

EDITORIAL



UNTERSTÜTZUNG
Mit Engagement andere
Menschen unterstützen.
FOTO: MELANIE BROOKS/CAFE



QR-CODE
SCANNEN UND
DIE AUSGABE
ONLINE LESEN!

WWW.SPENDENSCHWEIZ.CH



MEDIAPLANET SCHWEIZ

**WIR
EMPFEHLEN**



6

Peter Egli
Redaktor | Architekt



18

Natasha-Beth Dunwell
Dialogerin

Diese Spendenausgabe von Mediaplanet erscheint jährlich als Beilage der TA Media Printausgaben. Sie gibt ein Bild von der wertvollen Arbeit zahlreicher gemeinnütziger Organisationen in der Schweiz. Um ihren unersetzbaren Beitrag für die Gesellschaft leisten zu können, sind die meisten dieser Organisationen in unterschiedlichem Masse auf freiwillige Spenden von Privaten angewiesen.

DAS PRIVATE ENGAGEMENT IN DER SCHWEIZ: ZEICHEN EINER AUSGEPRÄGTEN ZIVILGESELLSCHAFT



Leticia Labarone
Studienleiterin Diplomlehrgang
Fundraising Management an der
Zürcher Hochschule für angewandte
Wissenschaften (ZHAW)

«Fast drei Viertel der Wohnbevölkerung unterstützen gemeinnützige Organisationen finanziell.»

Für viele Menschen in der Schweiz ist denn auch ein Engagement für einen guten Zweck eine Selbstverständlichkeit. Dabei hat neben Geld- und Sachspenden vor allem die Freiwilligenarbeit (Zeitspende) eine grosse Bedeutung. Dieses ausgeprägte Engagement der Bevölkerung trägt wesentlich zu einer funktionierenden Zivilgesellschaft bei, die vorwiegend von Non-profit-Organisationen wie Stiftungen, Vereinen, Genossenschaften oder Verbänden geprägt ist.

Spendenstatistiken

Rund 33 Prozent der Bevölkerung ab 15 Jahren üben mindestens eine institutionalisierte oder informelle Freiwilligenarbeit aus. Jede fünfte Person führt eine unbezahlte Tätigkeit im Rahmen von Vereinen, Organisationen oder Institutionen aus; das entspricht rund 1,3 Millionen Menschen. Institutionelle Freiwilligenarbeit wird am meisten für Sportvereine geleistet; danach kommt das Engagement für kulturelle Vereine, Interessenvereinigungen sowie sozial-karitative und kirchliche Organisationen. Daneben führt rund jede sechste Person, meistens Frauen, informelle Freiwilligenarbeit wie zum Beispiel die Betreuung verwandter oder bekannter Kinder oder Nachbarschaftshilfe aus. Ebenfalls weit verbreitet

ist das Geldspenden: Fast drei Viertel der Wohnbevölkerung unterstützen gemeinnützige Organisationen finanziell. Am häufigsten wird für Kinderhilfe, Krankheitsbekämpfung, Katastrophenhilfe und Behindertenhilfe gespendet. Unterstützt wird damit vor allem die Ursachenbekämpfung und die Selbsthilfe. Insgesamt haben Schweizer Privathaushalte 2013 durchschnittlich rund 490 Franken gespendet. Das Verhältnis zwischen Spendenhöhe und Einkommen ist in der Schweiz, nach den USA, das zweithöchste weltweit.

Fundraising

Es verwundert deshalb nicht, dass der Schweizer Spendenmarkt umkämpfter ist denn je. Eine Vielzahl von regionalen, nationalen und vermehrt auch internationalen Organisationen und Hilfswerken werben um eine Unterstützung. Alle diese gemeinnützigen Organisationen können ihre Arbeit leisten, wenn sie Spenden erhalten. Mittlerweile betreiben nicht mehr nur die klassischen Hilfswerke Fundraising, sondern auch Organisationen aus den Bereichen Kultur, Umwelt und Bildung. Im Wettbewerb um Spenden hat heute nur Erfolg, wer die Kunst des Fundraising beherrscht, also über Knowhow und Instrumente der Spendengewinnung verfügt. Fundraising ist daher für die meisten gemeinnützigen

Organisationen zu einer Kernaufgabe geworden, für die ausgebildete Fachleute benötigt werden. Ausenstehende unterschätzen gewöhnlich, wie komplex und anspruchsvoll Fundraising geworden ist. Nachhaltiges und systematisches Fundraising beruht heute auf Fundraisingstrategien und ausgeklügelten Spendenkonzepten wie Spenderbriefaktionen, Benefizveranstaltungen, Onlinekampagnen oder Grossspendengewinnung, und nicht zuletzt auch auf einem grossen persönlichen Engagement der FundraiserInnen. In Fundraising-Ausbildungen wird das dafür notwendige Knowhow erworben. Gut ausgebildete FundraiserInnen sind heute auf dem Arbeitsmarkt gesucht. Neben jüngeren EinsteigerInnen mit gutem Bildungshintergrund haben vor allem auch reifere Jahrgänge, die aus dem Dienstleistungssektor kommen und Erfahrung in der Kundenbetreuung besitzen, gute Chancen auf eine interessante Tätigkeit. Vor allem im face-to-face Fundraising wie etwa dem Grossspendenbereich, wo es auf den persönlichen Kontakt zum Spender ankommt, sind Persönlichkeit, Empathie und Lebenserfahrung wichtige Eigenschaften für den Erfolg.

Ich wünsche Ihnen viel Anregung bei der Lektüre und hoffe ganz heimlich, dass Sie sich damit zu weiterem Spendenengagement motivieren lassen.

SPENDEN
SIEBTE AUSGABE, 07. JUNI 2014

Managing Director: Fredrik Colfach
Produktions- und Redaktionsleitung: Marcel Koller
Layout und Bildbearbeitung: Daniel Stauffer

Project Manager: Sandro Kündig
Tel.: +41 (0)411 73 23
E-Mail: sandro.kuendig@mediaplanet.com

Kontakt: Philipp Oehler
Tel.: +41 (0)43 540 73 04
E-Mail: philipp.oehler@mediaplanet.com

Distribution: Tages-Anzeiger
Druck: DZZ Druckzentrum Zürich AG

**MEDIA
PLANET**

Das Ziel von Mediaplanet ist, unseren Lesern qualitativ hochwertige redaktionelle Inhalte zu bieten und sie zum Handeln zu motivieren. So schaffen wir für unsere Inserenten eine Plattform, um Kunden zu pflegen und neue zu gewinnen.

ANZEIGE

«ICH WAR SEHR FROH,
MITTEN IN DER DURCHWACHTEN
NACHT EIN OFFENES
OHR UND VERSTÄNDNIS
ZU ERHALTEN.»

Ihre Spende hilft Eltern und Kindern
in Not - wirkungsvoll und direkt.
Spendenkonto: PC Konto 80-32539-6,
IBAN ZKB CH29 0070 0111 40101823 1



**Eltern
notruf**
0848 35 45 55
24h Hilfe und Beratung.

(Postnetzteam)

www.elternnotruf.ch
24h@elternnotruf.ch

