

Studie Berufsbild Fundraiser:in 2025

Trends und Entwicklungen im Berufsbild
Schweizer Fundraiser:innen

Eine Studie des Zentrums für Kulturmanagement

IMPRESSUM

Herausgeber

ZHAW School of Management and Law
Gertrudstrasse 8
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

Zentrum für Kulturmanagement

www.zhaw.ch/zkm

Projektleitung

Fabienne Schmidli
info.zkm@zhaw.ch

Copyright © 2025
ZHAW School of Management and Law

Juni 2025

Alle Rechte für den Nachdruck und die
Vervielfältigung dieser Arbeit liegen beim
Zentrum für Kulturmanagement der
ZHAW School of Management and Law.
Die Weitergabe an Dritte bleibt ausgeschlossen.

Herausgebende der Studie



SWISSFUNDRAISING

Swissfundraising (gegründet 1994) ist die Berufsorganisation der Fundraiser:innen in der Schweiz und lebt Fundraising – mit Freude und im Dialog. Sie schafft die Grundlagen und vermittelt die Kompetenzen, damit Fundraiser:innen sowie Organisationen mehr Wirkung entfalten können. Swissfundraising bietet ihren derzeit über gut 1'100 Einzelmitgliedern Zugehörigkeit und vertritt deren Interessen. Sie steht für fundierte Weiterbildung und Förderung des Berufsbildes.

www.swissfundraising.org

Wissenschaftlicher Partner



ZENTRUM FÜR KULTURMANAGEMENT AN DER ZHAW SCHOOL OF MANAGEMENT AND LAW

Das Zentrum für Kulturmanagement (ZKM) ist im Public Sector der School of Management and Law der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften angesiedelt. Das Forschungszentrum befasst sich in Lehre, Weiterbildung, Forschung und Dienstleistung mit allen relevanten Themen des Kulturmanagements sowie verwandten Bereichen. Das Thema Fundraising bildet dabei eine der Kernkompetenzen. Das ZKM verfügt über ein sehr gut ausgebautes Netzwerk von Expert:innen, Dozierenden, Wissenschaftlichen Mitarbeitenden und Assistierenden im Bereich Kultur, Politik, Kommunikation, Marketing, Fundraising, Sponsoring, Governance und Entrepreneurship.

www.zhaw.ch/zkm

Kurzbeschreibung Studie Berufsbild Fundraiser:in 2025

Um den Informationsstand rund um das Berufsbild Fundraiser:in und zu den Fundraising-Löhnen in der Schweiz zu erheben, hat Swissfundraising in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für Kulturmanagement der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften im Jahr 2024 zum vierten Mal seit 2013 dazu eine Umfrage unter Fundraiser:innen in der Schweiz durchgeführt. Mit der «Studie Berufsbild Fundraiser:in 2025» wird erstmals eine schweizweite Erhebung zur Analyse des Berufsbildes Fundraiser:in hinsichtlich zukünftiger Entwicklungen durchgeführt, bei der nicht nur Mitglieder von Swissfundraising, sondern generell Fundraiser:innen in der Schweiz befragt wurden. Zusätzlich zu den Anstellungs- und Lohnverhältnissen von Fundraiser:innen im 10-Jahres-Vergleich werden neu auch der Status Quo zum Berufsprofil Fundraiser:in sowie die Einschätzungen zur Fundraiser:in der Zukunft mit Fokus auf die Kompetenzentwicklung unter Berücksichtigung von Trends und aktuellen Entwicklungen untersucht.

Die empirische quantitative Erhebung fand in Form einer Online-Befragung zwischen Juni und Oktober 2024 statt. Insgesamt haben 427 Personen an der Umfrage teilgenommen, wovon 266 Personen die Befragung vollständig ausgefüllt hatten.

Anstellungs- und Lohnverhältnisse von Fundraiser:innen: Der Median des Jahresbruttolohns lag 2023 bei 104'400 Schweizer Franken. Ein Wert, der im Vergleich zu den Vorjahren eine konstante Stabilität aufzeigt (2020: 101'400 CHF, 2017: 102'500 CHF, 2013: 104'000 CHF). Weder bei Frauen noch bei Männern ist ein klarer positiver Trend in den Nominallöhnen seit 2013 erkennbar. Bei den Fundraiserinnen ist der durchschnittliche Nominallohn seit 2020 nur geringfügig gestiegen, was angesichts der Teuerung zu einer negativen Reallohnentwicklung zwischen 2020 und 2023 geführt hat. Im Gegensatz dazu verzeichneten die Fundraiser in diesem Zeitraum sowohl einen Anstieg der Nominallöhne als auch der Reallöhne. Nach Kontrolle des Alters, der Berufserfahrung und der Funktionsstufe verdienen Fundraiser nicht statistisch signifikant mehr als Fundraiserinnen.

Positiv hervorzuheben ist, dass in diesem Sinne keine Lohndiskriminierung vorliegt. Von den verschiedenen Bereichen des Fundraisings wird insbesondere Individual Fundraising etwas höher entlohnt als übrige Bereiche. Punkto regionale Lohnunterschiede stehen die Grossregionen Ostschweiz, Espace Mittelland (um Bern) und Zürich mit tendenziell höheren Löhnen gegenüber der Nordwestschweiz mit tendenziell niedrigeren Löhnen. Relativ hohe Löhne zahlen Organisationen in den Tätigkeitsbereichen Gesundheit und Bildung, eher geringe hingegen im Umweltschutz sowie in der Kultur als auch jene mit höheren Spendeneinnahmen. Mittlerweile erhalten 96 Prozent der Befragten eine oder mehrere Formen(en) von Zusatzleistung(en) – ein Wert, der sich im Vergleich zu den vergangenen Studien auf einem Höchstniveau bewegt.

Status Quo Berufsprofil Fundraiser:in: Im Fundraising stossen Personen oft zufällig, oder aufgrund ihrer Position in anderen Bereichen des NPO-Sektors zu diesem Beruf, während eine gezielte Berufswahl eher die Ausnahme darstellt. Die Motivation beim aktuellen Arbeitgebenden zu arbeiten, führt die Mehrheit der Befragten vor allem auf die Sinnhaftigkeit und Gemeinnützigkeit, die Identifikation mit der Organisation sowie die Arbeit im Team zurück. Fundraiser:innen sehen ihre berufliche Entwicklung vor allem in der Vertiefung ihrer aktuellen Tätigkeit oder in einem Wechsel mit Aufstiegsmöglichkeiten. Interne Wechsel innerhalb des Fundraising-Bereichs werden hingegen als weniger attraktiv und realistisch wahrgenommen, was die starke Spezialisierung dieses Berufs zeigt.

Die Mehrheit der Befragten bewertet ihre Karrierechancen als Fundraiser:in als gut oder sehr gut. Generell wird das Ansehen von Fundraiser:innen und das vorhandene Berufsverständnis in der Öffentlichkeit als auch die gesellschaftliche Wertschätzung von Fundraiser:innen tendenziell weniger positiv wahrgenommen. Dennoch fühlen sich mehr als die Hälfte der Fundraiser:innen innerhalb ihrer Organisationen gleichwertig behandelt und sind der Ansicht, dass das Fundraising von der Geschäftsleitung ausreichend berücksichtigt wird.

Die Fundraiser:innen konnten anhand der vorliegenden Umfragedaten (mittels Machine Learning-Modell) in die beiden Typen der «Generalist:innen» vs. «Spezialist:innen» kategorisiert werden. Das Berufsprofil der **«Generalist:innen»** weist einen höheren Männeranteil auf. Sie sind eher in einer Leitungsfunktion mit Mitgliedschaft in der Geschäftsleitung und arbeiten in allen Fundraising-Bereichen (insb. Public Fundraising) mit einer breiten Zielgruppe wie der Öffentlichkeit und über digitale Kanäle. Mit einem tendenziell stärkeren BWL- resp. Marketing-Hintergrund haben sie im Vergleich zu den «Spezialist:innen» eher eine Rolle mit Budget- sowie Personalverantwortung inne. Die **«Spezialist:innen»** zeichnen sich dagegen vor allem durch eine Spezialisierung in den Bereichen Institutional Fundraising sowie Major Donor Fundraising aus, wobei Personen dieses Profils tendenziell häufiger eine spezifische Fundraising-Weiterbildung absolviert haben. Trotz der Unterschiede bei der Verantwortung und Funktion liegen beide Typen bei den Löhnen praktisch gleichauf.

Einschätzungen zu Fundraiser:in der Zukunft: Der Digitalisierung, dem zunehmend kompetitiven Spendenmarkt sowie dem zunehmenden Druck, Spenden zu generieren, wird ein erheblicher Einfluss auf das zukünftige Berufsprofil von Fundraiser:innen beigemessen. Der Einfluss aktueller Trends auf den Berufsalltag als Fundraiser:in wird überwiegend positiv eingeschätzt. Sowohl «Digitalisierung allgemein» als auch «Veränderungen durch KI» sehen die Befragten als positiv oder sehr positive Entwicklungen an. Bezüglich der Einschätzung, welche Kompetenzen zukünftig für erfolgreiches Fundraising von Bedeutung sein werden, werden soziale und kommunikative Kompetenzen gefolgt von personalen Kompetenzen tendenziell als wichtiger wahrgenommen als «Aktivitäts- und Handlungskompetenzen» resp. «Fach- und Methodenkompetenzen».

Exkurs Dienstleister:innen: Im Vergleich mit den Fundraiser:innen ist das Sample der Dienstleister:innen tendenziell älter und männlicher. Es fällt auf, dass die Löhne der Dienstleister:innen wesentlich höher sind als jene der Fundraiser:innen im engeren Sinne (Durchschnitt: 114'000 CHF vs. 107'400 CHF, Median: 112'500 CHF vs. 104'400 CHF). Der Jahresbruttolohn steigt mit zunehmender Erfahrung, wobei vor allem Personen mit langjähriger Fundraising-Berufserfahrung im Dienstleistungsbereich arbeiten.

Studie Berufsbild Fundraiser:in 2025

wichtigste Zahlen & Erkenntnisse

Lohnentwicklung

Nach Alter

+12'000 CHF

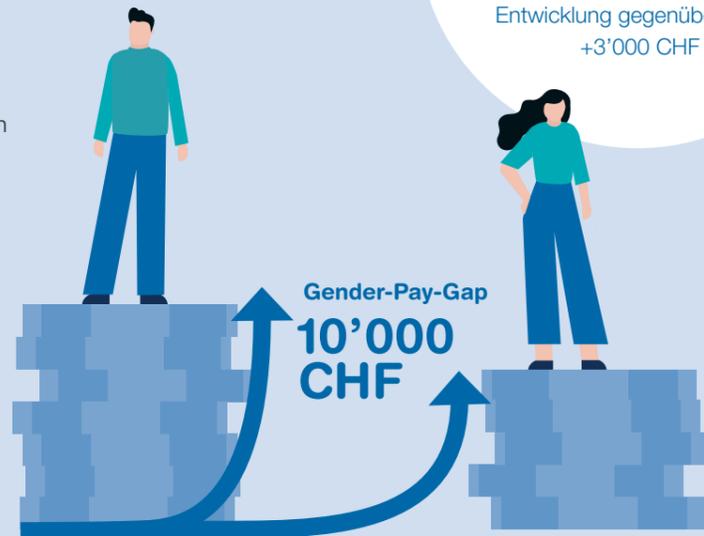


Ab 60. Lebensjahr
Bis 40. Lebensjahr

Besonders profitiert von der Lohnentwicklung gegenüber 2020 haben die Fundraiser:innen ab dem 60. Lebensjahr.

+4'000 CHF

Nach Geschlecht



Gender-Pay-Gap
10'000 CHF

Sowohl Frauen als auch Männer verdienten 2023 mehr als 2020, doch der Lohnanstieg ist bei den Männern deutlich steiler, sodass ein Gender Pay Gap von 10'000 CHF resultiert (2020: 5'000 CHF). Der Unterschied lässt sich grösstenteils durch Erfahrung, Funktion und Verantwortung erklären.

104'400 CHF

Median¹
Jahresbruttolohn

Spannbreite: 40'000–290'000 CHF
Entwicklung gegenüber 2020:
+3'000 CHF

Trends & Entwicklungen

Offenheit gegenüber Zukunft

Zentrale Einflussfaktoren auf das zukünftige Berufsbild Fundraiser:in:

- Wettbewerb im Spendenmarkt
- Digitalisierung
- Zunehmender Spendendruck
- Veränderung Spendenmarkt durch neue Generationen
- Veränderung durch KI

Positive Wahrnehmung gegenüber Digitalisierung, KI und New Work

Ranking Kompetenzen Top 5



Kompetenzbereich:

- Personale Kompetenzen
- Soziale und Kommunikative Kompetenzen
- Fach- und Methodenkompetenzen

¹ Der Median oder Zentralwert ist ein Mittelwert für Verteilungen in der Statistik. Er bedeutet, dass die Hälfte der Antworten bzw. Werte tiefer und die andere Hälfte höher als er selbst liegt. Der Unterschied zwischen dem arithmetischen Mittel (Durchschnitt) und dem Median liegt darin, dass der Median im Vergleich zum Durchschnitt robuster gegenüber Ausreissern (extrem abweichenden Werten) ist.

Werdegang

Fundraising ist weiterhin für viele kein bewusst gewählter Beruf.

4%

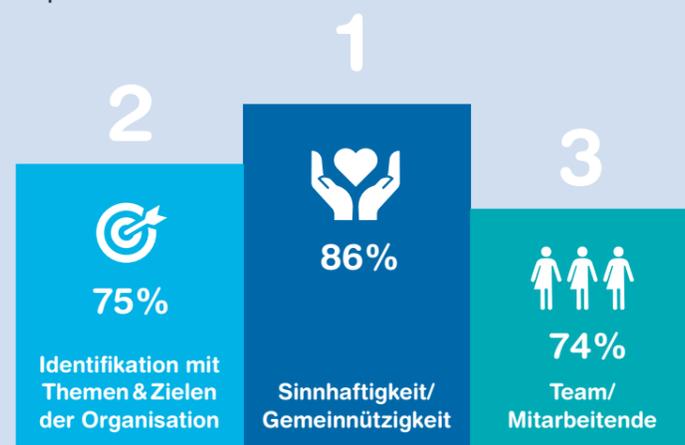
wollten schon immer als Fundraiser:in arbeiten.

Fast **30%**

sind rein zufällig dazu gekommen.

