



Newsletter 2-2008

Sehr geehrte Damen und Herren

Immer wieder werde ich gefragt: **Weshalb wird das Fundraising stetig teurer?** Nun, eine abschliessende Antwort habe ich nicht parat, dafür aber eine kurze und eine etwas längere. Die kurze Antwort wäre: Weil alles mehr kostet. Die etwas längere:

1. Einen neuen Spender zu gewinnen und einen bestehenden Spender zu halten ist heute viel schwieriger als früher. Es ist wesentlich **mehr Überzeugungsarbeit zu leisten**.

✎ Nehmen wir zum Beispiel die Privatspender: Das frei verfügbare Haushalteinkommen sinkt von Jahr zu Jahr. Für Spenden bleibt immer weniger Geld übrig. Der Spendenmarkt ist ein gesättigter Markt. Gleichzeitig wächst die Zahl der Themen und Organisationen, für die gespendet werden kann; die Vielfalt ist fast schon verwirrend. Gespendet wird nur noch, wenn Organisation und Thema und die Menschen, die dafür einstehen, zweifelsfrei überzeugen und wenn das konkrete Anliegen mit den eigenen (Spender-) Motiven übereinstimmt. Die Spenden sammelnden Organisationen kommen heute nicht mehr darum herum, diese Überzeugungsarbeit offen und v.a. auch kontinuierlich und differenziert zu leisten, und dies in einem harten gegenseitigen Wettbewerb. Einen solchen Spenderdialog aufzubauen und erfolgreich zu erhalten, das ist heute eine Kunst geworden und erträgt keine Halbheiten. Allein schon diese Entwicklung macht Fundraising gegenüber früher aufwändiger und teurer.

2. Der Dialog mit dem Spender ist aus diesem Grunde sehr **anspruchsvoll** geworden. Die damit verbundenen Aufgaben sind vielfältig und komplex. Nichts geht nur noch „mit links“.

✎ Es reicht nicht mehr, einfach nur einen Brief zu schreiben und dann auf die Spende zu warten. Der Spender will heute umsorgt und betreut sein (auch wenn er sich dessen gar nicht bewusst ist oder dies gar bestreitet). Sobald man ihn vernachlässigt, springt er ab. Die Verwaltung seiner Adressdaten etc. muss penibel erfolgen; Fehler werden kaum verziehen. Ganze Programme sind anzubieten und zu managen, damit das Interesse und die Spenderbindung erhalten bleiben (z.B. Patenschaften, Gönnerclubs, Events etc.). Jederzeit muss man vollumfänglich und transparent Rechenschaft ablegen können, was mit der Spende gemacht wurde. Dass alles geht weit über das hinaus, was noch vor 10 Jahren abverlangt wurde, und verteuert die Mittelbeschaffung erheblich.

3. Die Ressourcen, die eine Spenden sammelnde Organisation zur Bewältigung all dieser Aufgaben einsetzen muss, werden immer **umfangreicher**.

✎ So zeigt sich auch beim Spendensammeln, was überall zu beobachten ist: Der Zeitaufwand steigt für alles, ohne ein Minimum an Fachwissen und technischer Infrastruktur (Datenbank) geht es nicht mehr und es braucht neben engagierten Freiwilligen immer mehr auch ausgefuchste Profis. Und all dies kostet und wird nicht billiger. Allein das Porto ist bei Direct-Mails zu einem der grössten Kostenfaktoren geworden. Es zeigt sich auch im Fundraising: In gesättigten Märkten sind allein schon gleichbleibende Erträge nur mit höheren Investitionen zu halten.

Während grössere Organisationen auf diese Entwicklung gut reagieren können und auch genügend Geld haben, um laufend in das Fundraising zu investieren, sind es v.a. die kleinen

und mittleren NPO, die immer mehr Mühe haben, auf einen grünen Zweig zu kommen. Kein ernsthafter Fundraiser hat ein Interesse daran, in der Mittelbeschaffung Geld zu verschleudern. Und trotzdem: In den nächsten Jahren wird vom Privatspender gespendeten Franken immer weniger auf der Hand übrigbleiben. Um das auszugleichen, **wird es unumgänglich sein, eine saubere Fundraising-Strategie auszuarbeiten und auch Märkte zu bearbeiten**, bei denen die Kosten (noch) nicht so hoch sind. Einfacher wird es nicht.

