

Swissfundraising

«Die Ziele müssen ambitioniert, aber erreichbar sein und zur NPO passen»

Sabine Wagner-Schäfer ist Expertin im Digital Marketing und berät Non-Profit-Organisationen beim Auf- und Ausbau ihrer Digitalstrategie. Sie tritt am 9. Oktober 2020 in Bern am SwissFundraisingDay auf und spricht dort über Krisenfestigkeit dank Digitalisierung. Swissfundraising hat sie zum Gespräch gebeten.

Interview: Roger Tinner Bild: zVg



Frau Wagner-Schäfer, Sie referieren am dies-jährigen SwissFundraisingDay zum Thema «Digitalisierung als krisenfeste Strategie für NPO». Bezieht sich das vorwiegend auf eine Krise wie Covid-19, bei der man sich nicht mehr treffen kann, oder geht es allgemein um Krisenfestigkeit von Strategien?

Es geht im Schwerpunkt um die Krisenfestigkeit von NPO durch die Entwicklung und Umsetzung einer Strategie. Covid-19 ist hierbei natürlich ein zeitnahe und echtes Beispiel, das uns allen deutlich gemacht hat, dass wir durch die Digitalisierung krisenfester sind. Also werde ich in meinem Vortrag an Covid-19 nicht vorbeikommen und es als aktuelles Beispiel verwenden.

«Es ist enorm wichtig, dass sich die oberste Führungsebene klar zur Digitalstrategie bekennt und in diesem Zusammenhang auch eine aktive Rolle (Enabler) spielt.»

Wieso sind NPO, die auf digitale Transformation setzen, denn erfolgreicher in einer Krise als traditionell(er) ausgerichtete Organisationen?

In einer Krise sind die digitalen Medien beziehungsweise die Organisationen, die die digitalen Kanäle nutzen, schon seit Jahren erfolgreicher. Die Menschen informieren sich fortlaufend und ständig in ihren digitalen Kanälen über die Krisenlage. Non-Profit-Organisationen, die darauf bereits Antworten haben und ebenfalls in den digitalen Medien schnell, aktuell und mit ansprechendem Content präsent sind, sind zwangsläufig erfolgreicher. Sie haben schnell digitale Antworten und Angebote parat, während die klassischen Medien kostenintensiver, langsamer und hinterher sind.

Worauf sollten NPO bei ihrer Digitalstrategie achten? Können Sie uns hier schon das eine Do oder das andere Don't verraten?

Ein ehrlicher und umfassender Status quo des bestehenden digitalen Geschäfts ist unabdingbar. Ebenso ist enorm wichtig, dass sich die oberste Führungsebene klar zur Digitalstrategie bekennt und in diesem Zusammenhang auch eine aktive Rolle (Enabler) spielt. Es ist darauf zu achten, dass die Digi-

talstrategie zwar innovativ, aber auch an den realistischen Gegebenheiten ausgerichtet ist. Luftschlösser zu bauen, vermeide ich bei meinen Kunden. Auch sollten klare Ziele, Massnahmen und Kennzahlen eine Rolle spielen. Das heisst, ein klares Don't sind Digitalstrategien mit zu unrealistischen Zielen, allgemein zwar gewünschten, aber damit Luftschlösserzielen. Die Ziele müssen ambitioniert, aber erreichbar sein und zur NPO passen.


Haben auch kleine(re) Organisationen Möglichkeiten zur Entwicklung guter Strategien, auch wenn sie keine grossen Investitionsbudgets zur Verfügung haben?

Absolut! Gerade hier liegt für die kleineren Organisationen ein grosses Potenzial. In Deutschland hat sich die kleinere Organisation German Doctors 2013 mit einer Digitalstrategie auf den Weg gemacht. Sie ist heute digital enorm gut aufgestellt, das ganze Fundraising wird «digital first» gedacht und gesteuert – und vor allem: Sie wird als Vorzeige-NPO für digitale Transformation gesehen und hat sehr gute Kennzahlen aufzuweisen. Wie das ging? Entwicklung einer Digitalstrategie mit zwei investiven Jahren und einer konsequenten Umsetzung. Der Vorstand hat die Digitalstrategie in Auftrag gegeben und stand zu hundert Prozent hinter den Investments. Wichtig ist in dem Zusammenhang auch, dass es den Mut braucht, Investitionen zugunsten der Digitalisierung zu verschieben.

Welchen Einfluss hatte und hat die Corona-Pandemie Ihres Erachtens auf die Digitalisierung im dritten Sektor? Wird sie tatsächlich beschleunigt?

Es handelt sich um einen Bumerang-Effekt, und es wird auch ein gewisser Schub bleiben. Ich meine damit, dass der grosse, spürbare Schub in der Digitalisierung nur kurzfristig war, vergleichbar mit einer humanitären Katastrophe. Auf diesem hohen Niveau werden wir mittel- bis langfristig nicht bleiben. Dennoch hat der Schub auch längerfristig zu spürende Auswirkungen: beispielsweise den positiven Einfluss auf die Themen Homeoffice und Videokonferenzen («Kultur-Change»), aber auch die digitale Spendenbereitschaft, die sicher auf einem leicht höheren Niveau bleiben wird.

Zum Schluss: Was dürfen die Teilnehmenden von Ihrem Referat am SwissFundraisingDay erwarten?

Ich stelle den Prozess der Entwicklung einer Digitalstrategie dar und die zehn Themen, die im Rahmen der digitalen Transformation bedacht, gelöst und in allen Herausforderungen umgesetzt werden müssen. Weiterhin wird aufgezeigt, warum und wie sich eine zunehmende Digitalisierung positiv auf die Krisenfestigkeit auswirken wird. Ein tolles Beispiel der Caritas mit Bezug auf die Covid-19-Krise zeige ich ebenfalls. Daraus können die Teilnehmerinnen und Teilnehmer insgesamt viele konkrete Learnings mitnehmen. 

Zur Person

Sabine Wagner-Schäfer ist seit 2014 Senior Consultant Digital Marketing bei AZ fundraising services. 2015 hat sie das Online Fundraising Forum in Köln und Berlin aufgebaut. Von 2005 bis 2013 war sie Bereichsleiterin Fundraising und Mitglied der Geschäftsleitung von Unicef Deutschland. Ab 2006 war sie zudem aktives Vorstandsmitglied der Stiftung United Internet for Unicef und für das Online-marketing der erfolgreichen Stiftung verantwortlich. Davor war sie im in verschiedenen Leitungsfunktionen im Versandhandel und im Medienbereich tätig.

SwissFundraisingDay 2020: «Fundraising nach der Krise: Gestärkt in die Zukunft»

Das wichtigste Branchentreffen der Schweiz findet am 9. Oktober 2020 zum Thema «Fundraising nach der Krise: Gestärkt in die Zukunft» statt – mit spannenden Workshops/Roundtables und Günther Lutschinger, Geschäftsführer Fundraising Verband Austria, sowie Sabine Wagner-Schäfer, Head of Digital Fundraising bei AZ fundraising services, als Hauptreferierende.

Das Programm des SwissFundraisingDay ist online und die Anmeldung offen:
www.swissfundraisingday.ch