Motivationsfaktoren

Top 3



Typologien von Fundraiser:innen

Typ 1
Generalist:in

- Leitungsfunktion**
häufig
- Tätigkeitsbereich**
breit
- Weiterbildung**
BWL/Marketing-Weiterbildung
- Budgetverantwortung**
Ø: 800'000 CHF
- Personalführung**
3–4 Mitarbeitende

- Ranking Kompetenzen**
1. Spender:innenorientierung
 2. Strategisches Denken
 3. Identifikation mit der Organisation

Typ 2
Spezialist:in

- Leitungsfunktion**
selten
- Tätigkeitsbereich**
fokussiert
- Weiterbildung**
spezifische Fundraising-Weiterbildung
- Budgetverantwortung**
Ø: 210'000 CHF
- Personalführung**
kaum

- Ranking Kompetenzen**
1. Identifikation mit der Organisation
 2. Kommunikationsfähigkeit
 3. Spender:innenorientierung

Inhaltsverzeichnis

Herausgebende der Studie	III
Kurzbeschreibung Studie Berufsbild Fundraiser:in	IV
Infografik	VI
1. Einleitung	1
1.1. Ausgangslage	1
1.2. Zielsetzung	2
1.3. Studiendesign	2
1.4. Merkmale der Umfrageteilnehmenden	2
2. Anstellungs- und Lohnverhältnisse von Fundraiser:innen	6
2.1. Jahresbruttolohn nach soziodemografischen Merkmalen	6
2.2. Jahresbruttolohn nach Funktionsstufe und Verantwortungsgrad	8
2.3. Jahresbruttolohn nach Aus- und Weiterbildung sowie Berufserfahrung	9
2.4. Jahresbruttolohn nach weiteren Merkmalen für 2023	10
2.5. Zusatzleistungen	11
3. Status Quo Berufsprofil Fundraiser:in	12
3.1. Werdegang	12
3.2. Motivation	13
3.3. Stellenwert des Berufs	15
3.4. Persönliche Entwicklungsmöglichkeiten	15
3.5. Karrierechancen	16
3.6. Typologien von Fundraiser:innen	16
4. Einschätzungen zu Fundraiser:in der Zukunft	20
4.1. Zukünftiges Berufsprofil Fundraiser:in unter Berücksichtigung von Trends und aktuellen Entwicklungen	21
4.2. Kompetenzentwicklung für erfolgreiches Fundraising in der Zukunft	23
5. Exkurs Dienstleister:innen	28
6. Fazit	30
Projektteam	IX
Tabellen- und Abbildungsverzeichnis	X
Anhang	XI

1. Einleitung

Nonprofit-Organisationen (NPO) erbringen in einer sich stetig wandelnden Gesellschaft essenzielle Dienstleistungen, die weder vom Staat noch von der Privatwirtschaft abgedeckt werden.² NPO bilden somit einen Brückenschlag zwischen Gesellschaft und Staat.³ Im Kontext der aktuellen Trends befindet sich das Berufsbild der Fundraiser:innen in einem Spannungsfeld. Trends wie Digitalisierung, Künstliche Intelligenz (KI), Nachhaltigkeit, New Work und der demografische Wandel beeinflussen die Art und Weise, wie Fundraiser:innen arbeiten und ihre Ziele erfolgreich erreichen. Diese dynamischen Entwicklungen erfordern nicht nur die Anpassung an neue Rahmenbedingungen, sondern eröffnen zugleich neue Chancen und stellen die Fundraising-Branche vor Herausforderungen.

1.1 AUSGANGSLAGE

Um über mehr gesicherte Erkenntnisse zu Anstellungs- und Lohnverhältnissen sowie Lohn-Bandbreiten im Fundraising zu verfügen und damit den Informationsstand der Fundraising-Löhne massgeblich zu verbessern, führt Swissfundraising, der Schweizerische Berufsverband der Fundraiser:innen in Zusammenarbeit mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) bereits seit 2013 Lohnumfragen unter den Mitgliedern durch. Der Fragebogen wurde in Kooperation von Swissfundraising und der ZHAW erarbeitet. Die Lohnumfrage wurde im Jahr 2017 zum zweiten und im Jahr 2020 zum dritten Mal durchgeführt. Die vorliegende Studie erweitert die bisherigen Lohnumfragen um den Themenbereich des Berufsbildes der Fundraiser:in und berücksichtigt dabei aktuelle Trends und Entwicklungen.⁴ Mittels der Studie werden folglich die Fundraising-Löhne in der Schweiz zum vierten Mal erhoben. Die Zielgruppe der Studie setzt sich erstmals aus allen Fundraiser:innen in der Schweiz, unabhängig von einer Mitgliedschaft bei Swissfundraising, zusammen. Entsprechend wurde die Umfrage erstmals auf nationaler Ebene und über den Kreis der Swissfundraising-Mitglieder hinaus

durchgeführt. Neue Trends und Entwicklungen, bspw. im Bereich New Pay und New Work, werfen die Frage auf, wie sich das Berufsbild von Fundraiser:innen künftig gestalten wird. Vor diesem Hintergrund legt die Studie ihren Fokus nicht nur auf Anstellungs- und Lohnverhältnisse, sondern auch auf eine zukunftsgerichtete Analyse des Berufsbildes sowie Einschätzungen zum zukünftigen Berufsprofil und der nötigen Kompetenzentwicklung für Fundraiser:innen der Zukunft.

Die bisherigen drei Lohnstudien zeigten, dass sich die Fundraising-Löhne in einer Phase der Stagnation befanden: Der Median der Jahreslöhne bewegte sich von 2013 bis 2020 zwischen 100'000 Schweizer Franken und 110'000 Schweizer Franken, mit einer teilweise leicht rückläufigen Tendenz. Entscheidende Faktoren für Lohnunterschiede waren nicht die Merkmale der Organisationen, sondern die des Fundraising-Personals, insbesondere die Funktionsstufe, Erfahrung, Alter sowie die Verantwortung für Mitarbeitende und das Budget. Der Bildungsgrad spielte dabei, abgesehen von Fundraising-Weiterbildungen, eine untergeordnete Rolle. Zudem zeigten sich geschlechtsspezifische Unterschiede in den Löhnen, die jedoch grösstenteils aufgrund der oben genannten Faktoren erklärbar waren. In den vergangenen Befragungen wurden von den Fundraiser:innen besonders die offene Unternehmenskultur und die flexiblen Arbeitszeiten bei ihren Arbeitgebenden geschätzt.

Zur Einordnung der aktuellen Ergebnisse werden zunächst die Zielsetzung der «Studie Berufsbild Fundraiser:in 2025», das zugrunde liegende Studiendesign sowie die Zusammensetzung und Charakteristika der Befragungsteilnehmenden näher erläutert.

2 Faber-Wiener, G., und Gjecaj, B. (2023). Kooperationen zwischen Unternehmen und Non-Profit-Organisationen: Gemeinsam Verantwortung übernehmen: Leitfaden für konstruktive, glaubwürdige und transparente CSR-Projekte. Springer Gabler, S. 37.

3 Erickson, M. (2024). What the Fundraising: Embracing and Enabling the People Behind the Purpose. Wiley, S. 10, 24.

4 Die Angaben zu den Fundraising-Löhnen beziehen sich auf das Jahr 2023, während die übrigen Daten das Jahr 2024 betreffen.

1.2 ZIELSETZUNG

Ziel der Studie ist eine schweizweite Erhebung zur Analyse des Berufsbilds Fundraiser:in mit Blick in die Zukunft. Diese soll nicht nur über die Anstellungs- und Lohnverhältnisse von Fundraiser:innen und den Status Quo des Berufsprofils informieren, sondern auch Einschätzungen zur Fundraiser:in der Zukunft analysieren. Dabei wird Folgendes untersucht:

- Generelles Lohnniveau in Abhängigkeit von soziodemografischen Merkmalen, Funktionsstufe und Verantwortungsgrad (Mitarbeitende, Budget), Bildungsabschluss, Berufserfahrung sowie Region, Fundraising-/Tätigkeitsbereich, Spendeneinnahmen und Betriebszugehörigkeit
- Zusatzleistungen von Fundraiser:innen
- Zehn-Jahres-Vergleich der bisher durchgeführten Lohnumfragen (Lohndaten 2013-2023)
- Erfassung des Status Quo zum Berufsprofil Fundraiser:in
- Wahrgenommener Einfluss von aktuellen Trends und Entwicklungen auf das Berufsbild Fundraiser:in in der Zukunft mit Fokus auf die Kompetenzentwicklung

Die Umfrage richtet sich in erster Linie an Fundraiser:innen im Angestelltenverhältnis von NPO in der Schweiz, wobei erstmals auch die Perspektive von Selbstständigen sowie Dienstleister:innen mitberücksichtigt wird (siehe Kapitel 5 «Exkurs Dienstleister:innen»).

1.3 STUDIENDESIGN

Um die angestrebte Zielerreichung zu gewährleisten, verfolgt die Studie einen Mixed-Methods-Ansatz, der qualitative und quantitative Methoden kombiniert. Die empirische quantitative Erhebung fand in Form einer Online-Befragung zwischen Juni und November 2024 statt. Der Fragebogen für die Online-Umfrage erfolgte auf Basis früherer Fundraising-Lohnstudien sowie neuer Erkenntnisse aus semistrukturierten, qualitativen Interviews mit Expert:innen, um relevante Themen gezielt abdecken zu können.

Die schweizweite Online-Umfrage wurde mit der Umfrage-Software Qualtrics programmiert und in deutscher, franzö-

sischer und erstmals italienischer Sprache angeboten. Die Befragung richtete sich primär an Fundraiser:innen sowie sekundär an weitere Akteur:innen im Fundraising-Bereich der Schweiz (siehe Anhang 1). Die Online-Befragung wurde über die Netzwerke von Swissfundraising und des Zentrum für Kulturmanagement verbreitet sowie mittels weiterer Multiplikator:innen gestreut.

Zur Validierung der Messinstrumente wurden Expert:innen als Teil des Projektteams aus den Bereichen Fundraising, NPO-Management sowie Human Resources, New Work und Kompetenzentwicklung als auch Ökonometrie und Arbeitsmarkt konsultiert. Zur Qualitätssicherung und Optimierung des Fragebogens fand ein Round Table statt, an dem eine Arbeitsgruppe mit Vertreter:innen des Vorstands, ausgewählte Mitglieder und die Geschäftsführung von Swissfundraising sowie die Projektleitung und weitere Mitglieder des Projektteams beteiligt war. Die Datenanalyse erfolgte mit deskriptiver Statistik, unter Verwendung der Programme R und Excel. Vertiefende Analysen zur Stichprobe wurden ausserdem mithilfe spezialisierter Machine-Learning-Methoden durchgeführt.

Die Kombination aus Desk Research, Expert:inneninterviews, Round Table und Online-Befragung ermöglicht eine fundierte Grundlage, um sowohl den Status Quo, die (Lohn-)Entwicklungen der letzten zehn Jahre als auch aktuelle Trends und Perspektiven im Fundraising zu beleuchten, die übergeordnet für das Berufsbild Fundraiser:in relevant sind.

1.4 MERKMALE DER UMFRAGE-TEILNEHMENDEN

Im Folgenden werden die Umfrageteilnehmenden der Online-Befragung beschrieben (siehe Tabelle 1). Insgesamt haben 427 Personen an der Umfrage teilgenommen, davon haben 266 Personen (62%) die Befragung bis zum Ende ausgefüllt. Dies entspricht einer deutlichen Steigerung des Rücklaufs gegenüber den Vorgängerstudien (2020: N=248, 2017: N=163, 2013: N=154).

Soziodemografische Merkmale: Sprache, Geschlecht, Alter, Arbeitsort und Bildungsabschluss

Die meisten Teilnehmenden haben die Umfrage auf Deutsch ausgefüllt (88%), 10 Prozent auf Französisch und nur knapp 2 Prozent auf Italienisch. Fast drei Viertel identifizieren sich als weiblich (74%), während sich 26 Prozent als männlich identifizieren und nur eine Person die Option «divers» angegeben hat.⁵ Bezüglich des Alters zeigt sich eine breite Verteilung: Über ein Drittel (35%) befinden sich zwischen 50 und 59 Jahren; 27 Prozent gehören zur Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen; ebenso viele (27%) sind zwischen 40 und 49 Jahre alt. Mit nur 5 bzw. 6 Prozent sind die unter 30-Jährigen sowie über 60-Jährigen vertreten.

Die Aufschlüsselung nach Kantonen (siehe Abbildung 1), in denen die Befragten arbeiten, offenbart eine breite Streuung über alle Landesteile der Schweiz bei gleichzeitiger starker Konzentration auf die grösseren städtischen

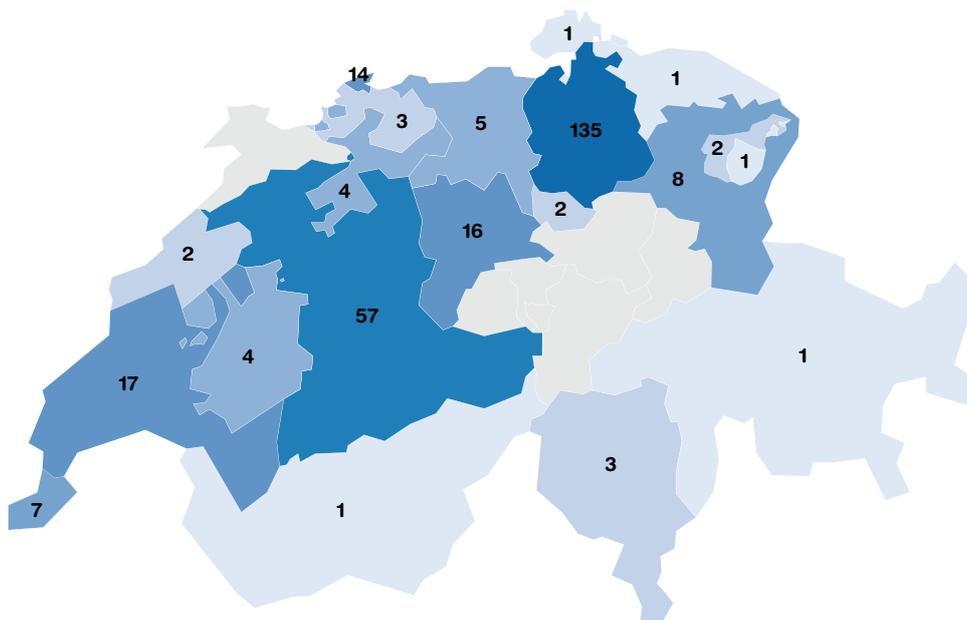
Agglomerationen. Mit Abstand am meisten Umfrageteilnehmende arbeiten im Kanton Zürich (48%). Auf dem zweiten Platz folgt Bern mit 20 Prozent, gefolgt von Waadt und Luzern mit je 6 Prozent. Neben der Deutschschweiz erreichte die Umfrage auch die Westschweiz und das Tessin, wobei aus insgesamt 20 Kantonen Antworten eingetroffen sind. Dies lässt auf ein diverses, für die Fundraiser:innen in der Schweiz aussagekräftiges Sample schliessen.

Dass Fundraising vor allem in den grösseren Ballungsräumen angesiedelt ist, bestätigt die relative Untervertretung ländlich geprägter Kantone ohne Grossstädte wie Thurgau, Graubünden oder Wallis sowie das Fehlen der Zentralschweizer Kantone mit Ausnahme des stark vertretenen Luzerns. Nichtsdestotrotz arbeiten Fundraiser:innen teils auch an sehr ländlich geprägten Orten, wie die Teilnahme aus Appenzell Innerrhoden beweist.

Abbildung 1

ARBEITSORT NACH KANTONEN

n = 284, Angaben in absoluten Zahlen



⁵ Das Geschlecht wurde über die Identitäten «weiblich», «männlich», «nicht-binär», «anderes» und «keine Angabe» gemessen. Der Begriff «Fundraiser:innen» steht stellvertretend für alle Ausprägungen, wobei hier «Fundraiserinnen» spezifisch für die Personen steht, die «weiblich» als Geschlecht angegeben hatten. Das Gleiche gilt in diesem Abschnitt für «Fundraiser» (männlich).

Tabelle 1:

MERKMALE DER BEFRAGTEN

		Begonnen		Bis zum Schluss	
		Absolut	Prozent	Absolut	Prozent
Sprache	Deutsch	377	88.3	237	89.1
	Französisch	43	10.1	25	9.4
	Italienisch	7	1.6	4	1.5
	Total	427	100	266	100
Geschlecht	Männlich	75	25.5	66	27.8
	Weiblich	216	73.5	168	70.9
	Divers	1	0.3	1	0.4
	Keine Angabe	2	0.7	2	0.8
Total	294	100	237	100	
Alter	Unter 30 Jahre	16	5.4	15	6.3
	30–39 Jahre	80	27.1	65	27.4
	40–49 Jahre	79	26.8	60	25.3
	50–59 Jahre	103	34.9	85	35.9
	60 Jahre und mehr	17	5.8	12	5.1
Total	295	100	237	100	
Bildung	Berufslehre	11	3.5	9	3.8
	Matura	10	3.1	10	4.2
	Höhere Fachschule	46	14.5	34	14.3
	Fachhochschule	88	27.7	66	27.8
	Universität / ETH	144	45.3	106	44.7
	Doktorat	8	2.5	4	1.7
	Anderes	11	3.5	8	3.4
Total	318	100	237	100	
Fundraising Weiterbildung	Ja	113	35.6	87	36.7
	Nein	204	64.4	150	63.3
	Total	317	100	237	100
Arbeitsverhältnis	Angestellt	379	90.2	237	89.1
	Angestellt und Selbständig	10	2.4	8	3.0
	Selbständig	27	6.4	17	6.4
	In keinem	4	1.0	4	1.5
Total	420	100	266	100	
Sektor	Nonprofit	351	86.2	224	85.8
	Öffentlich	9	2.2	4	1.5
	Privat	35	8.6	25	9.6
	Mehrere	12	2.9	8	3.1
Total	407	100	261	100	
Mitgliedschaft Swissfundraising	Ja	247	84.0	199	84.3
	Ja, mit Eintrag im Berufsregister	12	4.1	10	4.2
	Nein	35	11.9	27	11.4
	Total	294	100	236	100
Total gesamte Stichprobe		427	100	266	100

Anmerkung: Die Differenz zwischen dem Total einer Frage und dem Total der gesamten Stichprobe entspricht der Anzahl Befragten, die die jeweilige Frage übersprungen haben oder (nur linke Tabellenhälfte) nicht erreicht, d. h. vorher abgebrochen haben. Aufgrund von sich akkumulierenden Rundungsdifferenzen kann die Summe der einzelnen Merkmalsausprägungen leicht von 100% abweichen.

