



Newsletter 2-2010

Sehr geehrte Damen und Herren

Die **Social Media** schlagen uns heute sozusagen um beide Ohren. **Interaktive Internet-Plattformen** wie Twitter, Facebook, Flickr und YouTube etc. haben unser kommunikatives Verhalten rasant, grundlegend und nachhaltig verändert und werden dies auch weiterhin tun. Folgende Faktoren und Trends sind wichtig:

- **Unmittelbarkeit:** Informationen gelangen vom Absender (Urheber) ohne Zwischenstufe direkt an den Adressaten - sofort, in beliebiger Zahl, an alle und jeden, weltweit.
- **Eigendynamik:** Informationen können, weil jedermann zugänglich, nicht mehr kontrolliert werden. Sie sind frei austauschbares Allgemeingut. Sie können beliebig erstellt, kommentiert, bewertet und diskutiert werden. Woher sie kommen und wohin sie gehen, unterliegt einzig der kreativen Willkür jener, die sich an deren Austausch beteiligen.
- **Demokratisierung:** Jeder kann sich zu allem und zu allen äussern. Manipulationen sind nicht mehr möglich. Selbstbestimmung und die Gelegenheit zur Meinungsäusserung nehmen zu. Informationsmonopole und Hierarchien wanken.

Wohin uns das führen wird, ist völlig unklar. Chancen und Risiken halten sich noch die Waage. Banalisierung und Ermüdung sind denkbar. Geschickt mitsurfen, heisst die Devise. Manche NPO tun dies bereits mit Erfolg. Ziel ist dabei meist die Stärkung der Identifizierung (Community Building) und die unmittelbare und kontinuierliche Meinungsbildung. Mit dem Spenden Sammeln hapert's noch. Die jüngste Errungenschaft für Schweizer SMS-Spender hat aber auch hier neue Möglichkeiten eröffnet (www.fairgive.org). Besonders bei Nothilfe-Aktionen (Glückskette) und besonderen Events „Jeder Rappen zählt“ wird dies sehr hilfreich sein. Für den Einsatz der Social Media ist entscheidend, dass die dortigen Aktivitäten **eng verknüpft sind mit der übrigen Kommunikation** der NPO. Und beim Fundraising ist die banale Frage zu lösen: Wie kommen die Spenden ohne Medienbruch (z.B. kein zusätzlicher ES) und kostengünstig direkt zur Organisation? Dies alles erfordert eine sorgfältige **konzeptionelle Grundlage**, die Bereitschaft zum Einsatz entsprechender personeller und technischer **Ressourcen** und **eine innere Kultur der offenen Kommunikation** und die Einsicht, dass in Zeiten von Web 2.0 nur besteht, wer offen und direkt kommuniziert.

Neues vom VMI über den Schweizer Nonprofit-Sektor

Nun liegt sie endlich vor: Die Länderstudie Schweiz des VMI, verfasst im Rahmen des Johns Hopkins Comparative Nonprofit-Sector Projekts CNP (ich habe vor längerer Zeit davon berichtet). Sie ist äusserst lesenswert. Neben eindrücklichen Zahlen—die Verfasser gehen z.B. davon aus, dass in der Schweiz ca. 180'000 Personen im dritten Sektor arbeiten, mehr als in der Landwirtschaft, wie die NZZ in ihrer Rezension am 15.11.2010 vermerkte—macht die Studie



deutlich, dass die **Ökonomisierung** der NPO (Vereine und Verbände genauso wie Stiftungen) stetig voranschreitet und dass dabei insbesondere Fragen nach dem Nutzen des eigenen Tuns (**Wirkungsmessung**) an Bedeutung zunehmen werden. Ich kann diese Tendenz aus meiner praktischen Beratungstätigkeit nur bestätigen.

Ausgaben	in Mrd. Franken	in % des Schweizer BIP
Gehälter und Sachleistungen	21.6	4.7
Gegenwert der Freiwilligenarbeit	6.0	1.3
Total	27.6	6.0
Beschäftigte	in FTE	in % der Erwerbstätigen
Berufstätige	180'500	4.5
Freiwillige	79'800	1.9
Total	260'300	6.4

Der Schweizerische NPO-Sektor – Indikatoren für das Jahr 2005; Quelle: VMI 2/10

Stärkung der Philanthropie in der Schweiz



Die Fondation 1796 hat im Sommer dieses Jahres nach einer umfangreichen Untersuchung verschiedene Vorschläge unterbreitet, wie die Philanthropie in der Schweiz gestärkt werden könnte. An der Umsetzung dieser vielfältigen und interessanten Ideen kann man sich aktiv beteiligen. Wer Interesse hat: Eine informelle Anfrage (via www.fondation1796.org) kann nicht schaden.

Stiftungen: Spiegeln an der Wand, wer hat das beste Verzeichnis im ganzen Land?

Seit 8 Jahren arbeiten wir bei NonproCons kontinuierlich an einem umfangreichen und mittlerweile einzigartigen und führenden Wissenstool über Förderstiftungen. Dieses Know-how machen wir unseren Kunden zugänglich. Unser „Sherlock Holmes“ ist schon fast legendär. Der - sehr verdienstvolle - Branchenverband *Swissfoundations* hat daran gar keine Freude, wie ich vor kurzem in Bern an einem Podiumsgespräch hören durfte. Warum eigentlich? Er möchte gerne ein solches Verzeichnis gratis für alle, realisiert vom Staat. Ob der Staat der richtige Adressat ist für dieses Anliegen, wage ich zu bezweifeln. Ansonsten: Reden können wir über alles.

Beispiele aus unserer Arbeit



Basel-Stadt



KOLPING



Schweizerische Herzstiftung

Aktiv gegen Herzkrankheiten und Hirnschlag

NonproCons hat aktuell u.a. für die Regierung des Kantons Basel-Stadt den Entwurf des neuen **Kulturleitbildes Basel-Stadt** erarbeitet, für den Bündner Skiverband eine erstmalige **Test-Fundraising-Kampagne** konzipiert und gestartet, für Kolping International in Deutschland die Arbeit an einer **Fundraising-Strategie** begonnen und für die schweizerische Herzstiftung die Grundlagen gelegt für ein **Grosspender-Fundraising**; mehrere Beratungen im Stiftungsfundraising kamen dazu. Für eine grosse Förderstiftung wurden Szenarien für die **künftige Förderfähigkeit** ausgearbeitet. Einen Überblick über unsere Angebote finden Sie im Anhang.

Für Sie gelesen

Im Anhang eine weitere Buchrezension von Jürg Rohner - viel Spass beim Lesen

... und eine möglichst geruhliche Adventszeit wünscht

NonproCons

Beilagen

Dr. Peter Buss, Geschäftsführer