

Swissfundraising

«Ist die eigene Organisation ‹investment-ready›?»

Georg von Schnurbein ist Professor für Stiftungsmanagement an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät und Gründungsdirektor des Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel. Im Interview erklärt uns der Mitherausgeber des Schweizer Stiftungsreports, wie sich der Stiftungssektor in der Schweiz entwickelt und was das für NPO und Fundraiserinnen und Fundraiser bedeutet.

Interview: Roger Tinner Bild: zVg



Herr von Schnurbein, 2021 wurde pro Tag, gemäss dem neuesten Stiftungsreport, den Sie als Autor mitverantworten, eine Stiftung gegründet, macht also total 365. Das sind so viele wie seit fünf Jahren nicht mehr. Was sind aus Ihrer Sicht die Gründe dafür?

In den vergangenen Jahren gab es immer ein Auf und Ab bei den Neugründungen. Deshalb lässt sich ein Anstieg in einem Jahr nicht eindeutig erklären. Generell ist ein positiver Börsenverlauf – so wie im letzten Jahr – immer gut für Stiftungsgründungen, denn dafür braucht es ja frei verfügbares Vermögen. Ausserdem ist die Rechtsform Stiftung ständig beliebter geworden. So werden immer öfter auch Stiftungen durch den Staat gegründet. Schliesslich stellen wir fest, dass die Zwecke der neu gegründeten Stiftungen näher dran sind an tagesaktuellen Themen wie Klimawandel, Migration oder Wohnungswesen. Die Stifterinnen und Stifter gründen also heute eher mit Blick auf aktuelle Bedürfnisse als mit einer generellen langfristigen Perspektive.

In welchen Bereichen wurden diese Stiftungen gegründet, und wie viele davon – das interessiert uns Fundraiserinnen und Fundraiser natürlich speziell – sind Förderstiftungen?

Die Zahl der Förderstiftungen unter den 365 Neugründungen beträgt 197 (54 Prozent). Hinzu kommen nochmals 58 Stiftungen, die sowohl fördernd als auch operativ tätig sein können. Häufigste Zweckbereiche sind Bildung/Forschung und Soziales. Dahinter folgen Kultur und Umweltschutz.

Die Zahl der Liquidationen bleibt mit 219 auch recht hoch. Wie beurteilen Sie diese Zahl?

Das ist ein eindeutiger Gegentrend zu den vielen Neugründungen. Entgegen seinem Ruf ist der Stiftungssektor sehr dynamisch, was Anzahl und Entwicklung betrifft. Durch die vielen Liquidationen wird verhindert, dass zu viele untätige Stiftungen entstehen. Diese Bereinigung ist wichtig, damit das Stiftungswesen nicht verkrustet.

Der Stiftungssektor ist in der Schweiz also weiterhin dynamisch unterwegs. Wie beurteilen Sie die Entwicklung der letzten Jahre insgesamt?

Der Schweizer Stiftungssektor hat sich in den letzten Jahren sehr positiv entwickelt, auch wenn man davon von aussen nur wenig mitbekommt. Dabei ist das Wachstum selbst gar nicht so besonders – in Ländern wie Deutschland oder den USA sieht es ähnlich aus. Jedoch ist der Schweizer Stiftungssektor insgesamt sehr gut aufgestellt. Es gibt einen aktiven Austausch zwischen Stiftungen, vor allem über die beiden Verbände proFonds und SwissFoundations, oder regionale Treffen wie den Basler Stiftungstag. Ausserdem bestehen mit dem Swiss Foundation Code und dem Rechnungslegungsstandard FER 21 Handlungsanleitungen für die Stiftungsführung, die internationalen Vorbildcharakter haben. Schliesslich ist die Schweiz ein wichtiger Standort für die globale Philanthropie, was sich auch auf die Stiftungen vor Ort auswirkt. Im Vergleich zum Ausland kommunizieren die Akteure im Sektor – Stiftungen, Aufsichten, Dienstleister, Forschende – sehr aktiv miteinander, was für die Gesamtentwicklung recht förderlich ist.

Und wo gibt es noch Handlungsbedarf?

Natürlich gibt es auch noch Verbesserungsmöglichkeiten und Herausforderungen. Die Mehrzahl der Stiftungen ist sehr klein, und diese Stiftungen haben zunehmend Mühe, mit der steigenden Regulierung zurechtzukommen. Eine weitere Herausforderung für den Sektor ist die Nachfolgeregelung im Stiftungsrat. Es gibt beinahe 70000 Mandate in Stiftungsräten, und die Suche nach ehrenamtlichen Stiftungsratsmitgliedern wird immer schwieriger.