In Bezug auf den höchsten Ausbildungsabschluss haben 45 Prozent der Befragten einen Universitätsabschluss und gut ein Viertel (28%) einen Fachhochschulabschluss erlangt. Insgesamt haben 76 Prozent einen Hochschulabschluss (Universität, Fachhochschule oder Doktorat). Der Anteil der Befragten mit einer Fundraising-Weiterbildung hat sich über die Jahre leicht verändert. 2013 und 2017 gaben jeweils etwa die Hälfte der Teilnehmenden an, eine solche Weiterbildung absolviert zu haben. 2020 war es knapp ein Drittel der Befragten. 2024 liegt der Anteil bei 36 Prozent.

Arbeitsverhältnis, Sektor und Mitgliedschaft bei Swissfundraising

Die überwiegende Mehrheit der Umfrageteilnehmenden arbeitet im Nonprofit-Sektor (86%). Der Rest entfällt auf

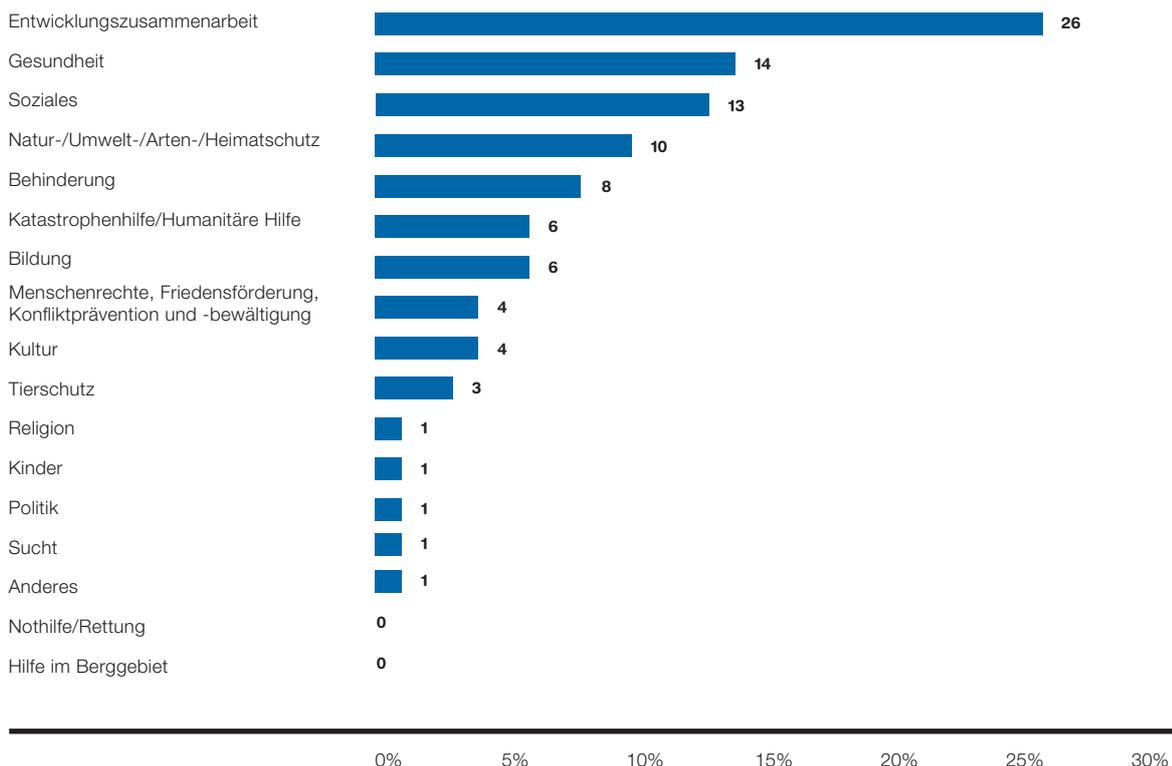
Organisationen der öffentlichen Hand (2%) und den Dienstleistungssektor (9%). Rund 3 Prozent der Befragten geben an, in mehreren Sektoren zu arbeiten. Die überwiegende Mehrheit der Befragten geht einer unselbstständigen Erwerbstätigkeit nach (90%), gut 6 Prozent sind selbstständig und gut 2 Prozent sind sowohl angestellt als auch selbstständig. Die Anzahl beschäftigter Personen im Dienstleistungsbereich (9%) wie auch die Anzahl selbstständig erwerbender Personen (6%) haben sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich erhöht.

Insgesamt haben 259 Mitglieder von Swissfundraising an der Umfrage teilgenommen, was 88 Prozent der Teilnehmenden entspricht. Zwölf davon (4%) sind ausserdem im Berufsregister eingetragen. Daneben erreichte die Umfrage 35 Nichtmitglieder (12%).

Abbildung 2

TÄTIGKEITSBEREICHE DER NPO

n = 341, Angaben in %, Angestellte im Fundraising



Tätigkeitsbereiche der NPO

Die Umfrageteilnehmenden, die in einer NPO angestellt sind, arbeiten für Organisationen in unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen (siehe Abbildung 2). Ein Viertel (26%) ist in der Entwicklungszusammenarbeit tätig, gefolgt von den Bereichen Gesundheit (14%) und Soziales (13%). Weitere 10 Prozent der Befragten sind in Organisationen aktiv, die sich dem «Natur-/Umwelt-/Arten-/Heimatschutz» widmen, während 8 Prozent angeben im Bereich «Behinderung» tätig zu sein (n=341).

Fundraising-Bereich

Die Mehrheit der Umfrageteilnehmenden gibt an, im Bereich des «Institutionellen Fundraising (Stiftungs-/Corporate Fundraising, Behörden, Kirchen)» tätig zu sein (58%) (siehe Abbildung 3). 44 Prozent ordnen ihre Tätigkeit dem Public Fundraising zu, während 35 Prozent im Bereich des «Individual Fundraising (Major Donor-/Nachlassfundraising)» arbeiten. Im Bereich des Digitalen Fundraising sind 18 Prozent der Befragten tätig (n=377).

Funktionsstufe sowie Verantwortung über Mitarbeitende und Budget

Mit 46 Prozent geben die meisten Umfrageteilnehmenden an, in der Funktion als Projektleitung im Fundraising in ihrer Organisation tätig zu sein. 18 Prozent haben eine Leitungsfunktion ohne Mitgliedschaft in der Geschäftsleitung und

10 Prozent eine Leitungsfunktion mit Mitgliedschaft in der Geschäftsleitung inne. Der Rest der Befragungsteilnehmenden setzt sich aus Teamleiter:innen (10%), Sachbearbeiter:innen Fundraising (6%) und Geschäftsleiter:innen (7%) zusammen (n=270).

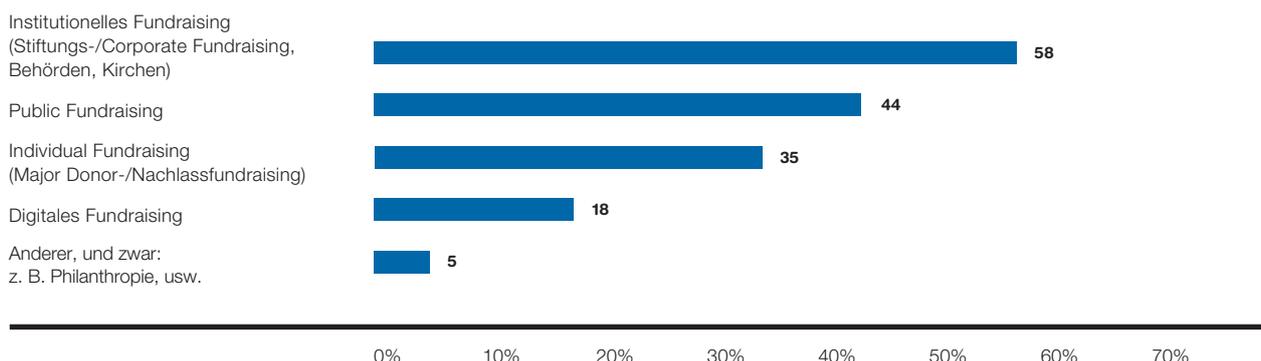
Die Mehrheit der Befragten, nämlich 61 Prozent, führt keine Mitarbeitenden (n=266). Haben die Befragten eine Mitarbeitendenverantwortung (39%), sind sie am häufigsten für zwei bis vier Mitarbeitende verantwortlich (17%). 8 Prozent führen nur einen Mitarbeitenden, 7 Prozent zwischen fünf und neun Mitarbeitenden, und 6 Prozent führen 10 Mitarbeitende oder mehr. Die Spannweite bezüglich Mitarbeitendenverantwortung reicht unter den Umfrageteilnehmenden von einem bis 60 Mitarbeitenden.

Ebenfalls die Mehrheit der Befragten trägt demgegenüber eine Budgetverantwortung (68%) (n=257). Die Spannweite der Budgetverantwortung liegt zwischen 800 Schweizer Franken und 10'000'000 Schweizer Franken. Exakt die Hälfte der Umfrageteilnehmenden mit Budgetverantwortung verantwortet ein Budget von 1'100'000 Schweizer Franken und mehr, die andere Hälfte ein Budget von unter 1'100'000 Schweizer Franken. Im Median sind die Umfrageteilnehmenden mit Budgetverantwortung für 300'000 Schweizer Franken verantwortlich.

Abbildung 3

FUNDRAISING-BEREICH

n = 377, Angaben in %, alle Befragten, Mehrfachauswahl möglich



2. Anstellungs- und Lohnverhältnisse von Fundraiser:innen

Dieses Kapitel bietet einen Überblick über die zentralen Ergebnisse der Umfrage. Es beleuchtet die Anstellungs- und Lohnverhältnisse von Fundraiser:innen. In einem ersten Schritt werden die Jahresbruttolöhne von Fundraiser:innen nach soziodemografischen Merkmalen, Funktionsstufe und Verantwortungsgrad (Mitarbeitende, Budget) sowie nach dem höchsten Bildungsabschluss (Aus- und Weiterbildung) und der Berufserfahrung im Zehn-Jahres-Vergleich angeschaut. Die Ergebnisse der aktuellen Umfrage wurden somit mit den (Lohn-)Daten aus den Erhebungen von 2013, 2017 und 2020 verglichen, um Entwicklungen und Trends aufzuzeigen. In einem nächsten Schritt werden die Lohn-daten der Fundraiser:innen für 2023 gesondert in Zusammenhang mit weiteren Merkmalen wie dem Fundraising-Bereich, der Region des Arbeitsorts, dem Tätigkeitsbereich der NPO sowie deren Spendeneinnahmen, als auch bezüglich allgemeiner Berufserfahrung und Betriebszugehörigkeit betrachtet. Abschliessend werden die Formen der Zusatzleistungen von allen Angestellten fürs Jahr 2023 beschrieben.

Zu beachten ist, dass Lohn-daten gesondert für Fundraiser:innen im engeren Sinne und andere Beschäftigte in fundraisingnahen Berufen analysiert wurden. Die Lohnangaben in diesem Kapitel beziehen sich ausschliesslich auf die Fundraiser:innen im engeren Sinne, d. h. Beschäftigte im Nonprofit- oder öffentlichen Sektor, nicht aber im privaten Sektor.⁶ Die Löhne der Beschäftigten im privaten Sektor werden im Exkurs zu den Dienstleister:innen in Kapitel 5 erläutert. Sämtliche Löhne wurden in dieser Untersuchung grundsätzlich auf ein 100%-Pensum hochgerechnet.

Die Spannweite des Jahresbruttolohns der befragten Fundraiser:innen liegt zwischen 40'000 und 290'000 Schweizer Franken (N=277), wobei jedoch 90 Prozent der Löhne zwischen 75'000 und 150'000 Schweizer Franken liegen

(siehe Anhang 2).⁷ Somit ist die Spannweite noch grösser als im Jahr 2020, als sie von 59'000 bis 164'000 Schweizer Franken reichte und bereits deutlich breiter war als 2017. Im Durchschnitt verdienen Fundraiser:innen, die in der Schweiz in einer NPO oder einer Organisation der öffentlichen Hand angestellt sind, 107'400 Schweizer Franken. **Der Medianlohn liegt bei 104'400 Schweizer Franken**, was bedeutet, dass die Hälfte der Befragungsteilnehmenden weniger und die andere Hälfte mehr verdient – ein Wert, der im Vergleich zu den Vorjahren eine konstante Stabilität aufzeigt (2020: 101'400 CHF, 2017: 102'500 CHF, 2013: 104'000 CHF).

Im Folgenden wird erläutert, wie sich das Einkommen in Abhängigkeit von Faktoren wie Geschlecht und Alter, Funktionsstufe und Verantwortung (Mitarbeitende und Budget), Bildungsabschluss (Aus- und Weiterbildung), Fundraising-Weiterbildungen sowie Fundraising-Berufserfahrung verändert.

2.1 JAHRESBRUTTOLOHN NACH SOZIODEMOGRAFISCHEN MERKMALEN

Unter den Umfrageteilnehmenden verdienen Fundraiser:innen tendenziell etwas weniger als Fundraiser (Abbildung 4). Weder bei Frauen noch Männern ist ein klarer positiver Trend in den Nominal-löhnen seit 2013 erkennbar. Der Unterschied im Medianlohn beträgt 10'400 Schweizer Franken (siehe Anhang 2).⁸ Im Vergleich zur Befragung 2020 haben sich die Lohnunterschiede nach Geschlecht zwischen Fundraiser:innen und Fundraisern in der aktuellen Befragung (Lohn-daten in Bezug auf das Jahr 2023) vergrössert, wobei der grösste Unterschied nach wie vor 2017 festgehalten wurde.

6 Wer angegeben hat, im Nonprofit- oder im öffentlichen Sektor zu arbeiten (oder in beiden), nicht aber im privaten Sektor, wurde bei der Lohnauswertung als Fundraiser:in im engeren Sinne klassifiziert. Die Anzahl der Befragten, für die dies gilt und die ihren Lohn deklariert haben, beträgt 277. Wer angegeben hat, im privaten Sektor zu arbeiten, aber weder im NPO- noch im öffentlichen Sektor, gilt als Dienstleister:in. Befragte, die sowohl im privaten als auch im Nonprofit- oder öffentlichen Sektor arbeiten, wurden für die Lohnuntersuchung ausgeklammert; dies betrifft 9 Befragte, von denen 5 Personen ihren Lohn angegeben haben.

7 Die Umfrageteilnehmenden wurden gebeten, ihr Bruttojahresgehalt für das Jahr 2023 anzugeben. Entsprechend beziehen sich die nachfolgenden Lohn-daten auf das Jahr 2023.

