

# Über 400 Teilnehmer:innen am SwissFundraisingDay in Bern



Mit 413 Teilnehmer:innen verzeichnete der diesjährige SwissFundraisingDay einen erneuten Rekord – sie alle fanden gut Platz in der Kursaal-Arena in Bern.

Erstmals seit drei Jahren fand der SwissFundraisingDay nach zwei coronabedingten «Herbstausgaben» wieder im Juni statt. Bei traditionell schönem Tagungswetter trafen sich 413 Teilnehmer:innen im Kursaal, um Impulse für ihre Fundraising-Arbeit im Alltag zu erhalten, ihr persönliches Netzwerk zu pflegen und auszubauen – und um die Gewinner:innen des Swissfundraising-Awards zu küren.

Von **ROGER TINNER**

Die Swissfundraising-Community wächst und wächst. Und das zeigt sich auch in den

jährlich zunehmenden Teilnehmer:innen-Zahlen am SwissFundraisingDay. «Fundraising in einer Welt der Unsicherheit» hiess das Thema diesmal, und Swissfundraising-Präsidentin nahm dieses Thema mit bewegenden und berührenden Schicksalen aus dem Buch «Vor dem Monsun» der Journalistin und Asienkorrespondentin Karin Wenger auf, die Menschen und ihre Reaktionen in Extremsituationen schildert. Das Buch inspiriert dazu, «unsere eigenen kleineren oder Lebensdramen mit anderen Augen zu betrachten». Und so starteten die erwartungsfrohen Teilnehmer:innen in der Kursaal-Arena demütig in den Tag.

## Junge Generation auf der Bühne

Die diesjährigen Keynote-Vorträge waren der jungen Generation vorbehalten: Zum ersten Mal in der Geschichte des SwissFundraisingDay überhaupt wurde der erste Vortrag im Plenum auf Französisch gehalten (und simultan übersetzt): Emilie Romon Carnegie, Country Director Schweiz bei Ashoka, ging dabei der Frage nach, was es für Antworten auf systemische Krisen und Probleme gebe und was für Folgen solche Krisen für das Fundraising haben. Und auch die Abschluss-Key Note hielten zwei ganz junge Co-Gründer:innen: Anna Herbst und Khalil


Radi sind Social Entrepreneurs und bauten innert kürzester Zeit ihre Organisation «Buy Food with Plastic» auf. Ihre Geschichte belegt, dass auch im NPO-Bereich eine neue Generation mit neuen Ansätzen und Ideen arbeitet und ihren Beitrag zur Bekämpfung von Not, Leid und Ungerechtigkeiten zu leisten bereit ist.

### Eine Fülle von Impulsen und Debatten

In insgesamt neun Workshops konnten die Teilnehmenden Impulse und Erkenntnisse für ihre Arbeit gewinnen. Dabei war ein breites Spektrum vertreten: Eine erfolgreiche – und eben vom deutschen Hochschulverband ausgezeichnete – Capital Campaign der Universität St.Gallen war ebenso mit dabei wie neuste Erkenntnisse aus den Fachgruppen für Direktmarketing und Legate-Fundraising oder die Themen Fundraising-Strategie, Peer-to-Peer-Fundraising und Facebook-Spendenbutton (der in der Schweiz in absehbarer Zeit endlich kommen soll).

Besonders spannend und auch inhaltlich intensiv wird der SwissFundraisingDay jeweils am Nachmittag. Dann präsentieren die Finalist:innen für den Publikumspreis des Swissfundraising-Award ihre kreativen Fundraising-Kampagnen in fünfminütigen Pitches, bevor online ein:e Sieger:in gekürt wird (vgl. nebenstehenden Kasten).

### Ein langer Abschluss-Apéro!

Besonders geschätzt wurde auch dieses Jahr die Möglichkeit, sich im grosszügig gestalteten Foyer in den Pausen und am Ende des Tages an Sponsorenständen, Stehtischen und auch im Innenhof zu treffen und persönlich auszutauschen. Diesmal blieben viele besonders lange zusammen – der Nachholbedarf nach zwei eingeschränkten Jahren war offensichtlich gross. 



Die diesjährigen Gewinner des Swissfundraising-Award: Valentin Rey, Schweizerisches Rotes Kreuz (erfolgreichste Fundraising-Aktion mit Ukraine-Nothilfe, links im Bild) und Yannick Lippuner von Inhalt und Form Werbeagentur (kreativste Fundraising-Aktion mit Züribrätt).

## Swissfundraising-Awards verliehen

### Erfolgreichste Fundraising-Aktion

Einen Tag nach dem Angriff Russlands auf die Ukraine beginnt das Schweizerische Rote Kreuz mit einer breit angelegten Online-Spendensammlung (die später auch mit anderen Kanälen wie Radio, Print und Telefon ergänzt wird). Bereits drei Tage später sind schon über 600'000 Franken an Spenden eingegangen, bis Ende März sind es über 10 Millionen. Es ist die erfolgreichste Online-Spendenkampagne in der SRK-Geschichte mit total 11,1 Mio Online, 1,8 Mio Offline und über 100'000 aus Peer-to-Peer-Aktionen.



### Kreativste Fundraising-Aktion

Zur finanziellen und moralischen Unterstützung des Zürcher Nachtlebens während der Pandemie hat die Bar- und Clubkommission Zürich in Zusammenarbeit mit der Inhalt und Form Werbeagentur LSA ein Leiterspiel entwickelt und gestaltet, das Spielenden eine Nacht in den Strassen und Lokalen Zürichs ermöglicht, ohne dabei das Haus verlassen zu müssen. Mit elf der beliebtesten Clubs und Bars der Stadt konnte so nicht nur Geld für die Bar- und Clubkommission gesammelt, sondern auch den nun gelangweilten Nachtschwärmer:innen ein Stück Lebensfreude zurückgebracht werden.

