

Swissfundraising

«Den sinnvollen Ratschlägen der Spenderinnen und Spender Gehör schenken»

Penelope Burk, die sich weltweit einen Namen insbesondere im Themenfeld «Donor Centricity» gemacht hat, tritt als Keynote-Referentin am SwissFundraisingDay 2019, der am 20. Juni in Bern stattfindet, auf. Wir haben die Autorin des Bestsellers «Donor-Centered Fundraising» zum Gespräch gebeten.

Interview: **Mario Tinner** Bild: **zVg**



Penelope im Juni werden Sie in Bern eine Keynote halten und eine Masterclass anbieten. Kennen Sie die Schweiz, und waren Sie bereits einmal hier?

Nein, ich war noch nie in der Schweiz und freue mich daher sehr darauf, Bern bei meinem Aufenthalt zu erkunden.

«Als Forscherin habe ich gelernt, das Unerwartete zu erwarten.»

Sie werden im Rahmen des SwissFundraisingDay über «Donor-Centered Fundraising» sprechen. Weshalb sind Sie der Ansicht, dass dieses Thema im Not-for-Profit-Sektor auf globaler Ebene wichtig ist?

Donor-Centered Fundraising bietet eine Antwort auf die Frage: Was ist erforderlich, um die Loyalität von Spenderinnen und Spendern zu fördern und ihre Grosszügigkeit im Laufe der Zeit zu erhöhen? Diese beiden Anforderungen sind zu erfüllen, damit Fundraising profitabler wird. «Donor-Centered» (spenderzentriert) ist ein gängiger Begriff im Fundraising, Experten definieren ihn aber zuweilen unterschiedlich. Mir ist es gelungen, eine Definition von Donor-Centered Fundraising zu formulieren, die von den Spendenden selbst stammt. Die Auswahl an Wohltätigkeitszwecken, für die gespendet werden kann, ist gross, und ob überhaupt gespendet wird, bleibt jedem selbst überlassen. Professionelle Fundraiser sind daher gut beraten, den sinnvollen Ratschlägen der Spenderinnen und Spender Gehör zu schenken.

Das von Ihnen verfasste Buch «Donor-Centered Fundraising» ist Branchenbestseller in Nordamerika. Inwieweit lässt sich sein Inhalt auf europäische Bedingungen übertragen?

Diese grosse Frage stellt sich auch mir, und ich hoffe, sie wird in den Gesprächen mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern am SwissFundraisingDay beantwortet. Zwar hat sich meine Forschung über zwanzig Jahre mit Spenderinnen und Spendern in Nordamerika beschäftigt, die von ihnen geäusserten Bedürfnisse sind jedoch sehr begründet und scheinen universeller Ausdruck von Philanthropie zu sein. Ich bin sehr daran interessiert, zu erfahren, was europäische Fundraiser beschäftigt und wie die kulturellen Unterschiede bei der Mittelbeschaffung in Europa oder Amerika meine Erkenntnisse beeinflussen.

Sie haben über 45 Jahre Ihres Berufslebens dem Not-for-Profit-Sektor gewidmet. Weshalb sind Sie dieser Branche so treu geblieben?

Ich habe nicht das Gefühl, dass ich der Fundraising-Branche per se treu geblieben bin. Tatsächlich stehe ich bestimmten Branchenpraktiken eher kritisch gegenüber, die Spenderinnen und Spender veranlassen, das Spenden einzustellen oder weniger als möglich zu spenden. Dennoch empfinde ich es als ein besonderes Privileg, kontinuierlich mit Spendenden interagieren und ihre Anliegen an Fundraiser weitergeben zu können, die sich darüber freuen und sie zur weiteren Mittelbeschaffung nutzen. Ich habe eine einzigartige Position in der Fundraising-Branche, und die Arbeit, die von meinem Unternehmen und mir geleistet wird, erfährt eine hohe Wertschätzung. So fällt es uns leicht, unsere Arbeit fortzusetzen.

Ihr Unternehmen und Sie haben Umfragen und Forschungsstudien mit über einer Viertelmillion Spenderinnen und Spendern durchgeführt. Gibt es wesentliche Erkenntnisse, die Sie (bereits jetzt) verkünden können?