8 Ursachen für diesen Gender-Pay-Gap, wie etwa höhere Teilzeitquoten oder der geringere Anteil an hochrangigen Positionen, konnten mit dem gewählten Studiendesign nicht näher untersucht werden.



«Bei den Fundraiserinnen ist der durchschnittliche Nominallohn seit 2020 nur geringfügig gestiegen, was angesichts der Teuerung zu einer negativen Reallohnentwicklung zwischen 2020 und 2023 geführt hat. Im Gegensatz dazu verzeichneten die Fundraiser in diesem Zeitraum sowohl einen Anstieg der Nominallöhne als auch der Reallöhne.»

Dr. Dario Fauceglia, 2025

Experte, ZHAW Zentrum für Arbeitsmärkte, Digitalisierung und Regionalökonomie

Die detaillierte Analyse zeigt, dass dieser Lohnunterschied knapp statistisch signifikant ist (bei einem Konfidenzniveau von 95%), d. h., dass es unwahrscheinlich ist, dass der beobachtete Lohnvorsprung der Männer durch zufällige Abweichungen in der Stichprobe entstanden ist. Jedoch schrumpft dieser Lohnvorsprung, sobald weitere Faktoren berücksichtigt werden. So lässt sich bei gleichbleibender Altersgruppe, Funktionsstufe und Erfahrung kein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern mehr feststellen. Das bedeutet: Männer in der Stichprobe verdienen zwar deutlich mehr, doch das liegt grösstenteils daran, dass sie tendenziell etwas älter sind, im Schnitt über etwas mehr Berufserfahrung verfügen (sowohl allgemein als auch im Fundraising), doppelt so viel Budget verantworten und fast dreimal mehr Mitarbeitende führen.

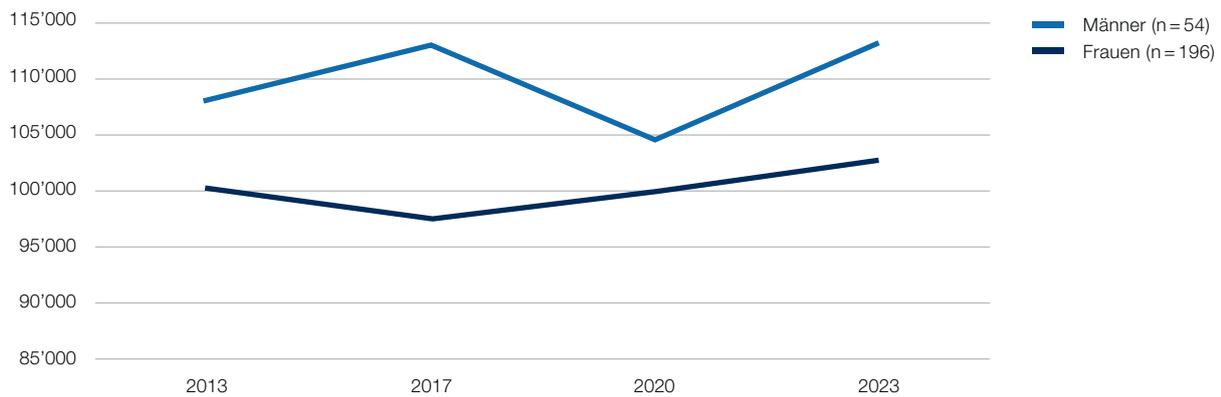
Nach Kontrolle des Alters, der Berufserfahrung und der Funktionsstufe verdienen Fundraiser nicht statistisch signifikant mehr als Fundraiserinnen. Positiv hervorzuheben ist, dass in diesem Sinne keine Lohn-

diskriminierung vorliegt. Ein Zusammenhang zwischen Alter und Einkommen von Fundraiser:innen ist deutlich erkennbar. D. h. **das Einkommen variiert mit dem Alter der Fundraiser:innen.** Während der Medianlohn bei den unter 30-Jährigen mit 84'500 Schweizer Franken am niedrigsten liegt, steigt er kontinuierlich an und erreicht bei den 50- bis 59-Jährigen mit 113'800 Schweizer Franken seinen Höchstwert, bevor er in der ältesten Gruppe wieder leicht abnimmt (siehe Anhang 2).

Abbildung 4

MEDIANLOHN NACH GESCHLECHT IM JAHRESVERGLEICH

2023: n=250, Angaben in CHF

**2.2 JAHRESBRUTTOLOHN NACH FUNKTIONSSTUFE UND VERANTWORTUNGSGRAD**

Wie schon in den Jahren zuvor zeigt die aktuelle Befragung deutliche Lohnunterschiede zwischen den verschiedenen Funktionsstufen. **Mit steigender Funktionsstufe erhöht sich das Einkommen.** So liegt der Medianlohn für eine:n Sachbearbeiter:in Fundraising bei 92'900 Schweizer Franken, während der Medianlohn der Geschäftsführung bei 128'900 Schweizer Franken liegt (n=250) (siehe Anhang 2).

Der Jahresbruttolohn variiert zudem je nachdem, ob eine Fundraising-Person Verantwortung für Mitarbeitende oder für ein Ausgabenbudget trägt. Im Jahr 2023 wies eine Person mit Mitarbeitendenverantwortung einen Median-Jahresbruttolohn auf, der mehr als 15'000 Schweizer Franken über demjenigen einer Person ohne entsprechende Verantwortung lag (113'800 CHF vs. 100'000 CHF) (n=266, siehe Anhang 2). **Tendenziell steigt das Einkommen mit der Anzahl der geführten Mitarbeitenden,** wobei dieser Anstieg nicht linear verläuft. Den höchsten Medianlohn erzielen Personen, die 20 oder mehr Mitarbeitende führen (145'000 CHF, siehe Anhang 2).

Die Budgetverantwortung zeigt ebenso einen positiven Einfluss auf den Jahresbruttolohn. Der Medianlohn liegt bei Fundraising-Personen ohne Budgetverantwortung bei 97'600 Schweizer Franken, während er bei denen mit Budgetverantwortung bei 107'100 Schweizer Franken liegt (n=257, siehe Anhang 2). Im Vergleich zu den vorangegangenen Studien erreicht der Jahresbruttolohn für das Jahr 2023 auch hier einen Höchstwert. **Mit zunehmender Budgetverantwortung steigt 2023 der Jahresbruttolohn weiterhin.**

Die Medianlöhne im Bereich der Budgetverantwortung sind über die Jahre hinweg weitgehend stabil geblieben, sowohl für Fundraiser:innen ohne als auch mit Verantwortung (siehe Anhang 2). Die Lohnschere zwischen Fundraiser:innen ohne und mit Budgetverantwortung, die sich 2017 im Vergleich zu 2013 noch vergrößert hatte, zeigte 2020 eine leichte Annäherung. **Die aktuellen Ergebnisse zeigen eine weitere Annäherung der Jahresbruttolöhne zwischen den Funktionsstufen, was zu einem neuen Tiefstand der Lohnschere führt.**

2.3 JAHRESBRUTTOLOHN NACH AUS- UND WEITERBILDUNG SOWIE BERUFSERFAHRUNG

Die Umfragedaten machen deutlich, dass ein höherer Bildungsabschluss nicht mit einem höheren Lohn einhergeht (siehe Abbildung 5). Fundraiser:innen mit Berufsschulabschluss, die 2013 und 2017 noch am wenigsten verdient hatten, weisen nun den höchsten Medianlohn auf (109'000 CHF), während umgekehrt Fundraiser:innen mit Doktorat, die in allen früheren Studien über die höchsten Löhne verfügten, nun am anderen Ende der Skala zu finden sind (100'000 CHF). Diese Zahlen sind aufgrund der geringen Fallzahl in diesen beiden Kategorien (7 bzw. 5 Befragte) wenig aussagekräftig, doch weisen sie auf eine allgemeine Tendenz hin, die sich bei Betrachtung der übrigen Merkmalsausprägungen bestätigt: **Die Medianlöhne in Abhängigkeit des Bildungsniveaus haben sich stark angenähert.** Sämtliche Kategorien befinden sich innerhalb einer Bandbreite von 10'000 Schweizer Franken, was in keiner vorherigen Studie der Fall war (n=266).

Von den grösseren Bildungskategorien konnten Personen mit Universitäts-/ETH-Abschluss und solche mit Fachhochschulabschluss von leichten Lohnsteigerungen profitieren. Die Gehälter von Fundraiser:innen mit Abschluss einer Höheren Fachschule (HF) sind hingegen leicht gesunken, bleiben aber die zweithöchsten im Sample. Vertiefende Auswertungen deuten darauf hin, dass die befragten **Fundraiser:innen mit weniger prestigeträchtigen Bildungsabschluss (Berufslehre, Matura, Höhere Fachschule) dies durch längere Berufserfahrung kompensieren.**

In all diesen drei Kategorien liegt die durchschnittliche allgemeine Berufserfahrung zwischen 26 und 27 Jahren, während sie bei den Hochschulabschlüssen deutlich geringer ist (Fachhochschule: 23.7 Jahre, Universität/ETH: 18.9 Jahre, Doktorat: 19.3 Jahre). Tendenziell tiefere Löhne bei einem weniger hohen Bildungsabschluss werden in der Regel durch allgemeine Berufserfahrung statt Fundraising-

spezifische Berufserfahrung kompensiert, was den Charakter von Fundraising als interdisziplinäre Tätigkeit mit einer Vielzahl an möglichen Zugängen deutlich macht. **Generell zeigt sich in diesen Resultaten die hohe Praxisnähe des Berufs und die Wertschätzung für erfahrene Berufspersonen mit vielfältigen Hintergründen.**

Der Bildungsweg ist demnach kaum ausschlaggebend für die Lohnhöhe, andere Faktoren wie Berufserfahrung oder Funktionslevel spielen eine grössere Rolle. Wenn von einer «Akademisierung» des Fundraisings die Rede ist, soll das also nicht bedeuten, dass ein Universitätsabschluss der Königsweg für eine erfolgreiche Fundraising-Karriere geworden ist, sondern eher, dass immer mehr Berufseinsteiger:innen einen solchen haben und dementsprechend der Anteil der Fundraiser:innen mit Universitätsabschluss steigt.⁹ Ihre Löhne sind aber aufgrund der geringeren Erfahrung nicht höher als jene von Fundraiser:innen ohne akademischen Hintergrund.

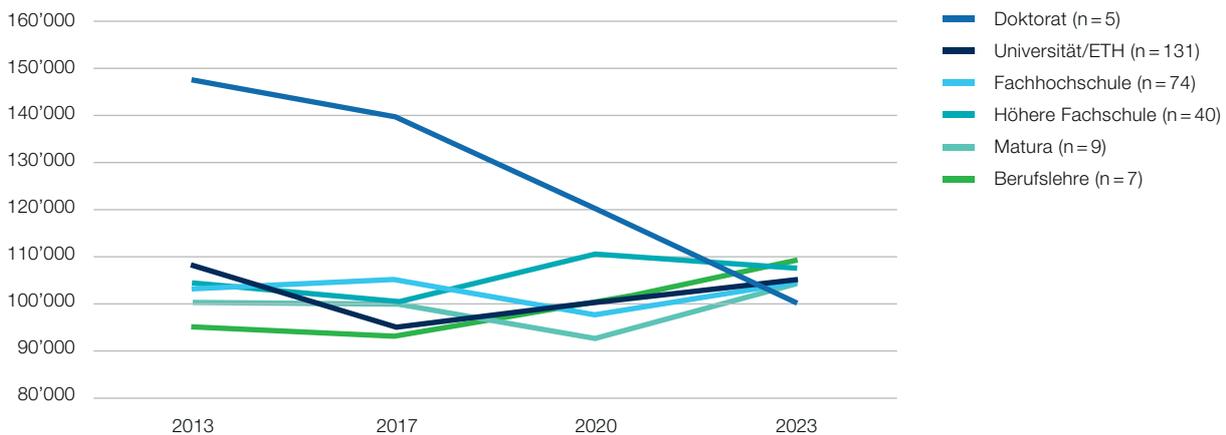
Eine deutliche Auswirkung auf den Lohn zeigt die Berufserfahrung im Fundraising, wobei der Anstieg annähernd linear verläuft. Auffällig ist, dass der Lohnzuwachs gegenüber der Vorgängerstudie fast ausschliesslich in der Kategorie mit 2-4 Jahren Fundraising-Erfahrung stattgefunden hat (siehe Anhang 2), während die übrigen Gruppen stagnieren oder einen leichten Rückgang verzeichnen. Der Zusammenhang zwischen dem Lohn und einer Fundraising-Weiterbildung ist im Jahr 2023 hingegen kaum präsent. So geben Personen mit einer Fundraising-Weiterbildung an, einen Medianlohn von 105'300 Schweizer Franken im Jahr 2023 verdient zu haben (n=102), während Personen ohne Fundraising-Weiterbildung einen Medianlohn von 104'000 Schweizer Franken verdienten (n=171). Somit haben sich die Löhne über die vergangenen Jahre von Personen mit und ohne Fundraising-Weiterbildung angeglichen (siehe Anhang 2).

⁹ Anteil Fundraiser:innen mit Universitätsabschluss: 37.7% (2013), 39.3% (2017), 43.4% (2020), 45.3% (2024).

Abbildung 5

MEDIANLOHN NACH SCHULISCHEN ABSCHLÜSSEN IM JAHRESVERGLEICH

2023: n = 266, Angaben in CHF

**2.4 JAHRESBRUTTOLOHN NACH WEITEREN MERKMALEN FÜR 2023**

Die Jahresbruttolöhne der Fundraiser:innen im Jahr 2023 wurden zusätzlich auf weitere Merkmale wie dem Fundraising-Bereich, der Region des Arbeitsorts, dem Tätigkeitsbereich sowie der Spendeneinnahmen der Organisation als auch bezüglich allgemeiner Berufserfahrung und Betriebszugehörigkeit untersucht (siehe Anhang 3).

Von den verschiedenen Bereichen des Fundraisings wird **insbesondere Individual Fundraising (MajorDonor-/Nachlassfundraising) etwas höher entlohnt als übrige Bereiche**. Punkto **regionale Lohnunterschiede** stehen die Grossregionen Ostschweiz, Espace Mittelland um Bern), und Zürich mit tendenziell höheren Löhnen gegenüber der Nordwestschweiz mit tendenziell niedrigeren Löhnen. Weit abgelegen mit den klar tiefsten Löhnen, aber auch nur zwei Umfrageteilnehmende, steht der Kanton Tessin.

Relativ **hohe Löhne zahlen Organisationen in den Tätigkeitsbereichen Gesundheit und Bildung, eher geringe hingegen im Umweltschutz sowie in der Kultur**. Auffällig sind die sehr tiefen Löhne im Bereich

Religion und die sehr hohen im Bereich Sucht, wobei diese Befunde aufgrund der kleinen Anzahl von je drei Befragten nicht generalisierbar sind. In der Tendenz zahlen Organisationen mit höheren Spendeneinnahmen – was als ungefährender Indikator für ihre Grösse gilt – bessere Löhne; es scheint eine **Schwelle bei rund 5 Mio. Schweizer Franken an jährlichen Spendeneinnahmen zu geben, ab denen die Gehälter für Fundraiser:innen deutlich höher ausfallen**.

Mit zunehmender allgemeiner Berufserfahrung verdienen Fundraiser:innen mehr, wobei jedoch der Anstieg in den ersten Jahren eher flach ist und erst ab rund 10 Jahren steiler wird. Ein ähnliches Muster zeigt sich bei der Dauer der Betriebszugehörigkeit, die sich erst ab 6 Jahren und vor allem ab 10 Jahren in höheren Löhnen äussert.

2.5 ZUSATZLEISTUNGEN

96 Prozent der Befragten wird eine oder mehrere Formen(en) von Zusatzleistung(en) geboten – ein Wert, der sich im Vergleich zu den vergangenen Studien auf einem Höchstniveau bewegt. Der grösste Anteil der Befragten (32%) gibt an, dass sie den monetären Wert der Zusatzleistungen auf 501 bis 1'500 Schweizer Franken einschätzen, während in der vergangenen Studie für das Jahr 2020 der grösste Teil einen Wert von 1 bis 500 Schweizer Franken angegeben haben.

