

FUNDRAISING

Brücke zwischen Projekten und Spendern

Der kleine Verein im Quartier ist auf sie angewiesen, genauso wie die grosse Hilfsorganisation: Spenden in Form von Zeit, Geld und Wissen. Die einen werben professionell um die Unterstützung durch Privatpersonen, Firmen und Stiftungen. Die anderen machen es aus dem Bauch heraus. Doch eines haben sie gemeinsam: Wenn es um Spendenwerbung geht, wird heute meist das englische Wort «Fundraising» verwendet. **Von Jan Uekermann**

Das Wort «Fundraising» setzt sich zusammen aus den Worten «funds», dt. Mittel, und «to raise», dt. einwerben. Es meint also die Mittelbeschaffung für Non-Profit-Organisationen oder -Projekte, hauptsächlich für klassische Hilfswerke, aber auch für Institutionen in Bereichen wie Kultur, Gesundheit oder Bildung. In den USA oder England ist dieses Berufsfeld schon lange etabliert, in der Schweiz ist es noch weniger bekannt.

Finanzierung professionell sicherstellen

In der Gesellschaft herrscht immer noch stark die Meinung vor, dass das Sammeln von Spenden ehrenamtlich geschehen sollte. Wenn allerdings für die Gesellschaft wichtige und grosse Projekte nachhaltig

umgesetzt werden sollen, müssen sich Hauptamtliche nicht nur um die Umsetzung, sondern auch um die Finanzierung kümmern. Sie arbeiten häufig zusammen mit Kommunikations- und Marketingverantwortlichen, an der Schnittstelle zwischen NPO und (potenziellen) Spenderinnen und Spendern. Oder sie sind als freiberufliche Fundraiser/-in für verschiedene Organisationen beratend tätig. Fundraiser/-innen umschreiben ihre Tätigkeit gerne mit dem Bild einer Brücke: Auf der einen Seite Menschen, die helfen wollen, auf der anderen Menschen, Tiere, Dinge, die Hilfe benötigen. Die Verbindung dazwischen sind die NPO und damit konkret (auch) die Fundraiser/-innen. Denn egal ob jemand 10 oder 1000 Franken spenden möchte: Die wenigsten Spender/-innen ha-

ben selber das Wissen oder die Infrastruktur für die Umsetzung von Projekten, wie sie bei Organisationen und Vereinen vorhanden sind. Die Fundraiser/-innen haben hier eine Art Übersetzungsfunktion zwischen Projekten, Hilfesuchenden und potenziellen Spendenden.

Vertrauen, Betroffenheit und Emotionen

Die Motive der Spender/-innen sind vielfältig: Oft sind Spendende selbst betroffen von einem bestimmten Thema, man kennt jemanden in einem Verein, oder die Organisation erscheint vertrauenswürdig. Auch Emotionen spielen bei der Spendenentscheidung eine massgebliche Rolle. Die Emotionen oder die Beziehungsgestaltung zu Menschen sind

daher wichtige Aspekte, die mittelbeschaffende Personen interessieren müssen. Das ebenfalls nötige «Handwerkszeug» wird in Weiterbildungen gelehrt. Hier gibt es Antworten auf Fragen wie: Welche Stiftung kommt für einen Antrag in Frage? Wie kann man darauf aufmerksam machen, dass Menschen eine Organisation auch im Testament berücksichtigen können? Was macht einen guten Spendenaufruf aus? Öffentliche Gelder für gesellschaftlich wichtige Projekte nehmen tendenziell eher ab als zu. Auch das ist ein Grund dafür, warum das Berufsfeld Fundraising weiter stark am Wachsen ist und Nachwuchs – Ein- und Umsteiger – gut gebrauchen kann.

Jan Uekermann ist seit über zehn Jahren als Fundraiser tätig, seit Anfang 2013 ist er Projektleiter bei Swissfundraising. (www.swissfundraising.org)



Foto: Dieter Seeger

Felizitas Dunekamp (52): Professionelles Geldsammeln für eine gemeinnützige Organisation

Nach Ausbildungen zur Arztgehilfin und Kosmetikerin arbeitete Felizitas Dunekamp 16 Jahre bei der Parfümerie Douglas, zuletzt als stellvertretende Geschäftsleiterin. Danach war sie drei Jahre Aerobic- und Fitnesstrainerin und erwarb das eidgenössische Marketingdiplom. Ab 2001 arbeitete sie als Koordinatorin Kommunikation und Fundraising bei der Krebsliga Schweiz. Seit 2004 ist sie Mitglied der Geschäftsleitung und Leiterin Fundraising. Berufsbegleitend absolvierte sie 2005 den DAS Fundraising Management bei der ZHAW. Ihr nächstes berufliches Ziel: «Eine noch bessere Fundraiserin zu werden und meine Freude und Motivation weitergeben zu dürfen.»