Kommen wir nun zu ein paar wichtigen Details: Sie sprechen von neuen Förderansätzen und davon, dass sich der klassische Förderansatz von Grund auf wandelt. Was heisst das konkret, und betrifft das den ganzen Sektor oder eher ‹First Mover›?

Natürlich betrifft das eher die grossen Stiftungen beziehungsweise die First Mover. Die Mehrheit der Stiftungen arbeitet nach wie vor mit Förderbeiträgen auf der Grundlage von Gesuchen und wird das auch weiter tun. Aber es ist auch eine Generationenfrage. Viele Stiftungen wurden in den Jahren 2000 bis 2010 gegründet. Diese Stiftergeneration tritt nun langsam ab. Mit der neuen Generation im Stiftungsrat werden auch neue Ideen in die Stiftungen einziehen.

Was bedeuten neue Ansätze wie ‹Impact Investing› oder ‹Social Entrepreneurship› in der Praxis für Projektträger wie NPO?

Die spendenfinanzierten Organisationen müssen sich darauf einstellen, dass neue Geldgeber auf den Plan treten, die nicht mehr nur à fonds perdu Geld sprechen wollen, sondern als ‹soziale Investoren› auch Mitspracherechte einfordern. Als NPO stellt

Zur Person

Georg von Schnurbein ist Professor für Stiftungsmanagement an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät und Gründungsdirektor des Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel. Er ist verantwortlich für den Master of Advanced Studies in Nonprofit Management & Law der Universität Basel und lehrt an verschiedenen Hochschulen im In- und Ausland. Georg von Schnurbein ist Mitherausgeber des Swiss Foundation Code und des jährlich erscheinenden Schweizer Stiftungsreports. Neben der Forschungsarbeit engagiert sich von Schnurbein für die Entwicklung und Förderung des Philanthropie-Sektors. Er ist Mitgründer der Foundation Board Academy zur Ausbildung gemeinnütziger Stiftungsräte und Gesellschafter der Beratungsfirma Con-Sense, die sich auf die Beratung und Unterstützung von NPO spezialisiert hat. Ausserdem engagiert er sich ehrenamtlich in Stiftungsräten in den Bereichen Kultur und Bildung.

ANZEIGE

Älter werden wir das ganze Leben. Wir kümmern uns um Fragen und Antworten rund ums Alter(n).

**PRO
SENECTUTE**
GEMEINSAM STÄRKER

lu.prosenectute.ch

Ihre Spende hilft. Vielen Dank.
Spendenkonto IBAN CH30 0900 0000 6000 1599 8



Meistern Sie das Neuromarketing-Quiz?

Heutzutage werden wir täglich mit unzähligen Werbebotschaften überflutet. Dank Neuromarketing lassen sich im Kundenhirn gezielt die richtigen Emotionen auslösen und damit mehr Werbewirkung erreichen.



Mitmachen und Neuromarketing-Workshop* im Wert von CHF 2'500 gewinnen:



www.zutt.ch/quiz

*Sie bestimmen das Thema passend zu Ihrem aktuellen Marketing-Projekt (z.B. Kampagne, Packaging, Digital, Store/Shelf, Branding, Produktentwicklung usw.)

sich die Frage, ob die eigene Organisation «investment-ready» ist, das heisst, auf diese neuen Geldgeber eingestellt ist. Auf der anderen Seite bieten sich auch andere Chancen. So werden Stiftungen offener gegenüber ungebundenen Beiträgen an NPO, das heisst, die Förderbeiträge werden frei zur Verfügung gestellt und nicht an ein bestimmtes Projekt gebunden. Damit gewinnen die NPO Handlungsfreiheit.

Weg von der Projektfinanzierung hin zu einer vielleicht langfristigen Investition in überzeugende Organisationen – das wünschen sich doch in der Vergangenheit auch viele Antragstellerinnen und Antragsteller. Heisst das, dass man in Zukunft auch für laufende Betriebskosten Anträge stellen kann?

Ja, auf jeden Fall. Auch hierzu trägt die personelle Veränderung in Stiftungen bei. Auf operativer Ebene arbeiten heute immer mehr Personen in Stiftungen, die selbst auch für NPO tätig waren und daher die Problematik aus dieser Perspektive kennen.

Während etwa in unserem Verband 70 Prozent der Mitglieder Frauen sind, ist aufseiten der Stiftungen der Frauenanteil in Stiftungsräten nach wie vor erst bei knapp einem Drittel, obwohl gerade in der Philanthropie Frauen immer wieder eine wichtige Rolle spielten. Erwarten Sie hier für die Zukunft eine raschere Angleichung in Richtung «fifty-fifty»?