Ja. Die entscheidenden «Must-haves» für Spendende (zentrales Thema in meiner Eröffnungs-Keynote) haben sich seit Beginn meiner Forschungen Mitte der Neunzigerjahre nicht verändert. Zwischen damals und heute hat sich die Grösse des Not-for-Profit-Sektors jedoch verdoppelt, während sich die Spenderinnen und Spender selbst entschieden haben, weniger Anliegen zu unterstüt-

SwissFundraisingDay am 20. Juni: die Spenderinnen und Spender im Zentrum – neue Wege im Fundraising

Der diesjährige SwissFundraisingDay, der am 20. Juni im Kursaal Bern stattfindet, wartet mit einigen Neuerungen auf: «Newbies» können sich von Mentorinnen und Mentoren begleiten lassen, es gibt zehn Teilnahmestipendien, ein Programm mit zwei Workshop- beziehungsweise Roundtable-Runden und Best-Practice-Präsentationen aus dem Kreis der Award-nominierten Kampagnen.

Mit Penelope Burk hält eine weltweit gefragte Expertin für «Donor Centricity» eines der Keynote-Referate, das andere hält der Neuroökonomik-

Professor Philippe Tobler. Und schliesslich gibt es am Vortag zwei Seminare für Einsteigerinnen und Einsteiger und am Tag danach zwei Masterclasses.

Weitere Informationen und Anmeldung unter: www.swissfundraisingday.ch

zen. Zudem treffen sie Entscheidungen heute schneller, verfügen aber über weniger Informationen bei der Entscheidungsfindung. Dies verstärkt den Druck auf die Fundraiser, ihre Kommunikation sowohl überzeugend als auch kurz zu gestalten. Spendende sind unabhängiger und viel schwerer zu erreichen – Fundraiserinnen und Fundraiser müssen also ihre Vorstellungen und Praktiken anpassen und sich mehr auf die Spenderinnen und Spender fokussieren.

«Tatsächlich stehe ich gewissen Branchenpraktiken eher kritisch gegenüber.»


Es gibt immer mehr Methoden und Kanäle, um an Spenderinnen und Spender zu gelangen, und man läuft Gefahr, möglichst viele davon auszuprobieren und einzusetzen. Wie kann es gelingen, den Fokus auf die Spenderzentrierung nie zu vergessen?

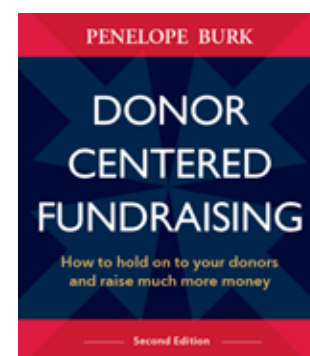
Fundraising-Erfolg ist direkt mit effektiver Kommunikation verknüpft – und Kommunikation ist nichts Statisches. Wenn neue Methoden der Gewinnung und Interaktion mit Spendenden entwickelt werden, muss das Fundraising Wege finden, seine Techniken anzupassen und zu diversifizieren. In Nordamerika investierten Fundraiser oft in Konzepte, die sich bei der Sicherung von Loyalität und der Förderung grosszügiger Spenden

als unwirksam erwiesen. Gleichzeitig wurde nicht genug in die Themen investiert, die die Spenderinnen und Spender für entscheidend hielten. Die «Donor Centricity» zu bewahren, bedeutet, einige lang gehegte Vorstellungen zu überprüfen und bereit zu sein, sich einer anderen Fundraising-Realität zu stellen.

Welche Erwartungen knüpfen Sie an Ihr Erscheinen bei der Konferenz?

Worauf freuen Sie sich?

Obwohl ich jährlich Dutzende von Vortragsengagements übernehme, ist jeder einzelne Vortrag einzigartig. Ich freue mich auf die Interaktion mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern und darauf, mehr darüber zu erfahren, wie sich meine Arbeit im europäischen Kontext nutzen lässt. Als Forscherin habe ich gelernt, das Unerwartete zu erwarten. Das macht für mich den Reiz meiner Arbeit aus. 



«Donor Centered Fundraising» ist ein Fundraising-Klassiker und wichtiger Leitfaden zur Beschaffung von mehr Geld in einem sich verändernden Spendenumfeld.