Bei knapp einem Viertel sind die Zusatzleistungen weniger als 500 Schweizer Franken wert und bei gut einem Fünftel zwischen 1'500 und 3'000 Schweizer Franken. Rund 22

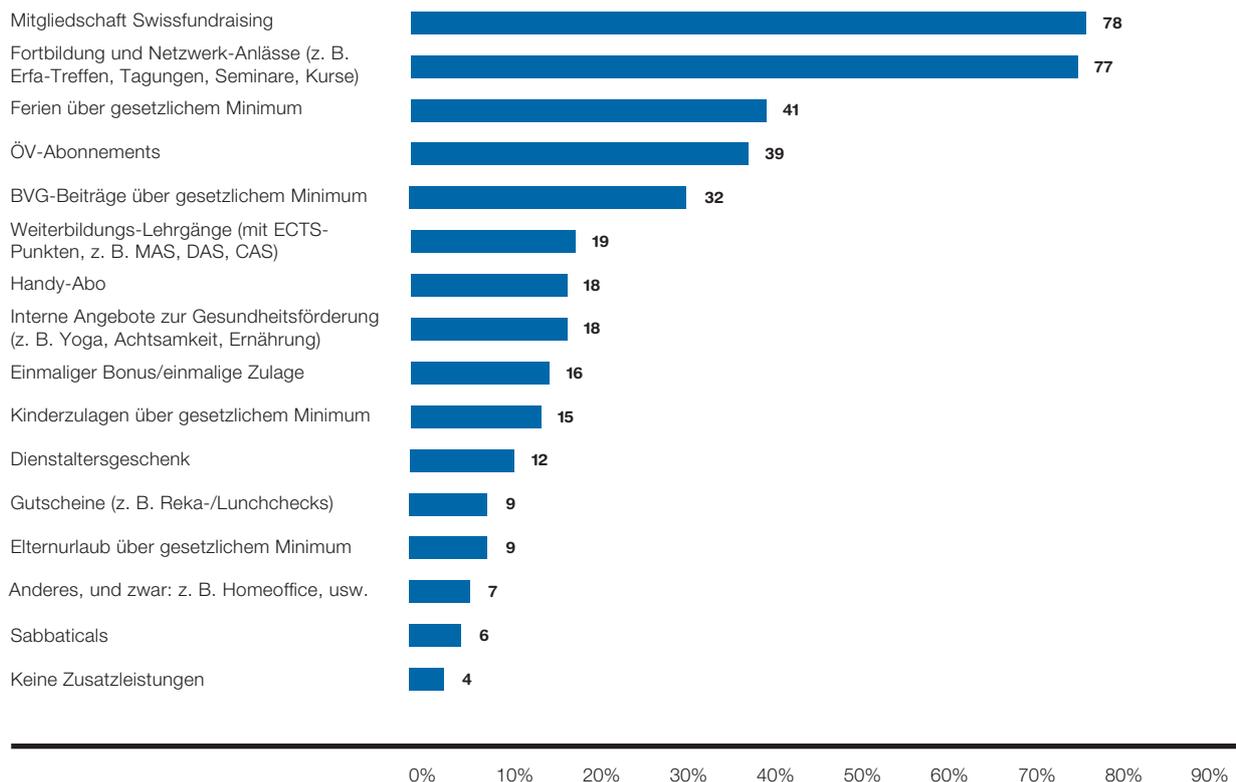
Prozent erhalten Zusatzleistungen im Wert von über 3'000 Schweizer Franken. Zu den häufigsten Zusatzleistungen zählen die Swissfundraising-Mitgliedschaft (78%) sowie Fortbildung und Netzwerk-Anlässe (77%), die bereits in der Studie 2020 Spitzenplätze einnahmen (siehe Abbildung 6).

An dritter Stelle stehen Ferien über dem gesetzlichen Minimum (41%). Dies ist eine Leistung, die im Vergleich zur Lohnstudie 2020 (8%) erheblich an Bedeutung gewonnen hat. Seltener Zusatzleistungen wie zusätzlicher Elternurlaub (9%) oder Sabbaticals (6%) bleiben hingegen, wie bereits 2020 die Ausnahme (n=300).

Abbildung 6

ZUSATZLEISTUNGEN

n = 300, Angaben in %, alle Angestellten, Mehrfachauswahl möglich



3. Status Quo Berufsprofil Fundraiser:in

In der Umfrage wurden die Teilnehmenden zu verschiedenen Aspekten ihres Berufsprofils als Fundraiser:in befragt.¹⁰ Neben der Frage zum Werdegang und zur Motivation wurden die Umfrageteilnehmenden erstmals auch zum wahrgenommenen Stellenwert innerhalb der Organisation sowie Gesellschaft ihrer Tätigkeit als Fundraiser:in, ihre persönlichen Entwicklungsmöglichkeiten und Karrierechancen befragt.

3.1 WERDEGANG

Es fällt auf, dass **im Fundraising häufig Personen entweder zufällig oder aufgrund ihrer Positionen in anderen Bereichen des NPO-Sektors tätig werden, während eine gezielte Auswahl des Berufs offenbar selten erfolgt.** So gaben auf die Frage, wie die Befragten zum Fundraising gekommen sind, 29 Prozent

der Befragten an, rein zufällig zum Fundraising gekommen zu sein (siehe Abbildung 7). Nur 4 Prozent gaben an, bereits zu Beginn ihrer Karriere eine Tätigkeit als Fundraiser:in angestrebt zu haben. Die Mehrheit der Befragten ist aufgrund anderer Positionen in den Fundraising-Beruf gelangt (35%) (n=316).¹¹ Dies könnte signalisieren, dass durch das Fehlen eines klassischen Werdegangs (insbesondere in Bezug auf eine spezifische Berufsausbildung) trotz diverser Weiterbildungsangebote sowie der Arbeit des Verbandes, das Berufsbild für Fundraiser:innen nicht umfassend etabliert ist. Eine weitere Hypothese könnte darin bestehen, dass das Berufsbild Fundraiser:in zu wenig bekannt ist und folglich als Berufs- und Karriereziel nicht aktiv verfolgt wird.



«Die Studienergebnisse widerspiegeln unsere Erfahrungen aus der Fundraising-Weiterbildung: Viele Fachkräfte gelangen eher zufällig in den Bereich, eine bewusste Berufswahl in jungen Jahren ist selten. Fundraising ist ein typisches Feld für Quereinsteiger:innen, oft verbunden mit dem Wunsch nach Sinnhaftigkeit im Beruf. Zugleich beobachten wir jedoch vermehrt, dass junge Menschen direkt nach dem Studium gezielt eine Fundraising-Weiterbildung anstreben.»

Prof. Dr. Leticia Labaronne, 2025

Expertin, Fundraising und NPO-Management sowie Leiterin ZHAW Zentrum für Kulturmanagement

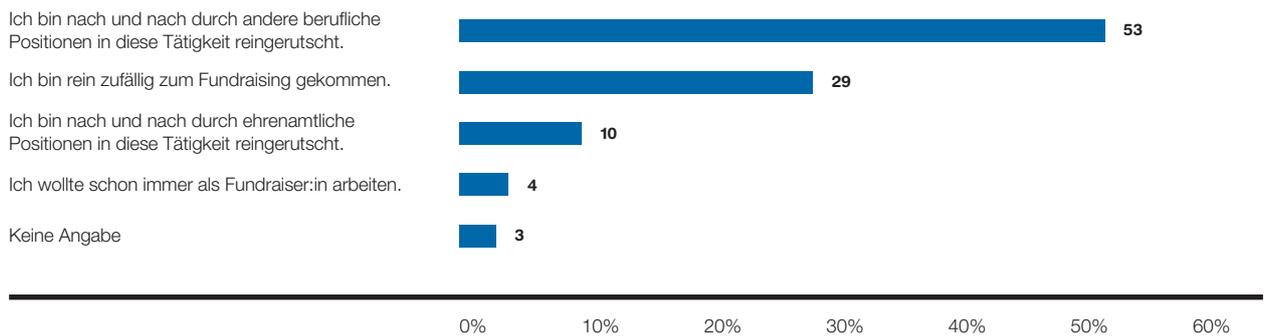
¹⁰ Unter einem Berufsprofil werden hier Charakteristiken und Anforderungen, die mit der Tätigkeit als Fundraiser:in verbunden sind, verstanden. Ein Berufsprofil umfasst somit die fachlichen, sozialen und persönlichen Qualifikationen, die für die Ausübung des Fundraising-Berufs notwendig sind und berücksichtigt jeweilige Entwicklungsmöglichkeiten und Karrierechancen.

¹¹ Die theoretische Fundierung der Frage sowie ihr genauer Wortlaut und jener der Antwortmöglichkeiten wurden von Boenigk et al. (2020) übernommen, die 2018 eine Umfrage mit gut 300 Fundraiser:innen in Deutschland, Österreich und der Schweiz durchgeführt hatten. Die Resultate zu dieser Frage ähneln sich stark: Bei beiden Studien ist eine deutliche Mehrheit durch andere berufliche Positionen ins Fundraising gerutscht, und am zweitmeisten Befragte geben an, rein zufällig zum Fundraising gekommen zu sein. Als Unterschied fällt auf, dass in der vorliegenden Studie der Anteil jener, die schon immer als Fundraiser:in arbeiten wollten, noch deutlich geringer ist (4% gegenüber 10% in der Studie von Boenigk et al.).

Abbildung 7

WERDEGANG

n = 316, Angaben in %, alle Befragten

**3.2 MOTIVATION**

Auf die Frage, welche Aspekte motivieren, beim aktuellen Arbeitgebenden zu arbeiten, wurden mit 78 Prozent am häufigsten die «Sinnhaftigkeit, Gemeinnützigkeit» genannt (siehe Abbildung 8). Danach folgen die Identifikation mit der Organisation (75%) sowie die Arbeit im Team (74%). Auch der «Inhalt und die Vielfalt der Arbeit» (65%), die Möglichkeit im Home-Office zu arbeiten (63%), und «flexible Arbeitszeiten» (63%) zählen zu den häufig gewählten motivierenden Faktoren.

Am seltensten nannten die Befragten hingegen als Motivation bei ihrer Arbeitgeberin zu arbeiten die «Möglichkeit, beruflich ins Ausland zu gehen» (9%) oder ein Sabbatical zu nehmen (5%) (n=277).

Ähnlich wie in der aktuellen Studie standen in der vorgängigen Studie die ideellen Werte mit 79 Prozent an erster Stelle, gefolgt von flexiblen Arbeitszeiten (68%) und einer offenen Unternehmenskultur (61%). Eine grössere Veränderung zeigt sich beim Thema «offene Organisationskultur», das 2020 von 61 Prozent genannt wurde, 2024 waren es jedoch nur von 38 Prozent der Befragten.

Abbildung 8

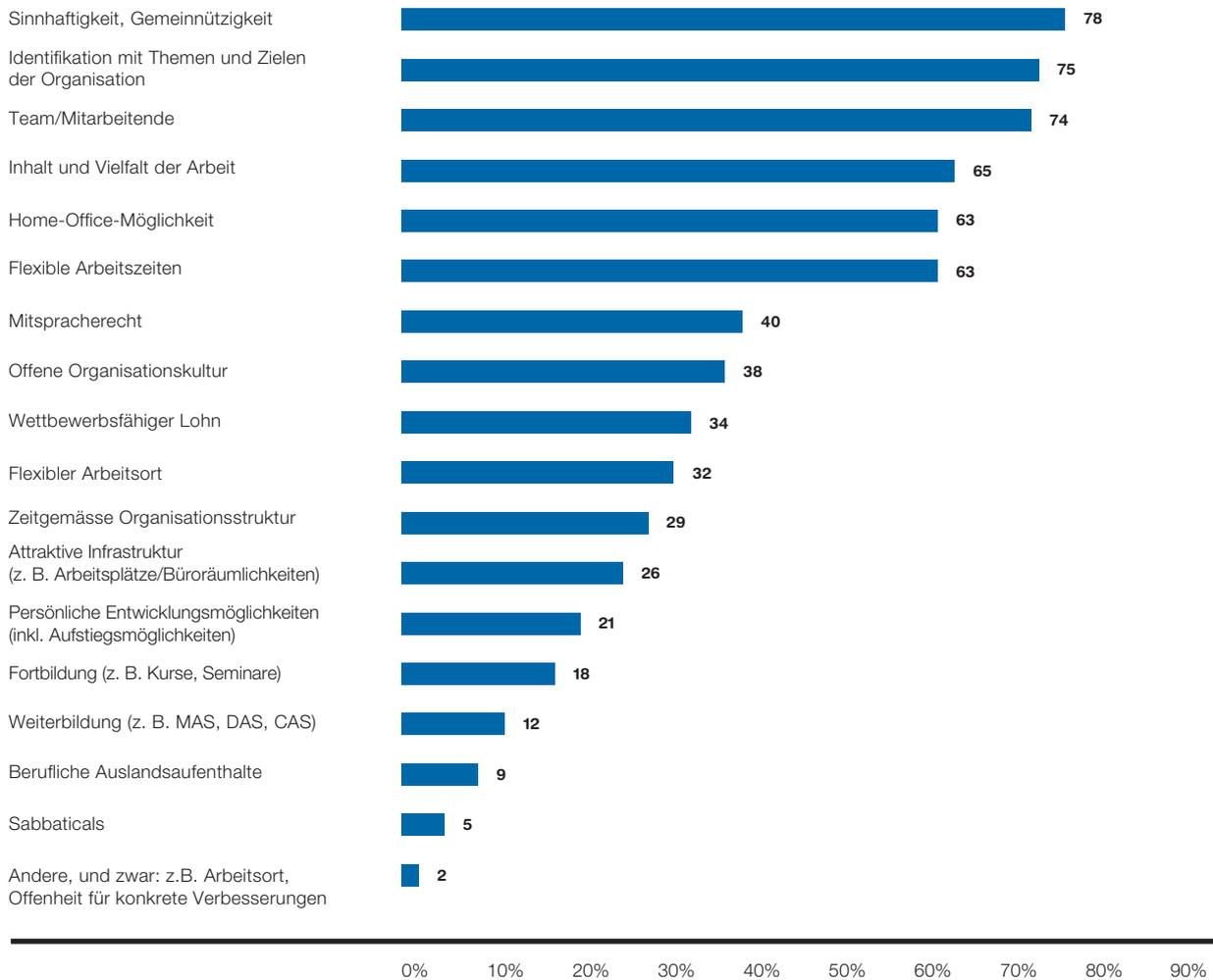
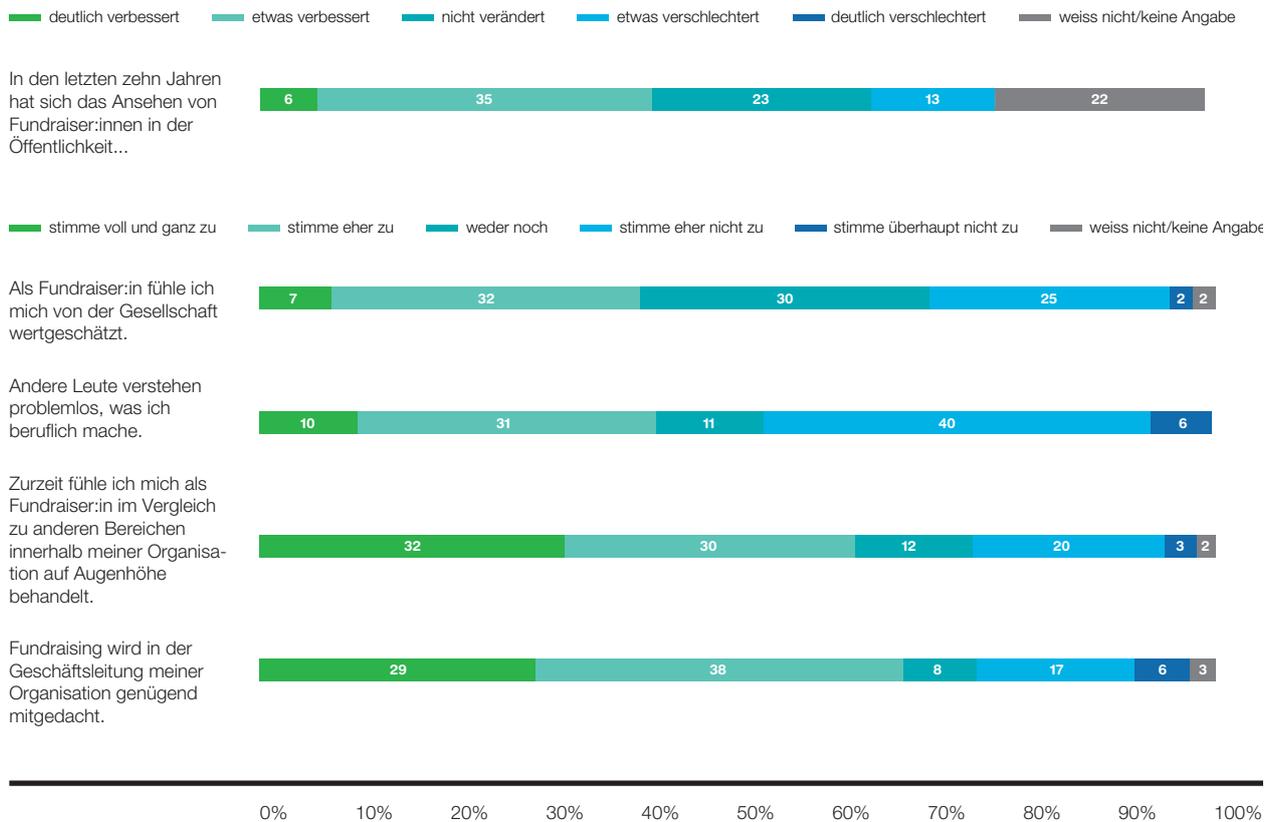
MOTIVATION*n = 277, Angaben in %, alle Angestellten, Mehrfachauswahl möglich*

