sandra Boner von SRF Meteo, mit der Violinistin Patricia Kopatchinskaja, mit Laetitia Guarino, der aktuellen Miss Schweiz, oder auch mit Danini, einem Magier und Entertainer, zusammen.

### Wie müssen wir uns denn Ihren Umgang mit Prominenten vorstellen? Wir denken uns die Kontakte mit Fernseh-Persönlichkeiten als nicht einfach!

Nicht einfach im Sinne der Erreichbarkeit. Dafür umso herzlicher, ehrlicher und engagierter für uns alle, wenn es denn klappt. Daher hier auch ein ganz grosses Dankeschön an all unsere Botschafter.

### Was will Terre des hommes eigentlich erreichen?

Wir möchten Menschen auf eine sympathische und einfache Weise ansprechen. Dabei soll klar hervorgehen, dass wir uns für notleidende Kinder auf der ganzen Welt engagieren. Sei dies im Bereich Nothilfe, Gesundheit oder auch Sicherheit.

### Und wie helfen Ihnen Ihre Botschafter? Bringen die Spenden?

Es gelingt uns oft einfacher, Spender zu erreichen, wenn das Thema Spenden und Kinderhilfe mit einer Persönlichkeit verbunden ist, die

---

#### Terre des hommes – Kinderhilfe und Jan Schneider

---

Die Stiftung Terre des hommes ist die grösste private Kinderhilfsorganisation der Schweiz. Mit einem Umsatz von rund CHF 70 Mio. verbessert sie die Lebensbedingungen von circa zwei Millionen besonders benachteiligten Kindern und Angehörigen konkret und nachhaltig. Sie wurde 1960 in Lausanne gegründet, besitzt einen Sitz für die Deutschschweiz in Zürich und ist heute in 35 Ländern auf vier Kontinenten, insbesondere mit lokalen Mitarbeitern, aktiv.

In der Schweiz engagiert sich das Hilfswerk in Zusammenarbeit mit dem Inselspital Bern sowie den Universitätsspitalern in Lausanne und Genf für das Projekt «Reise ins Leben». Dabei werden herzkrankte Kinder sowohl in der Schweiz als auch in den Projektländern vor Ort operiert. In den Projektländern liegen die Schwerpunkte im Bereich Nothilfe (aktuell: Nepal), Gesundheit und Sicherheit. Mehr unter [www.tdh.ch](http://www.tdh.ch).

Nach einem Master an der ETH hat Jan Schneider einen Executive MBA in Unternehmensführung an der FHS St. Gallen absolviert. Bevor er vor über 3½ Jahren zu Terre des hommes gestossen ist, war er in nationalen und internationalen Positionen im Bereich Marketing und strategischer Verkauf aktiv.

---

bereits bekannt ist. Dies kriert in relativ kurzer Zeit eine gewisse Vertrautheit und Nähe. Manche Botschafter spenden zudem selbst noch grosszügige Beträge und engagieren sich in Form von Moderationen an Spenden- und Informationsanlässen. Einmal konnten wir dank dem Engagement eines bekannten Moderators in Form einer Versteigerung an der Charity-Gala zusätzlich sogar einen fünfstelligen Betrag entgegennehmen.

### Welche Faktoren unterstützen eine erspriessliche Zusammenarbeit?

Wesentlich ist, dass nicht der Grad der absoluten Bekanntheit wichtig ist, sondern die Authentizität des Botschafters während seines Engagements. Laetitia Guarino ist ein gutes Beispiel für eine Person, die von ihren eigenen Interessen her gut zu uns passt. Sie ist mitten im Medizinstudium, interessiert sich sehr für Engagements mit Kindern und hat uns beziehungsweise, unserem Partner, dem Inselspital Bern, auch bereits bei Operationen in Projektländern praktisch helfen können.

Wir achten auf eine einfache und direkte Kommunikation. Dann involvieren wir unsere Botschafter wenn möglich in unsere Projekte. Und last but not least muss die Partnerschaft für beide Seiten Spass machen.