Einige Kennzahlen zu den CH-Privatspendern (Spendenmonitor gfs-zürich, www.gfs.ch):

- Durchschnittl. Spendensumme pro Haushalt: `07 = CHF 355.- (tiefster Wert seit Jahren), `06 = CHF 452.-.
- Durchschnittl. Betrag pro Einzelspende: `07 = CHF 56.-, `06 = CHF 77.-.
- Spendenhäufigkeit: 77% der Haushalte haben `07 mind. einmal gespendet (höchster Wert seit Jahren).
- Geschätztes Spendenvolumen: `07 = ca. CHF 700 Millionen, `06 = ca. CHF 780 Millionen.
- Anzahl Lastschriftverfahren LSV: 4% der Spender.
- Spendenthemen in der Reihenfolge des Interesses: 1. Krankheitsbekämpfung, 2. Kinder, 3. Behinderte, 4. Katastrophenhilfe Inl., 5. Katastrophenhilfe Ausl., 6. Hungerhilfe, 7. Natur- u. Umweltschutz, 8. Tierschutz, 9. Arme in CH, 10. Entwicklungshilfe. Zugelegt haben Nr. 7. u. 8, verloren haben Nr. 2, 4-6 u. 9-10.

Wenn wir die obige durchschnittl. Spendensumme pro CH-Haushalt zu jenem Betrag in Bezug setzen, den dieser nach Abzug der obligatorischen Ausgaben wie Steuern und Sozialversicherungsbeiträgen noch zur freien Verfügung hat (laut BFS sind dies per `06 CHF 71'640.- im Jahr), so ergibt sich daraus, dass die CH-Haushalte im Jahr `06 durchschnittl. ca. 0,6% ihres verfügbaren Haushaltseinkommens spendeten.

Fazit: Es spenden heute wieder mehr Schweizer als früher, dies aber mit kleineren Beträgen und immer wieder auch für andere Themen, und auf jeden Fall ohne allzu feste formale Verpflichtung.

Im August 2008 bereits zum 10. Mal: Zürcher Roundtable der Philanthropie



Gründer u. Organisatoren des Zürcher Roundtables der Philanthropie v.l.n.r.: Peter Buss (NonproCons), Flurin Durisch (UBS)*, Samy Darwisch (WWF Schweiz), Francois Geinoz (Limmat Stiftung) und Kecia Barkawi (VALUEworks). * Ausgetreten. Nachfolger: Christian Hafner (Bank Wegelin & Co.)

2006 fand der erste Zürcher Roundtable der Philanthropie statt. Er hat zum Ziel, ausgewählte Persönlichkeiten aus dem Philanthropie-Bereich zum Gedankenaustausch und Aufbau eines Beziehungsnetzwerks in neutraler, ungezwungener Atmosphäre zusammen zu bringen, aktuelle Themen zur Philanthropie zu diskutieren, Synergien zu nutzen, Bedürfnisse zu erkennen und **die Philanthropie zu fördern**. Teilnehmer (zurzeit ca. 60) sind Vertreter operativ tätiger NPO und der Finanzbranche, Donatoren, Stifter, Stiftungsräte, Unternehmer, Wissenschaftler, NPO-Berater, Politiker und Mitarbeiter von Regulierungsorganisationen und Behörden. Mitwirkung nur auf persönliche Einladung. www.philanthropie.net

Kein Fundraising in der Kultur ohne Kultur des Fundraisings

Die **nachhaltige Finanzierung von Kulturinstitutionen mit Drittmitteln** bildete den Schwerpunkt der Sommerkonferenz von EU Consult, der europ. Vereinigung der führenden Fundraising-Berater, die dieses Mal in



der idyllisch gelegenen John Cabot University in Rom stattfand. Das Gesprächsergebnis, das unser Berater Roy Schedler in einer Aktennotiz mitbrachte, ist sehr aufschlussreich:

„Es wurde bald klar: **Es fehle** – entgegen allen hartnäckigen Behauptungen – im Kulturbereich nicht an potentiellen Spendengeldern, sondern v.a. **an der Kultur des Fragens**. Das liege in erster Linie an den Vorstandsmitgliedern, die weder über entsprechende Erfahrungen noch über das notwendige Interesse an der finanziellen Situation der Kulturinstitution verfügten, für deren Zukunftssicherung sie in das strategische Führungsorgan berufen wurden. Bei Premieren und Vernissagen einfach nur zu antichambrieren, sei zwar sicherlich reizvoll, genüge aber nicht. Dazu komme, dass es den Verantwortlichen schwerfalle, in einfachen Worten zu erklären, was die jeweilige Kultureinrichtung denn eigentlich tun. Mit name-dropping allein beeindrucke man bestenfalls das Feuilleton und das Stadtmarketing, aber sicherlich keinen Spender. Diese wollen vom gesellschaftlichen Mehrwert eines Opernhauses, eines Museums und eines Theaters überzeugt werden: Diese Botschaft so zu formu-

lieren, dass sie jederzeit anhand einer Aufführung oder einer Ausstellung dokumentiert und von den Vorstandsmitgliedern auch punktgenau vermittelt werden könne, sei die eigentliche Aufgabe.“

Mit dieser Situation sind wir auch in der Schweiz konfrontiert. Aber ich räume ein: Es ist bei uns schwierig, gute – und einfach verständliche – Gründe für die Spenden-Finanzierung von Kultureinrichtungen zu finden.

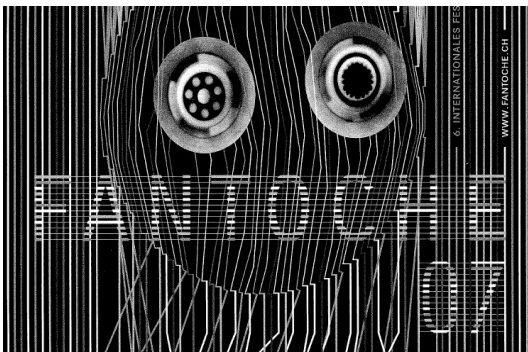
Beispiele aus unserer Arbeit

Seit 2005 verleiht die **Samaritervereinigung der Stadt Bern** den **Berner Samariterpreis** – dies auf der Grundlage und in Umsetzung eines von Stéphane Gay-Lang, Berater NonproCons, ausgearbeiteten Konzepts. Bereits nach drei Jahren muss dafür das Berner Stadttheater gemietet werden! Präsident Thomas Fuchs: „Die Preisverleihung ist auf dem besten Weg, zu einem **gewichtigen Gesellschaftsanlass der Hauptstadt zu werden**“. Die beiden Ziele – 1. verstärkte Medienpräsenz nach aussen und 2. Schaffung eines attraktiven Anlasses für die Mitglieder – wurden zu 100% erreicht. Konzepte müssen nicht immer Papiertiger bleiben - Herzliche Gratulation!



Thomas Fuchs (Mitte), Präsident der Samaritervereinigung der Stadt Bern, überreicht den Samariterpreis `07.

➔ *Interessiert an einer kreativen Lösung für eine **wirkungsvolle Mitgliederwerbung**? Das die E-Mail-Adresse von Stéphane Gay-Lang: stephane.gay-lang@nonprocons.ch*



Fantoche, Internationales Festival für Animationsfilm, schreibt im Jahresbericht `07: „Nach den rückläufigen Entwicklungen in den letzten beiden Festivalperioden konnte für Fantoche `07 **in der Unterstützung durch Stiftungen eine Steigerung um 300%** erzielt werden. Dieser Erfolg ist vorwiegend auf ein externes Coaching im Stiftungsfundraising durch Roy Schedler von der Firma NonproCons zurückzuführen, wodurch neue Stiftungen evaluiert werden konnten...“ (S. 4).

➔ *Von unseren Spezialkenntnissen im Stiftungsfundraising konnten mittlerweile zahlreiche Organisationen profitieren. Die Nachfrage für unseren „**Sherlock Holmes**“ steigt kontinuierlich an. Ein E-Mail an roy.schedler@nonprocons.ch genügt und er ruft gerne zurück.*

Für Sie gelesen

In der Beilage eine weitere kritische Würdigung spezieller Sachbücher – ein herzliches Dankeschön auch dieses Mal an meinen Partner Jürg Rohner!

Mit freundlichen Grüssen
NonproCons

Dr. Peter Buss, Geschäftsführer

Beilage erwähnt