

Swissfundraising

«Ein CRM ist nur so gut wie die Mitarbeitenden, die es beherrschen»

Marc-André Pradervand kennt die Schweizer Fundraisingszene sehr gut: Der studierte Wirtschaftsinformatiker ist schliesslich seit mehr als zwei Dekaden im Fundraising unterwegs – auch als Referent. Wir haben uns mit ihm zum Gespräch über das Thema SpenderInnendatenbank getroffen, zu dem er im August ein Swissfundraising-Seminar anbietet.

Interview: Roger Tinner Bild: Manuel Fischer



Fundraisingexperte Marc-André Pradervand.

Herr Pradervand, Sie leiten Mitte August ein Swissfundraising-Seminar zum Thema SpenderInnendatenbank (CRM). Was bedeutet eigentlich CRM, und weshalb ist eine solche Datenbank wichtig?

CRM ist die Abkürzung für Customer-Relationship-Management. Dieser Begriff kommt ursprünglich aus der Dienstleistungsbranche, hat aber in den letzten Jahren auch vermehrt im Non-Profit-Bereich Fuss gefasst, denn Spenderinnen und Spender werden zunehmend als Kunden (Customer) gesehen. Mit einem CRM kann ich nicht nur die Spenden einer Person erfassen, sondern die ganze Beziehung (Relationship) zu dieser Person abbilden, das heisst alle Kontaktpunkte wie Mailings, Spenden oder Verdankungen.

Welche Herausforderungen stellen sich Organisationen, die neu eine SpenderInnen-datenbank einführen (wollen)?

Meist handelt es sich um kleine Organisationen, die heutzutage noch keine Datenbank einsetzen, sondern oft nur mit Programmen wie Excel oder Filemaker arbeiten oder eine einfache Spendenbuchhaltung führen. Solche Organisationen müssen sich zuerst die Frage stellen, welche Funktionen und Prozesse sie mit einem CRM abdecken möchten, welche Aufgaben sie selber übernehmen beziehungsweise auslagern wollen und welches Budget ihnen dafür zur Verfügung steht. In einem solchen Fall schlage ich vor, dass sich eine Organisation nicht zu viel auf einmal vornimmt, sondern ein CRM schrittweise einführt und sich dabei von einer externen Fachperson begleiten lässt.

Und wie ist es bei jenen, die bereits über ein CRM verfügen, aber einen Wechsel in Betracht ziehen?

Zuerst muss sich die Organisation im Klaren sein, warum sie wechseln will, denn ein Wechsel ist immer mit viel Aufwand und Kosten verbunden. Sind die Mitarbeitenden mit dem bestehenden CRM unzufrieden, weil sie zum Beispiel nie richtig geschult wurden oder ist es wirklich veraltet? Beim Wechsel von einem bestehenden zu einem neuen CRM kommt es einerseits auf die Komplexität des bestehenden CRM an, das heisst, welche Funktionen und Schnittstellen es abdeckt. Andererseits bilden auch die Datenmenge sowie deren Qualität eine grosse Herausforderung mit Blick auf einen Wechsel, denn alle Daten sollten auch im neuen System lückenlos vorhanden sein. Ausserdem sollte eine Organisation die Vorteile des neuen CRM ausschöpfen können und muss somit Prozessoptimierungen durchführen. Ich kaufe ja auch keinen Sportwagen, um damit nur im ersten Gang herumzufahren, sondern möchte die volle Funktionalität nutzen.

«Es gibt Organisationen, die sich von tiefen Lizenzkosten blenden liessen, gleichzeitig aber die Kosten der Datenmigration völlig unterschätzt haben.»

Was muss ein zeitgemässes CRM für Non-Profit-Organisationen überhaupt können?

Bei einem zeitgemässen CRM geht es nicht nur darum, Spenden zu verwalten, sondern die Organisation bei der sogenannten «donor journey» zu unterstützen, das heisst, die ganze Beziehung mit der Spenderin oder dem Spender abzubilden, um ihre beziehungsweise seine Bedürfnisse besser kennenzulernen. Moderne CRM bieten Schnittstellen zu E-Mail, digitalen Spendentools, Umfragen, Social Media und vielem mehr – alles unter Einhaltung des Datenschutzes. Gleichzeitig unterstützt ein zeitgemässes CRM die Organisation mit aktuellen Kennzahlen, zum Beispiel in Form eines Dashboards. So können u.a. Vergleiche zu Vorjahren oder zu früheren Kampagnen gezogen werden, um Ressourcen optimal einzusetzen.