### Zahlt Terre des hommes Gagen? Welche Richtlinien haben Sie dazu und fixieren Sie sie schriftlich? Was haben die Botschafter von Ihrem Hilfswerk?

Als Zewo-zertifiziertes Kinderhilfswerk setzen wir unsere Mittel gezielt für unsere Pro-



Jan Schneider, Terre des hommes Kinderhilfe.

jekte ein und erreichen damit eine Quote von 86 Prozent. Daher können und wollen wir unsere Botschafter nicht für ihr Engagement bezahlen. Wir benötigen unsere schriftlichen Vereinbarungen vor allem als Instrument, um Erwartungshaltungen zu Beginn zu klären. Als Gegenleistung bieten wir eine persönliche Nähe zu unseren Projekten sowie unseren Experten vor Ort. Diese Erlebnisse bewegen tief und erhöhen das Verständnis für unsere Engagements. Sandra Boner hat aufgrund ihrer eigenen Kinder einen sehr authentischen Bezug zum Inselspital und den Herzoperationen. Daher hat sie auch an einer Reise inklusive Journalisten nach Marokko teilgenommen.

Im Anschluss haben wir von Terre des hommes mit ihr zusammen herzkrankte Kinder in die Schweiz geflogen. Sie hat mit diesem vertieften Wissen dann unter anderem bei einem Terre des hommes-Event im SRF-Studio von diesen persönlichen Erlebnissen erzählen können.

**Was haben Sie gelernt aus bisherigen Kooperationen und was sind die Pläne zum Thema?**

Mit einem einfachen, auf die Persönlichkeit abgestimmten Konzept sowie Konzentration auf wenige Köpfe lassen sich viele interne und auch externe Medienansprüche lösen. Zudem

---

**Swissfundraising-Seminar: Sponsoring und Unternehmenskooperationen am 10. September in Zürich**

---

Die Finanzierung und Mittelbeschaffung durch Kooperationen mit Unternehmen wird für Non-Profit-Organisationen immer wichtiger. Aber auch immer mehr Unternehmen suchen die Partnerschaft mit NPO. Im heutigen Markt ist es aber schwierig, den Überblick zu behalten und richtige Entscheidungen zu treffen. Im Swissfundraising-Seminar zu Sponsoring und Unternehmenskooperationen (am 10. September in Zürich) wird vermittelt, welche Unternehmen zu welchen Bedingungen in Frage kommen, wie man Verhandlungen führt, Vereinbarungen trifft und Partnerschaften pflegt. Zudem erfahren die Teilnehmenden, was Werte und Wirkung von Sponsoring-Engagements sind. Anhand von Praxisbeispielen werden die Recherche von Unternehmen und das Prüfen der Reputationsrisiken erarbeitet. Ebenfalls im Seminartag enthalten sind die Definition von Rahmenbedingungen und Leistungen sowie die Grundlagen einer Vereinbarung.

Geleitet wird das Seminar von Felizitas Dunekamp. Sie war vierzehn Jahre bei der Krebsliga Schweiz als Leiterin Fundraising und Mitglied der Geschäftsleitung tätig. Anmeldungen sind noch bis Montag, 7. September, möglich.

**Informationen und Anmeldung:**  
[www.swissfundraising.org](http://www.swissfundraising.org)

---

entstehen neue Verbindungen zu Journalisten, die sich sonst wohl nicht ergeben hätten. Wir möchten unsere Palette an Botschaftern insbesondere in der Deutschschweiz noch mit einem oder zwei Köpfen erweitern. Botschafteranfragen sind selbstverständlich sehr willkommen.

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

Es lohnt sich zu wissen, welche Persönlichkeiten zu einem passen. Ein Leistungskatalog mit klaren Erwartungshaltungen hilft sehr. Und dann, mit einer Prise Hartnäckigkeit: Nichts wie ran an die potenziellen Botschafter – viel Erfolg!

<http://www.tdh.ch/de/news/interview-mit-sandra-boner>