Abbildung 9

IMAGE UND STELLENWERT VON FUNDRAISING IN DER GESELLSCHAFT UND INNERHALB DER ORGANISATION

n = 294 (obere drei Items, alle Befragten)
n = 260 (untere zwei Items, Angestellte im Fundraising)
Angaben in %



3.3 STELLENWERT DES BERUFS

In der aktuellen Umfrage wurde erstmals die Frage des wahrgenommenen Stellenwerts des Berufs innerhalb der Organisation und Gesellschaft aufgenommen. Bezüglich des Ansehens von Fundraiser:innen in der Öffentlichkeit gaben 41 Prozent an, dass es sich in den letzten zehn Jahren etwas oder deutlich verbessert habe (siehe Abbildung 9). Gut über ein Drittel der Befragten stimmten der Aussage «Andere Leute verstehen problemlos, was ich beruflich mache» eher sowie voll und ganz zu (41%), während fast die Hälfte dem eher nicht oder überhaupt nicht zustimmen (46%) (n=294). Über ein Drittel der Befragten fühlt sich als Fund-

raiser:in von der Gesellschaft eher wertgeschätzt (32%), wobei dem 7 Prozent voll und ganz zustimmen. Innerhalb ihrer Organisation fühlen sich mehr als die Hälfte der Fundraiser:innen gleichwertig behandelt (62%). Zudem sind 67 Prozent der Ansicht, dass das Thema Fundraising von der Geschäftsleitung genügend mitgedacht wird (n=260).¹²

3.4 PERSÖNLICHE ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN

Auf die Frage nach wünschenswerten und realistischen Entwicklungsmöglichkeiten für ihre berufliche Entwicklung als Fundraiser:in nannten die meisten Umfrageteilnehmenden

¹² Aufgrund von sich akkumulierenden Rundungsdifferenzen kann die Summe der einzelnen Merkmalsausprägungen leicht von 100% abweichen.

eine Professionalisierung ihrer bisherigen Tätigkeit innerhalb der aktuellen Organisation (54%). 40 Prozent der Befragten hielten einen Wechsel zu einer anderen Organisation mit Aufstieg in eine höhere Funktion für wünschenswert und realistisch. 30 Prozent sahen Aufstiegsmöglichkeiten innerhalb der eigenen Organisation als eine Option. Am wenigsten attraktiv und realistisch wurde ein Wechsel in einen anderen Fundraising-Bereich innerhalb der eigenen Organisation eingeschätzt (10%) (n=259). Dies verdeutlicht den Wunsch nach einer stärkeren Schärfung des Berufs Fundraiser:in. **Fundraiser:innen sehen ihre berufliche Entwicklung vor allem in der Vertiefung ihrer aktuellen Tätigkeit oder in einem Wechsel mit Aufstiegsmöglichkeiten**, während interne Wechsel innerhalb des Fundraising-Bereichs als weniger attraktiv und realistisch wahrgenommen werden. Dies zeigt die hohe Spezialisierung des Fundraising-Berufes.

Auf die Frage, ob sich die Arbeitgeberin mittels Inhouse-Bildungsprogrammen an der Kompetenzentwicklung im Fundraising beteilige, gab eine deutliche Mehrheit der Befragten (72%) an, dass ihre Organisation keine entspre-

chenden Programme anbietet. Demgegenüber gaben 20 Prozent an, dass ihre Organisation interne Weiterbildungsmaßnahmen bereitstellt, während 7 Prozent anführen, dass Praktika für Nachwuchskräfte angeboten werden (n=282).

3.5 KARRIERECHANCEN

Die Mehrheit der Befragten bewertet ihre Karrierechancen als Fundraiser:in als gut oder sehr gut (63%) (siehe Abbildung 10). Dabei schätzen Männer ihre Chancen häufiger positiv (70%) als Frauen (60%) ein. 35 Prozent der Frauen bewerteten ihre Karrierechancen als mittelmässig. Auch hinsichtlich des Alters zeigen sich deutliche Unterschiede: Bei den unter 30-Jährigen blickt nur eine Minderheit (43%) positiv auf die beruflichen Aussichten als Fundraiser:innen, während sich bei allen anderen Altersgruppen jeweils eine Mehrheit zuversichtlich zeigt (n=262).

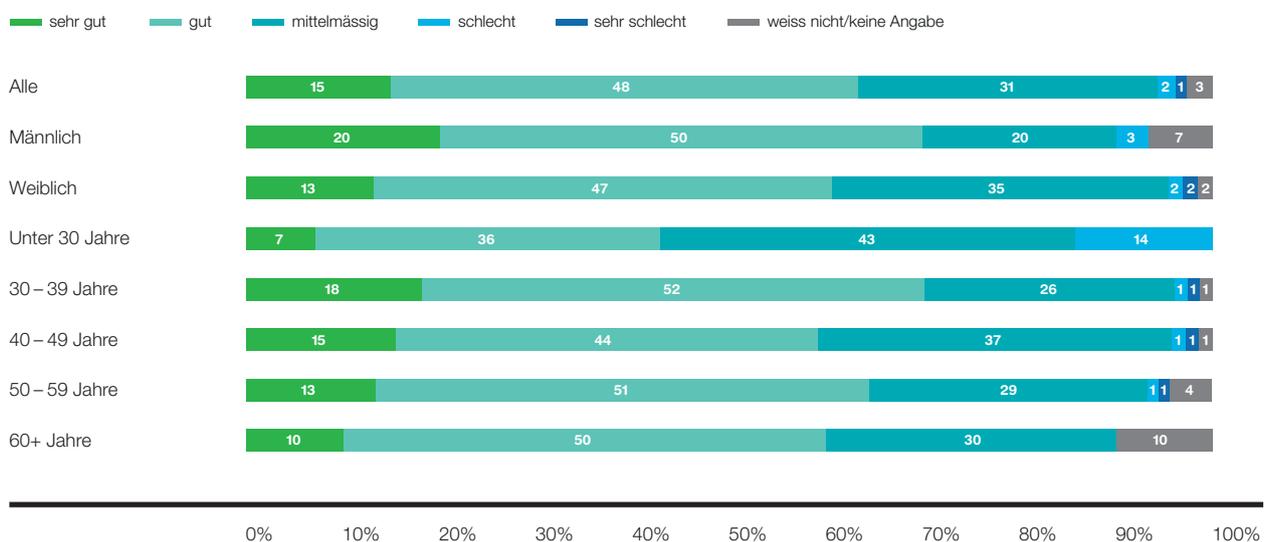
3.6 TYPOLOGIEN VON FUNDRAISER:INNEN

Erstmals wurde in der vorliegenden Studie versucht, auf datengestützte Weise eine Typologisierung von Fundraiser:innen vorzunehmen (siehe Abbildung 11). Das Ziel war, auf Basis der Umfragedaten klar voneinander abgegrenzte

Abbildung 10

KARRIERECHANCEN ALS FUNDRAISER:IN

n = 262, Angaben in %, Angestellte im Fundraising



Typen von Fundraiser:innen zu identifizieren und aktuelle Trends im Berufsbild zu erforschen. Zu diesem Zweck wurden alle Umfrageteilnehmenden, die im engeren Sinne Fundraiser:innen sind – d. h. unter Ausschluss der Dienstleister:innen – ausgewählt und ihre Antworten in einem Machine-Learning-Modell ausgewertet.¹³

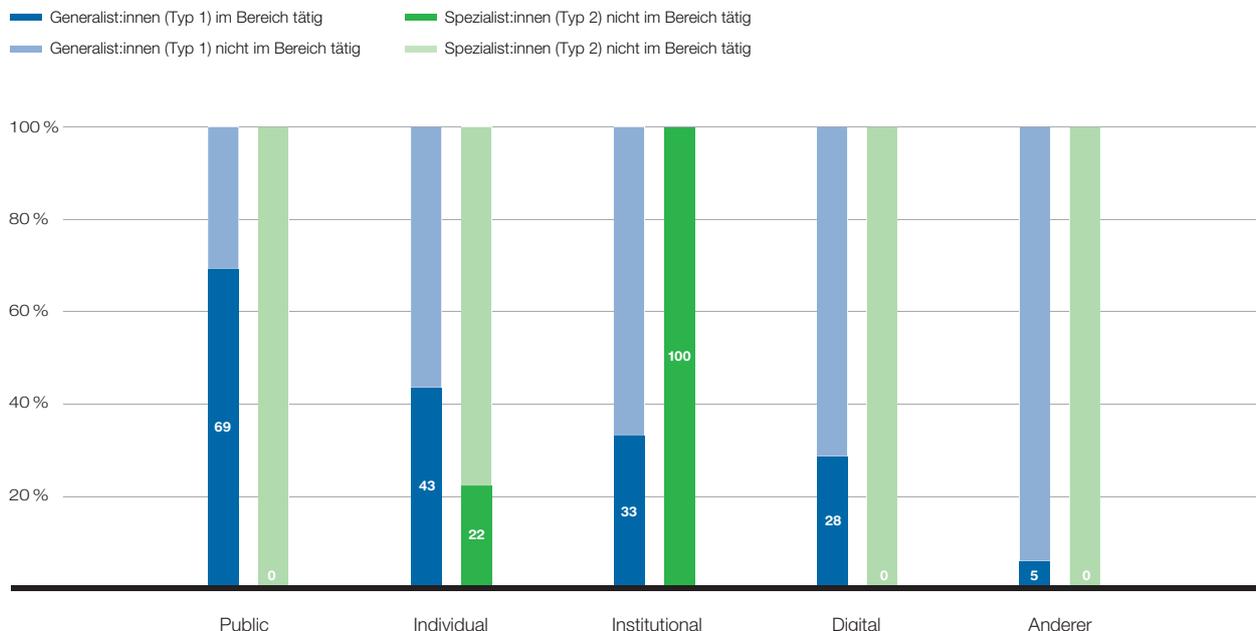
Es zeigte sich, dass **bei den vorliegenden Umfragedaten am ehesten von zwei Typen¹⁴ von Fundraiser:innen ausgegangen werden kann, wobei Typ 1 als «Generalist:in» und Typ 2 als «Spezialist:in» beschrieben werden kann** (siehe Abbildung 11). Dem Typ 1 wurden 57 Prozent Umfrageteilnehmende zugewiesen (n=156), dem Typ 2 43 Prozent der Befragten (n = 116) zugewiesen.

Wie die Abbildung zeigt, arbeitet ein:e Fundraiser:in, die/der vom Algorithmus zum Typ 1 zugewiesen werden kann, mit einer Wahrscheinlichkeit von knapp 70 Prozent im Public Fundraising und von gut 40 Prozent im Individual Fundraising. Bei Institutional und Digital Fundraising betragen die Wahrscheinlichkeiten etwas über bzw. unter 30 Prozent, und einige der Typ-1-Fundraiser:innen arbeiten auch in anderen Bereichen des Fundraisings. Hingegen arbeiten sämtliche Typ-2-Fundraiser:innen im Institutional Fundraising, gut ein Fünftel im Individual Fundraising und die Wahrscheinlichkeit, in einem der übrigen Bereiche tätig zu sein, beträgt null. **Bei Typ 1 könnte angenommen werden, dass es sich um «Generalist:innen» handelt**, die in allen Bereichen arbeiten können und vielfach in die «Breite»,

Abbildung 11

FUNDRAISING-BEREICHE NACH TYPOLOGIEN

Generalist:innen (Typ 1) n=156, Spezialist:innen (Typ 2) n=116, Angaben in %, Angestellte im Fundraising



13 Für das Modell wurden a priori drei Variablen definiert, die einen angemessenen Grad an Komplexität aufweisen – d. h. nicht zu viele und nicht zu wenige Ausprägungen haben – und aufgrund theoretischer Überlegungen für unterschiedliche Berufswege von Fundraiser:innen massgeblich sein dürften. Dabei handelt es sich um die Variablen Fundraising-Bereich, Bildung und Werdegang. Da nur Befragte beibehalten wurden, die diese drei Fragen vollständig beantworteten, reduzierte sich die Fallzahl für die Typenanalyse auf 272 Fälle. Beim verwendeten Modell handelt es sich um eine Latente Klassenanalyse (LCA), eine Methode unüberwachten maschinellen Lernens, das mit Clustering verwandt ist und spezifisch dafür entwickelt wurde, verborgene (latente) Subgruppen in Umfragedaten aufzuspüren. Dabei bestimmt der LCA-Algorithmus zunächst die optimale Anzahl Subgruppen durch das Bayes-Informationskriterium, d. h. diejenige Anzahl, die mit einem Maximum an Effizienz die Komplexität der Daten reduziert.

14 Sodann wies der Algorithmus die Befragten einer der beiden Typen zu (Typ 1: n = 156, Typ 2: n = 116) und berechnete die bedingte Wahrscheinlichkeit für die jeweiligen Merkmalsausprägungen der drei obengenannten Variablen bei gegebener Zugehörigkeit zu einem Typ. Dies ermöglicht es, das Wesen der beiden Typen zu erfassen.

d. h. in der Öffentlichkeit und über digitale Kanäle, Fundraising betreiben. **Typ 2 wäre demgegenüber eher spezialisiert auf Institutional Fundraising sowie teilweise auf Individual Fundraising (Major Donor-/ Nachlassfundraising)** und wird hier unter dem Begriff **«Spezialist:innen»** zusammengefasst. Die Unterschiede zwischen den beiden anderen Variablen, Bildung und Werdegang, sind etwas weniger stark ausgeprägt. Die «Generalist:innen» (Typ 1) haben gegenüber den «Spezialist:innen» (Typ 2) weniger häufig einen Universitäts- bzw. ETH-Abschluss (42% gegenüber 56% bei Typ 2) und sind häufiger zufällig zum Fundraising gekommen (33% gegenüber 21% bei Typ 2).

Um diese Typen noch eingehender zu untersuchen, wurden weitere Variablen verglichen. **Die bedeutendsten statistisch hochsignifikanten¹⁵ Unterschiede zeigen sich**

bei der Verantwortung für Budget und Mitarbeitende.