FUNDRAISING-AUSBILDUNGEN

Der Zertifikatslehrgang (CAS) in Fundraising am Verbandsmanagement-Institut (VMI) der Universität Freiburg/Fribourg besteht aus zwei einwöchigen Modulen und einer Projektarbeit. Für das Zertifikat wird auch praktische Tätigkeit im Fundraising vorausgesetzt. Der nächste Lehrgang startet am 14. September 2014. www.vmi.ch

Der Diplomlehrgang (DAS) in Fundraising Management an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) in Winterthur umfasst 220 Lektionen und wird mit dem Diploma of Advanced Studies in Fundraising Management abgeschlossen. Der nächste Lehrgang startet am 9. September 2014. www.zkm.zhaw.ch/fundraising-management

(Fortsetzung auf Seite 12)

(Fortsetzung von Seite 11)



› NACHGEFRAGT

bei Roger Tinner, Geschäftsführer von Swissfundraising, dem Berufsverband der Fundraiser/-innen.

Wie viele professionelle Fundraiser/-innen gibt es derzeit in der Schweiz?

Genauere Zahlen gibt es nicht, weil es sich nicht um eine geschützte Berufsbezeichnung bzw. ein gesetzlich geregeltes Berufsbild handelt. Es sind auf jeden Fall mehrere Tausend voll- oder zumindest hauptamtlich tätige Fundraiser/-innen. In kleineren Organisationen sind das oft die Ge-

schäftsführer/-innen, die diese Aufgabe wahrnehmen, ohne sich selbst als Fundraiser/-in zu bezeichnen.

Wieso braucht es denn einen Berufsverband für Fundraiser/-innen?

Als Plattform vernetzen wir die Fundraiser/-innen, damit sie ihre Erfahrungen einfach austauschen können. Zum Zweiten bringen wir sie fachlich weiter, damit sie ihren Beruf wirkungsvoll ausüben können. Und drittens machen wir Fundraising in der Öffentlichkeit bekannter und engagieren uns in Gesellschaft und Politik für gute Rahmenbedingungen fürs Spendensammeln.

Welche Ausbildung hat ein/e «klassische/r» Fundraiser/-in?

Die «klassische» Ausbildung für diesen Beruf gibt es nicht. Das Berufsfeld lebt von vielen Quereinsteigerinnen und -einsteigern, die aus ganz verschiedenen Bereichen kommen, oft aus der Kommunikation oder

aus anderen Funktionen innerhalb von NPO. Umso zahlreicher sind – bei unserem Verband und anderen Anbietern – die Möglichkeiten, sich im Fundraising nebenberuflich weiterzubilden, an Tagungen, Seminaren, Erfa-Treffs oder in Lehrgängen.

Viele Menschen sind misstrauisch gegenüber Spenden sammelnden Organisationen...

Das kann ich nicht bestätigen. Die Schweiz gehört im internationalen Vergleich zu den Ländern mit einer sehr spendefreudigen Bevölkerung: Schweizerinnen und Schweizer haben im Jahr 2012 rund 1,7 Milliarden Franken gespendet. Und das Spendenvolumen in der Schweiz ist damit zum sechsten Mal in Folge gestiegen. Wie in jeder Branche gibt es auch beim Spendensammeln vereinzelt «schwarze Schafe», bei denen Spenden nicht in Projekten landen. Generelles Misstrauen – insbesondere gegenüber bekannten und zertifizierten Hilfswerken und Institu-

tionen – ist aber nicht angebracht und auch nicht vorhanden: Dazu haben die Aufklärungsarbeit von Zewo, dem Gütesiegel für Hilfswerke, und unsere Anstrengungen, Fundraising nach ethischen Richtlinien zu lehren und von allen Mitgliedern explizit zu verlangen, sicherlich beigetragen.

Wo liegen die Herausforderungen fürs Fundraising in der Zukunft?

Wie in anderen Branchen geht es darum, den richtigen Weg fürs Fundraising auch in Zeiten veränderter Kommunikationswege und -mittel zu finden: Online-Fundraising wird strategisch immer wichtiger, um die «Digital Natives» zu Spenderinnen und Spendern zu machen. Gleichzeitig ist der Grossteil der heute aktiv Spendenden noch gut über die klassischen Kanäle wie Direktmailings abzuholen. Es ist also – wie im allgemeinen Marketing auch – schwieriger geworden, die eigenen Ziel- und Anspruchsgruppen auf dem für sie richtigen Weg anzugehen.