Stiftungen denken in Äonen (lacht)! Nein, im Ernst. Wir publizieren diese Zahlen ja gerade deshalb, um ein Bewusstsein für dieses Manko zu schaffen. Ich hoffe sehr, dass sich dieses Verhältnis in den kommenden Jahren angleicht. Auf Ebene Geschäftsführung ist der Anteil Frauen bereits deutlich höher als im Stiftungsrat.

Dieser Tage haben sich wichtige Förderstiftungen an der Stiftung Schweiz beteiligt, die eine Plattform für den Austausch zwischen Förderstiftungen und Projektträgern bietet. Wie beurteilen Sie dieses Engagement im Hinblick auf den Stiftungssektor in der Schweiz?

Das ist ein sehr wichtiges Zeichen und passt zu dem positiven Bild des Stiftungssektors, das ich zuvor gezeichnet habe. Erstens ist es bemerkenswert, dass sich Stiftungen für ein solches Unterfangen zusammenschlossen haben. Zweitens zeigt es, dass der Sektor um die eigene Entwicklung besorgt ist. Die Digitalisierung ist Fakt, und wenn es keine Anstrengungen hier vor Ort gibt, wird sich früher oder später eine internationale Lösung etablieren. Drittens bieten sich hier ganz neue Chancen für Aktivitäten, die sowohl Stiftungen als auch Destinatäre einbinden. Ein vergleichbares Projekt ist für mich international nur die Fusion von Guide Star und Foundations Center zu Candid.org in den USA vor ein paar Jahren.

Ihre Professur für Philanthropie ist seit Kurzem ein Ordinariat: Ist diese Aufwertung auch ein Zeichen dafür, dass die Philanthropie in der Schweiz im Wachstum begriffen ist?

Der Zuwachs der Bedeutung zeigt sich vor allem daran, dass es inzwischen drei Professuren (Basel, Genf, Lausanne) für Philanthropie in der Schweiz gibt und damit eine vielfältige Forschung zu diesem Thema möglich wird. Die Beförderung ist vor allem eine sehr schöne Anerkennung meiner Universität für die Aufbauarbeit in den letzten vierzehn Jahren hier in Basel.

Swissfundraising-Seminar: Fundraising wie von selbst? Möglichkeiten und Grenzen der Automatisierung

Erfolgreiches Database Fundraising macht den Spagat zwischen Automatisierung und Individualisierung der Kommunikation möglich, indem es Abläufe vereinfacht und Prozesse automatisiert. Im Seminar vom 18. August 2022 mit Andreas Berg lernen die Möglichkeiten der Automatisierung und der Unterstützung täglicher Fundraisingarbeit zu erkennen, erhalten einen Einblick, wie man bei der Gestaltung einer Donor Journey vorgehen kann, und erwerben praxisorientiertes Wissen zur Verbesserung der täglichen Arbeit.

Weitere Informationen unter www.swissfundraising.org

ANZEIGE

In sich selbst investieren – ohne Verzicht

Mit einer Weiterbildung im Bereich Kommunikation

Kommunikation ist allgegenwärtig und für den Unternehmenserfolg unerlässlich. Gerüstet sein für die Zukunft: fh-hwz.ch/kommunikation

Hochschule für Wirtschaft Zürich

HWZ



Swissfundraising Über 400 Teilnehmerinnen und Teilnehmer am SwissFundraisingDay in Bern

Erstmals seit drei Jahren fand der SwissFundraisingDay nach zwei coronabedingten «Herbstausgaben» wieder im Juni statt. Bei traditionell schönem Tagungswetter trafen sich über 400 Teilnehmerinnen und Teilnehmer im Kursaal, um Impulse für ihre Fundraising-Arbeit im Alltag zu erhalten, ihr persönliches Netzwerk zu pflegen und auszubauen – und um die Gewinner des Swissfundraising-Awards zu küren.

Bilder: Alex Preobrajenski



In insgesamt neun Workshops konnten die Teilnehmenden Impulse und Erkenntnisse für ihre Arbeit gewinnen.



«Full House» am SwissFundraisingDay 2022 mit über 400 Teilnehmenden.



Besonders geschätzt wurde auch diesmal 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.



Emilie Romon Carnegie, Country Director Schweiz bei Ashoka, ging in ihrer Keynote der Frage nach, was es für Antworten auf systemische Krisen und Probleme gibt und welche Folgen solche Krisen für das Fundraising haben.



Anna Herbst und Khalil Radi bauten innert ganz kurzer Zeit ihre Organisation «Buy Food with Plastic» auf und erzählten ihre spannende und inspirierende Geschichte in der Abschluss-Keynote.



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