«Generalist:innen» verantworten im Durchschnitt fast 800'000 Schweizer Franken (Median: 200'000 CHF), «Spezialist:innen» nur durchschnittlich 210'000 Schweizer Franken (Median: 10'000 CHF). Bei den «Generalist:innen» hat lediglich rund ein Fünftel gar keine Budgetverantwortung, bei jenen der «Spezialist:innen» sind es mehr als zwei Fünftel. Auch hinsichtlich der Verantwortung für Mitarbeitende unterscheiden sich die beiden Typen deutlich: Im Durchschnitt führen «Generalist:innen» 3 bis 4 Mitarbeitende, das Maximum liegt bei 60 Prozent und knapp 55 Prozent haben keine Personalverantwortung (n=156). «Spezialist:innen» sind durchschnittlich für etwas mehr als einen Mitarbeitenden (1.3) zuständig, das Maximum liegt bei 15 und der Anteil derer ohne Personalverantwortung liegt bei über 65 Prozent (n=116).



«Die Ergebnisse zeigen das zunehmende Etablieren des Berufsbilds und damit verbunden die steigende Spezialisierung. Spezialist:innen konzentrieren sich auf ihren Aufgabenbereich und haben weniger Interesse daran, Teams zu führen. In der Vergangenheit waren Fundraising-Positionen häufig mit einer höheren Budget- und Personalverantwortung sowie mit weiteren Management-Aufgaben ausserhalb des Fundraisings verknüpft, was sich aktuell in der hohen Verbreitung von Generalist:innen zeigt, aber auch die Relevanz dieser Funktion innerhalb der Organisationen verdeutlicht.»

Prof. Dr. Andrea Müller, 2025
Expertin, ZHAW Zentrum für Human Resources und Corporate Learning

¹⁵ Die Unterschiede sind gemäss einem Zweistichproben-t-Test nach Welch statistisch hochsignifikant.

Dieses Muster zeigt sich auch bei der Frage nach der beruflichen Funktionsstufe. **So haben nur vier «Spezialist:innen» (3%) angegeben, eine Leitungsfunktion mit Mitgliedschaft in der Geschäftsleitung innezuhaben, gegenüber 22 «Generalist:innen» (14%)** – ein statistisch signifikanter Unterschied gemäss Chi-Quadrat-Test nach Pearson/Yates. In anderen Führungspositionen ist das Verhältnis ausgeglichener, doch die Tendenz ist klar feststellbar. Nennenswert ist in diesem Zusammenhang auch die **ungleiche Verteilung der Geschlechter: Unter den «Generalist:innen» finden sich mehr Männer (25%) als unter den «Spezialist:innen» (15%)**. Hinsichtlich des Alters unterscheiden sich die beiden Typen kaum.

Trotz der Unterschiede bei der Verantwortung und Funktion liegen die beiden Typen bei den Löhnen praktisch gleichauf («Generalist:innen» (Typ 1): Durchschnitt 106'100 CHF, Median 105'000 CHF; «Spezialist:innen» (Typ 2): Durchschnitt 108'800 CHF, Median 104'000 CHF). Auch hinsichtlich Pensum, allgemeiner Berufserfahrung, Fundraising-Erfahrung und Anzahl Jahre im selben Betrieb unterscheiden sie sich kaum. **In der Tendenz erwirtschaften die Organisationen der «Spezialist:innen» etwas mehr Spendeneinnahmen**,¹⁶ was darauf hinweist, dass grössere Organisationen eher spezialisiertes Personal insbesondere im Institutional Fundraising sowie teilweise auch im Individual Fundraising beschäftigen.

Die unterschiedliche berufliche Ausrichtung der zwei Typen äussert sich auch in den absolvierten Weiterbildungen. **41 Prozent der «Spezialist:innen» geben an, eine spezifische Fundraising-Weiterbildung gemacht zu haben, gegenüber nur 32 Prozent der «Generalist:innen»**. Bei Letzteren haben ähnlich viele (33%) Fundraiser:innen eine Weiterbildung¹⁷ in einem verwandten Gebiet absolviert, z. B. Marketing oder Betriebswirtschaft, während es bei den «Spezialist:innen» weniger als ein Fünftel ist.

Die Faktoren, die zur Arbeit motivieren, sowie die Einschätzung der eigenen Karrierechancen unterscheiden sich nicht wesentlich zwischen den beiden Typen. **Wenn sie nach den persönlichen Entwicklungsmöglichkeiten gefragt werden, können sich «Spezialist:innen» viel eher vorstellen, in eine andere Abteilung (ausserhalb des Fundraisings) in derselben Organisation zu wechseln als «Generalist:innen»** (der Zusammenhang ist gemäss Chi-Quadrat-Test statistisch signifikant).

Zur Wahrnehmung aktueller Trends und künftig relevanter Kompetenzen für erfolgreiche Fundraiser:innen wurde ein Vergleich durchgeführt. **Im Hinblick auf die Kompetenzen setzen «Generalist:innen» Spender:innenorientierung an die erste Stelle**, gefolgt von strategischem Denken und Identifikation mit der Organisation. **«Spezialist:innen» halten dagegen Identifikation mit der Organisation als die wichtigste Kompetenz**, gefolgt von Kommunikationsfähigkeit und Spender:innenorientierung. Die grössten Unterschiede zwischen den beiden Typen in Bezug auf die übergeordneten Kompetenzen sehen wie folgt aus: Spender:innenorientierung, analytisches Denken, Eigenverantwortung und strategisches Denken halten die «Generalist:innen» für deutlich wichtiger als «Spezialist:innen». Umgekehrt haben «Spezialist:innen» häufiger themenspezifisches Wissen, Kommunikationsfähigkeit, Networking und Verhandlungsgeschick als besonders relevant genannt.

In Bezug auf die Wahrnehmung aktueller Trends im Berufsalltag zeigen die beiden Typen im Wesentlichen ähnliche Einschätzungen. **«Generalist:innen» attestieren dem Generationenwandel im Spendenmarkt und dem Fachkräftemangel eine etwas höhere Relevanz, «Spezialist:innen» schätzen hingegen Veränderungen des Berufsbildes durch KI wichtiger ein**. Nur der Unterschied bei der künstlichen Intelligenz ist statistisch signifikant.

¹⁶ Die Differenz bei den Spendeneinnahmen ist jedoch (gemäss t-test) knapp nicht signifikant.

¹⁷ Die Differenz in Bezug auf die Fundraising-Weiterbildung erreicht statistische Signifikanz.

4. Einschätzungen zu Fundraiser:in der Zukunft

Angesichts der aktuellen Trends und Entwicklungen richtet die «Studie Berufsbild Fundraiser:in 2025» den Blick erstmals gezielt auf die zukünftige Entwicklung des Berufsbildes von Fundraiser:innen. Im Folgenden werden die Einschätzungen bezüglich Kompetenzentwicklung für die Zukunft und das zukünftige Berufsprofil beleuchtet.

Die vierte Industrielle Revolution markiert einen tiefgreifenden Wandel der heutigen Arbeitswelt. Sie steht u. a. für das Zeitalter der Digitalisierung, der Vernetzung von Menschen, Maschinen und Robotern sowie den Einsatz von KI.¹⁸ Die globalen Trends Digitalisierung, KI, Nachhaltigkeit, sozialpolitische Instabilitäten, Remote Work, demografischer Wandel, Kaufkraftverlust sowie die Anknüpfung des unternehmerischen Erfolges an das Wohlbefinden der Mitarbeitenden prägen Wirtschaft, Gesellschaft und die Arbeitswelt in vielfältiger Weise.¹⁹

So verändert bspw. der demographische Wandel die Machtverhältnisse zwischen Kapital und Arbeit und stärkt die Verhandlungsposition der Arbeitnehmenden gegenüber den Arbeitgebenden.²⁰ Diese dynamischen Entwicklungen bringen sowohl Herausforderungen als auch Chancen für alle Akteur:innen der Arbeitswelt mit sich. Wie viele andere

Berufsfelder werden auch Fundraiser:innen (und Dienstleister:innen) in ihrer täglichen Arbeit auf vielseitige Art von den genannten Megatrends beeinflusst.²¹

Die Befragungsteilnehmenden (nicht nur Fundraiser:innen) wurden daher zu ihren Einschätzungen in Bezug auf die/den Fundraiser:in der Zukunft befragt. Dabei wurde gefragt, welche Trends ihrer Meinung nach das Berufsprofil in Zukunft beeinflussen, inwiefern sich bestimmte Trends auf den Berufsalltag auswirken und welche Rahmenbedingungen zur Schärfung des Berufsprofils Fundraiser:in resp. Förderung der Bekanntheit des Berufs beitragen könnten. Zudem wurde untersucht, welche Kompetenzen für erfolgreiche Fundraiser:innen in der Zukunft wichtig sein werden (Kompetenzentwicklung).

18 Schwab, K. (2016). Die vierte industrielle Revolution (8. Auflage). Pantheon.

19 Deloitte (2024). 2024 Global Human Capital Trends. Deloitte Insights.; Goulven, K. L., Stabile, M., & Veloso, F. (2024). Four Global Trends in Business and Society in 2024. INSEAD Articles.; Helmrich, R., Hummel, M., & Wolter, M. I. (2020). Aktualisierte megatrends. Relevanz und Umsetzbarkeit in den BIBB-IAB-Qualifikations- und Berufsprojektionen. Bundesinstitut für Berufsbildung. <https://www.bibb.de/dienst/publikationen/de/16610>.; Martinez-Moran, P. C., & Dolan, S. L. (2024). Revisiting HR Challenges at the Dawn of 2024. The European Business Review.; World Economic Forum (2024). Chief Economists Outlook. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Chief_Economists_Outlook_2024.pdf.

20 Zukunftsinstitut. (2025, Januar). Der Megatrend New Work. <https://www.zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/megatrend-new-work>

21 Unter Megatrends werden komplexe, langfristige Wandlungsprozesse mit weitreichenden Auswirkungen verstanden, die sich auf vielschichtige und komplexe Weise manifestieren (Zukunftsinstitut (2025). Die Megatrends. <https://www.zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/megatrends>.)

4.1 ZUKÜNFTIGES BERUFSPROFIL FUNDRAISER:IN UNTER BERÜCKSICHTIGUNG VON TRENDS UND AKTUELLEN ENTWICKLUNGEN

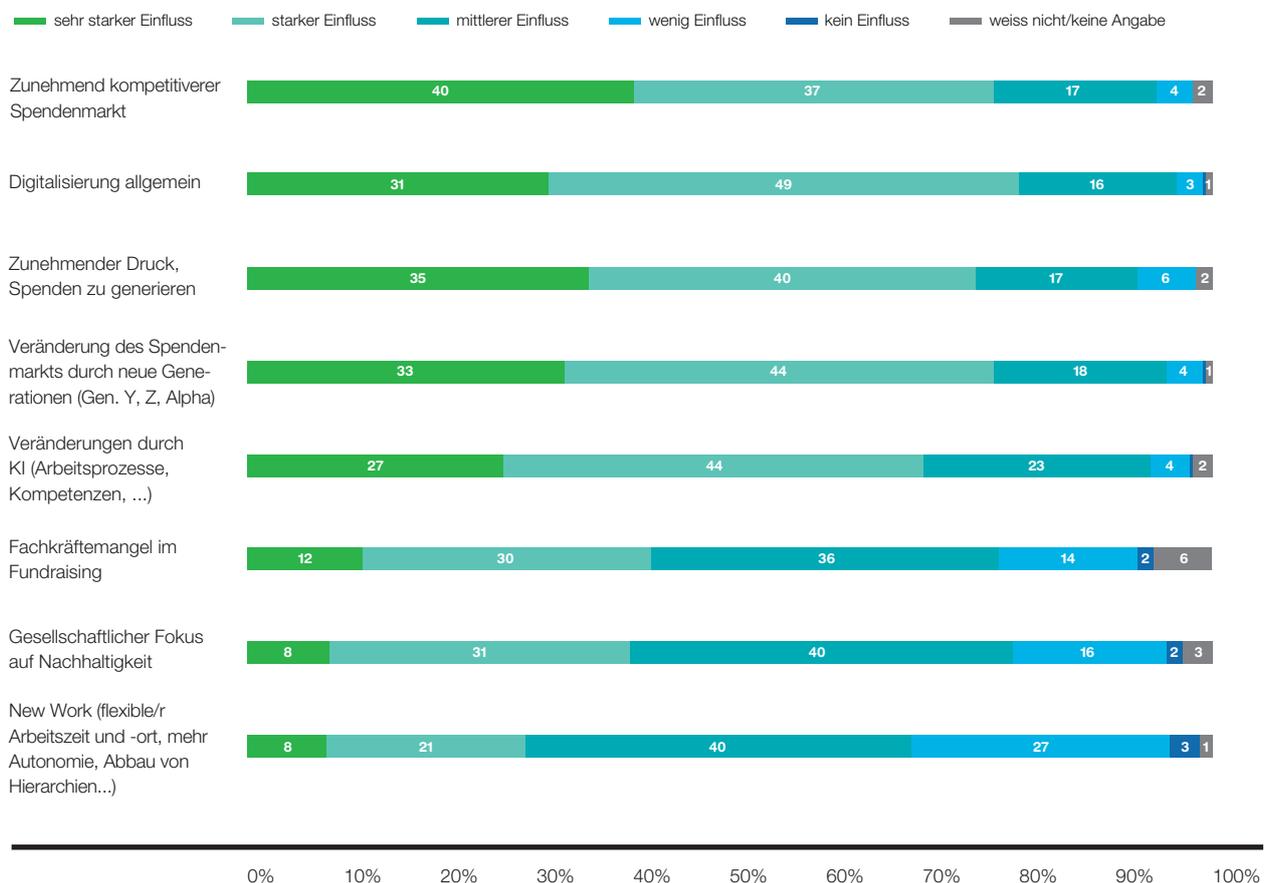
Die aktuelle Befragung zeigt, dass dem zunehmend kompetitiven Spendenmarkt ein erheblicher Einfluss auf das zukünftige Berufsprofil von Fundraiser:innen (siehe Abbildung 12) beigemessen wird. Über Dreiviertel der Befragten (77%) schätzen diesen Einfluss als stark oder sehr stark ein. **Ähnlich hoch bewertet wurde der Einfluss der «Digitalisierung allgemein», den 80 Prozent der Teilnehmenden als stark oder sehr stark einschätzen.** Auch der «zunehmende Druck, Spenden zu generieren»

wurde von 75 Prozent der Befragten als wesentlicher Einflussfaktor für die zukünftige Rolle von Fundraiser:innen eingestuft. Deutlich geringer wurde hingegen der Einfluss des Trends «New Work» bewertet: Nur 29 Prozent der Befragten sehen hier einen starken oder sehr starken Einfluss auf das zukünftige Berufsprofil im Fundraising (n=295). New Work wird offensichtlich primär aus der Perspektive unterstützender Tools gesehen und weniger als Trend im Sinne von inhaltlicher Relevanz für das Berufsfeld. Zudem ist die Flexibilität hinsichtlich Arbeitszeit und -ort, welche häufig mit New Work assoziiert wird, bereits gelebte Realität (siehe Kapitel 3.2 «Motivation»).