Worauf sollte bei der Auswahl eines CRM besonders geachtet werden?

Erstens ist es wichtig, zu klären, welche CRM bei welchen Non-Profit-Organisationen in der Schweiz erfolgreich installiert sind. Möchten wir als Organisation «Versuchskaninchen» sein für eine neue Lösung, oder wollen wir auf ein bewährtes CRM setzen, das schon bei anderen Organisationen erfolgreich im Einsatz ist? Zweitens ist es wichtig, dass keine Budgetpositionen vergessen gehen. Leider habe ich immer wieder erlebt, wie sich Organisationen beispielsweise von tiefen Lizenzkosten haben blenden lassen, aber die Kosten der Datenmigration völlig unterschätzt haben. Bei der Auswahl eines CRM muss sich die Organisation darüber im Klaren sein, was ihre aktuelle Lösung kostet und was die neue Lösung kosten würde. Und eine neue Lösung besteht aus Projektkosten und Betriebskosten, auf die ich im Seminar detailliert eingehen werde. Speziell erwähnen möchte ich die Kosten für die Schulung der Mitarbeitenden, bei der oftmals gespart wird. Aber ein CRM ist nur so gut wie die Mitarbeitenden, die es beherrschen.

Gibt es so etwas wie das eierlegende Wollmilch-CRM?

Nein, denn jede Organisation ist anders. Wenn eine Organisation ein solches wünscht, kann fast jede Lösung angepasst oder erweitert werden. Aber Achtung vor den Kosten! Inzwischen gibt es aber CRM-Lösungen, die die Funktionalitäten und Prozesse vieler Kunden auf Basis von Best Practice anbieten, das heisst, eine Organisation kann ein CRM mehr oder weniger ab Stange kaufen und passt ihre Prozesse der Best Practice an, um Kosten zu sparen statt teure Anpassungen am CRM vorzunehmen.

Was dürfen die Teilnehmenden von Ihrem Seminar erwarten?

Hilfreiche Inputs zu den Phasen Bestandsaufnahme, Auswahlverfahren, Einführung und Betrieb sowie eine Übersicht über die wichtigsten und bewährten CRM für Non-Profit-Organisationen in der Schweiz für verschiedene Budgets. 

Marc-André Pradervand

Marc-André Pradervand hat ursprünglich Wirtschaftsinformatik studiert und – nach einer Tätigkeit als Unternehmensberater – vor zwanzig Jahren das Fundraising als Beruf(ung) entdeckt. In den vergangenen zwei Jahrzehnten hat er bei verschiedenen Organisationen wie Unicef, Save the Children, World Vision und Médecins Sans Frontières (MSF) leitende Positionen innegehabt. Während dieser Zeit hat er praktische Erfahrungen mit verschiedensten SpenderInnendatenbanken sowie CRM gesammelt und war auch in diverse Projekte zur Evaluation von neuen CRM involviert. Er gibt sein Fundraising-Wissen und seine Erfahrung an Tagungen und Seminaren im In- und Ausland weiter und ist zudem Mitglied der Programmkommission des SwissFundraisingDays.

Swissfundraising-Seminar «Auswahl und Einführung der richtigen SpenderInnendatenbank (CRM)»

Im Swissfundraising-Seminar vom 19. August 2020 zeigt Marc-André Pradervand auf, welche Vorteile eine zeitgemässe SpenderInnendatenbank (CRM) für Organisationen bringt, welche Voraussetzungen dafür nötig sind und wie eine für die Organisation geeignete Datenbank erfolgreich ausgewählt, eingeführt und betrieben werden kann. Das Seminar findet in den Räumlichkeiten der KV Business School in Zürich statt.

Weitere Informationen und Anmeldung unter: [swissfundraising.org](https://www.swissfundraising.org)