Abbildung 12

EINFLUSS TRENDS AUF DAS BERUFSPROFIL FUNDRAISER:IN IN ZUKUNFT

n = 295, Angaben in %, alle Befragten



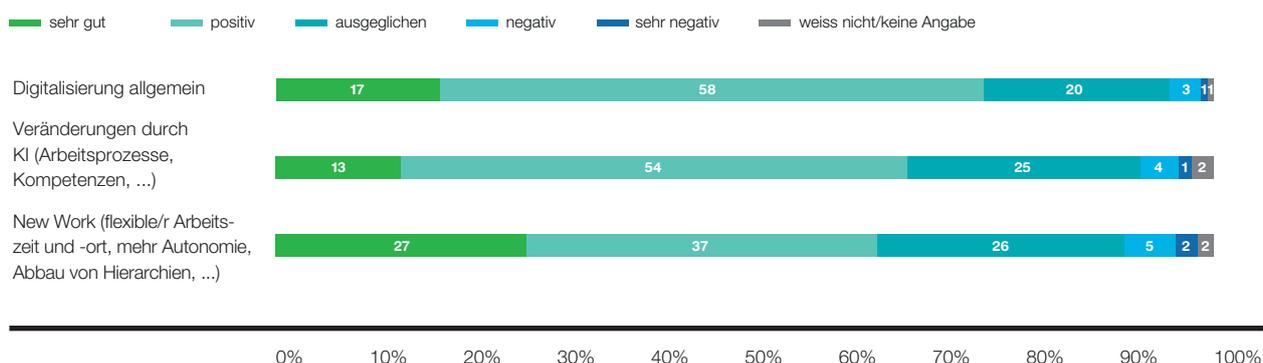
Der Effekt aktueller Trends auf den Berufsalltag im Fundraising (siehe Abbildung 13) wird von den Umfrageteilnehmenden überwiegend positiv eingeschätzt. **«Digitalisierung allgemein» wurde von 75 Prozent der Umfrageteilnehmenden als positiv oder sehr positiv bewertet. Auch «Veränderungen durch KI» sehen 67 Prozent**

der Befragten als positiv oder sehr positiv an. Der Trend «New Work» wurde ebenfalls von einer Mehrheit (64%) positiv bewertet (n=293). Die positiven Bewertungen können als Indikator für eine gewisse Offenheit gegenüber Veränderungen und Trends interpretiert werden.

Abbildung 13

EFFEKT TRENDS AUF BERUFSALLTAG IM FUNDRAISING

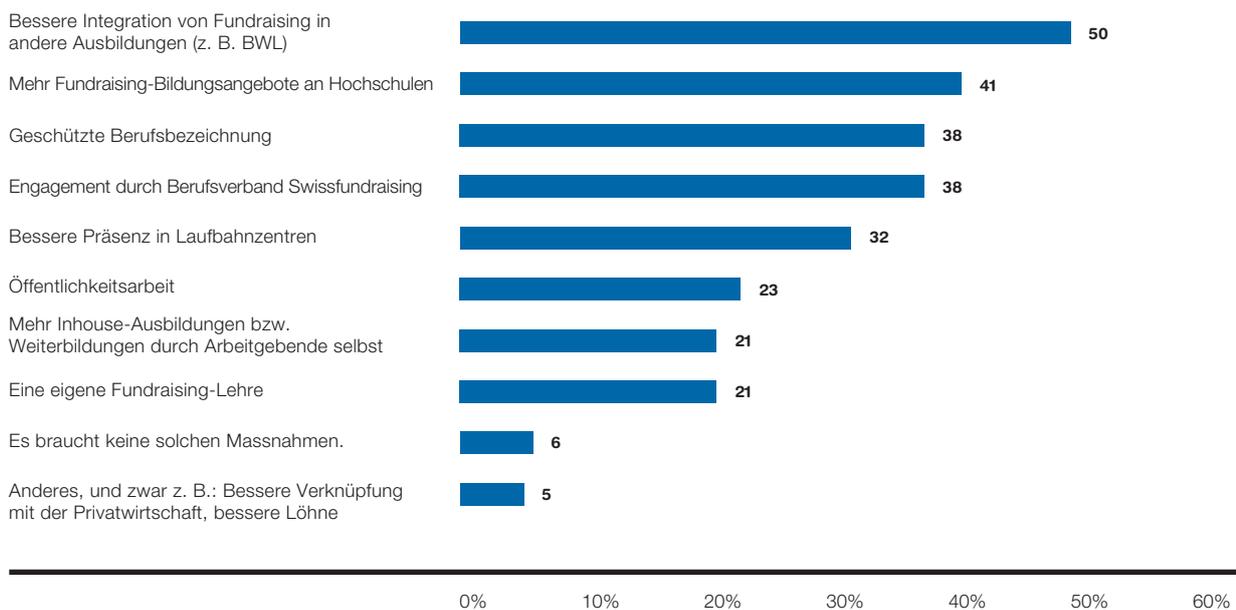
n = 293, Angaben in %, alle Befragten



Auf die Frage, wie das Berufsprofil Fundraiser:in geschärft und wie die Bekanntheit des Berufs gefördert werden kann, gaben 50 Prozent an, Fundraising besser in andere Ausbildungen zu integrieren bzw. mehr Fundraising-Bildungsangebote an Hochschulen anzubieten (41%) (siehe Abbil-

dung 14). Als weitere Möglichkeiten zur Förderung des Profils wurden eine geschützte Berufsbezeichnung (38%) sowie das weitere Engagement durch den Berufsverband Swissfundraising (38%) ausgewählt (n=298).

Abbildung 14

SCHÄRFUNG BERUFSPROFIL FUNDRAISER:IN*n = 298, Angaben in %, alle Befragten, Mehrfachauswahl möglich*

4.2 KOMPETENZENTWICKLUNG FÜR ERFOLGREICHES FUNDRAISING IN DER ZUKUNFT

Die Teilnehmenden wurden erstmals dazu befragt, welche Kompetenzen ihrer Einschätzung nach zukünftig für erfolgreiches Fundraising von Bedeutung sein werden. Die Auswahlkategorien wurden in einem iterativen Prozess entwickelt, der auf vorhandener Literatur zum Thema und auf Expertise im Umfeld des Zentrums für Kulturmanagement und des Branchenverbands Swissfundraising basiert. Als Ausgangspunkt dienten die vier Kompetenzbereiche und 21 Kompetenzen in der Studie von Boenigk et al. (2020),²² die wiederum auf den vorgängigen Publikationen von Ehlers (2016)²³ und Sauter und Staudt (2016)²⁴ aufbauen. Durch weiterführende theoretische Grundlagen, Expert:innen-

Interviews und aufgrund intensiven Austauschs zwischen dem Projektteam und dem Branchenverband konnte der Katalog der im Fundraising relevanten Kompetenzen auf 37 Elemente erweitert werden. Für die Umfrage stand somit eine sehr umfangreiche Auswahl an Kompetenzen zur Verfügung.

In der Umfrage konnten die Teilnehmenden zunächst in jedem der vier Kompetenzbereiche die drei wichtigsten Kompetenzen auswählen und diese nach Wichtigkeit anordnen. In einem zweiten Schritt wurden ihnen die ausgewählten Kompetenzen vorgelegt und sie konnten ein abschliessendes Ranking über alle vier Bereiche erstellen. Die Ergebnisse zeigen deutliche Prioritäten in verschiedenen Kompetenzbereichen (siehe Abbildung 19).²⁵

²² Boenigk, S., Dobberphul, K., und Neukirchen, T. (2020). Kompetenzorientiertes Personalmanagement im Fundraising. In M. Urselmann (Hrsg.), Handbuch Fundraising (2. Auflage, S. 443–454). Springer Gabler.

²³ Ehlers, I. 2016. Personenbezogene Kompetenzen (Soft Skills). In Fundraising, Hrsg. 4. Aufl., 571–584. Wiesbaden: Fundraising Akademie.

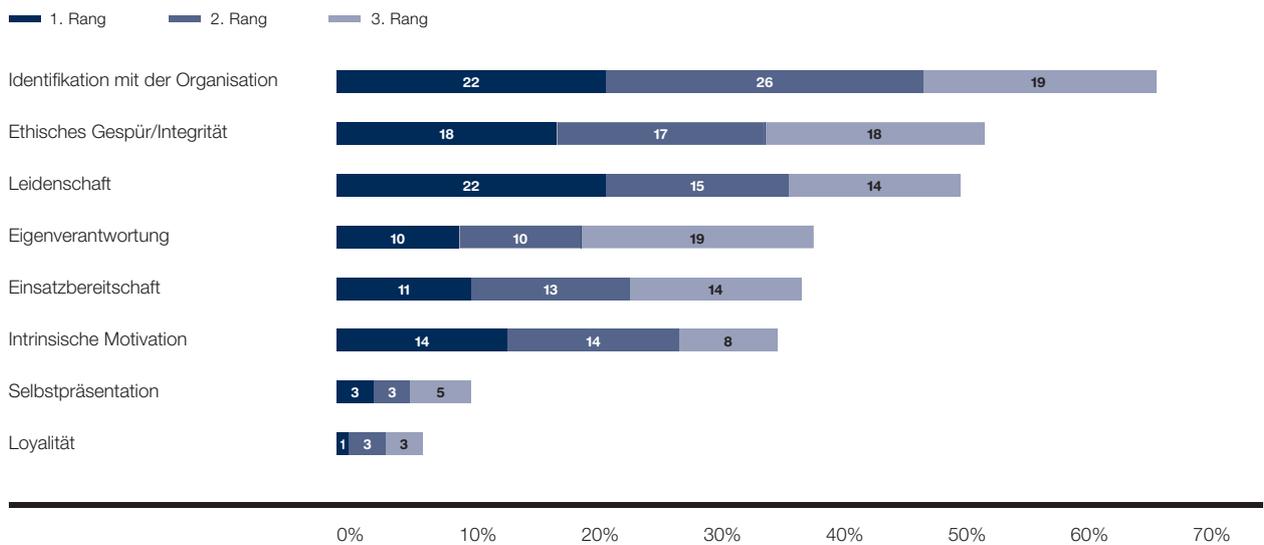
²⁴ Sauter, W., und F. P. Staudt. 2016. Strategisches Kompetenzmanagement 2.0. Springer Fachmedien.

²⁵ Aus der Multiplikation der Bewertung einzelner Kompetenzen innerhalb ihres Bereiches mit diesem abschliessenden Ranking über die Bereiche hinweg wurde ein einheitlich berechneter Score für alle 37 Kompetenzen erstellt. Somit ist es möglich, sämtliche Kompetenzen nach Wichtigkeit miteinander zu vergleichen.

Abbildung 15

PERSONALE KOMPETENZEN

n = 312, Angaben in %, alle Befragten



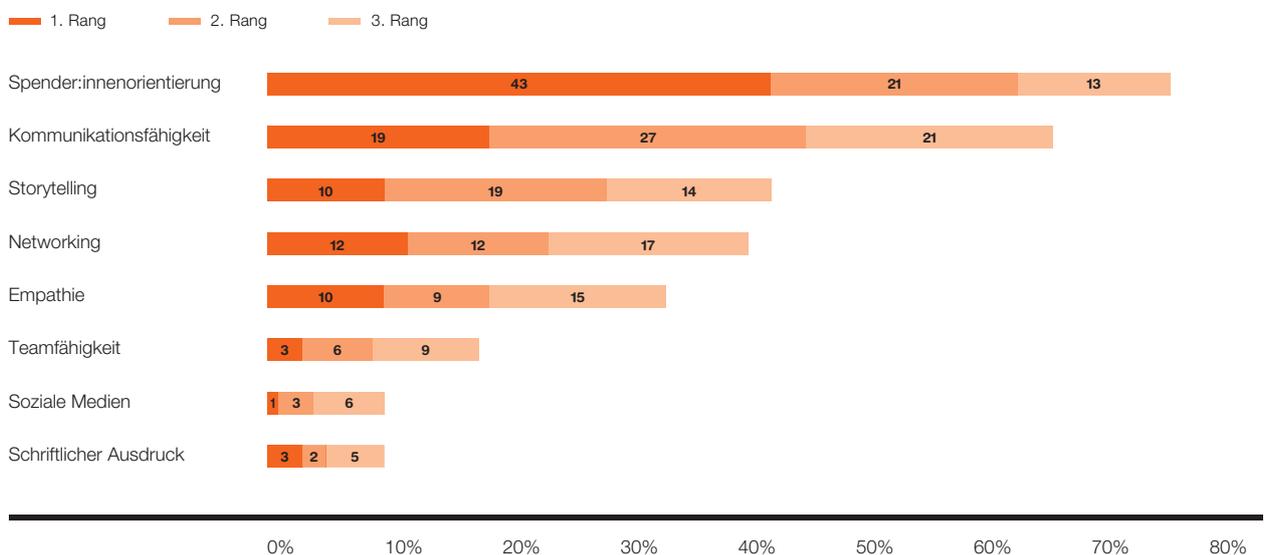
Im Bereich der personalen Kompetenzen wurden am häufigsten die Eigenschaften «Identifikation mit der Organisation» «Ethisches Gespür/Integrität» sowie «Leidenschaft» als

besonders wichtig genannt (siehe Abbildung 15). Am seltensten hingegen wurden «Selbstrepräsentation» und «Loyalität» als bedeutend erachtet (n=312).

Abbildung 16

SOZIALE UND KOMMUNIKATIVE KOMPETENZEN

n = 310, Angaben in %, alle Befragten



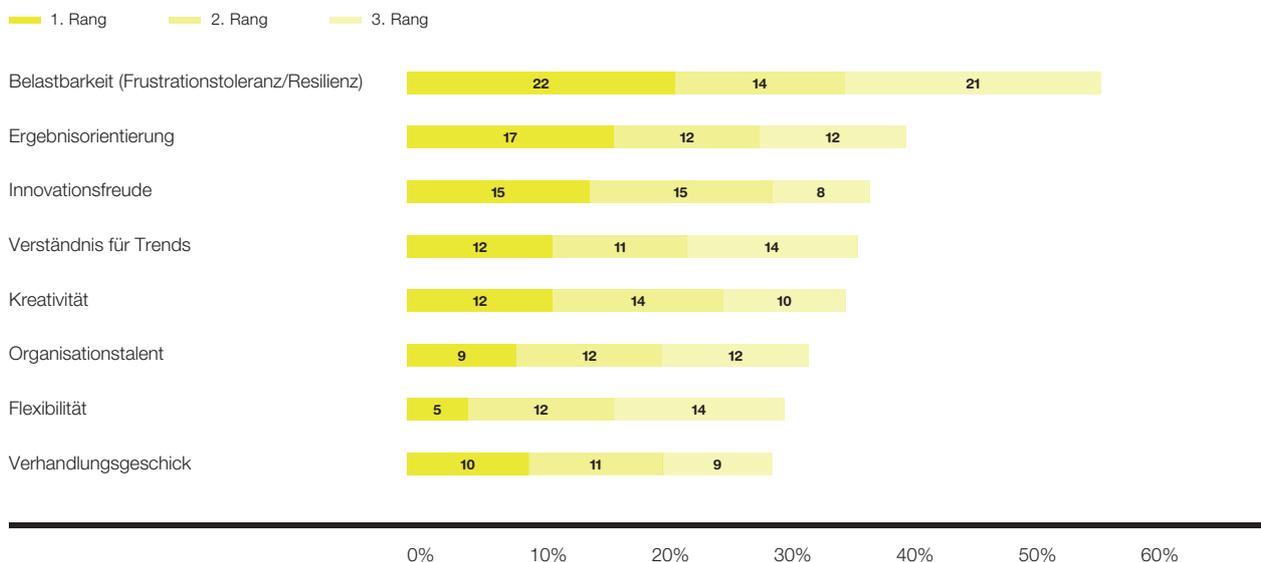
Bei den sozialen und kommunikativen Kompetenzen erhielten die Fähigkeiten «Spender:innenorientierung», «Kommunikationsfähigkeit» und «Storytelling» die höchste Gewichtung für den zukünftigen Erhalt des Erfolgs im Fund-

raising (siehe Abbildung 16). Kompetenzen wie «Soziale Medien» und «Schriftlicher Ausdruck» wurden hingegen als weniger relevant bewertet (n=310).

Abbildung 17

AKTIVITÄTS- UND HANDLUNGSKOMPETENZEN

n = 309, Angaben in %, alle Befragten



Für die zukünftige Arbeit im Fundraising wurden insbesondere «Belastbarkeit (Frustrationstoleranz/Resilienz)», «Ergebnisorientierung» und «Innovationsfreude» als zentrale Aktivitäts- und Handlungskompetenzen angesehen (siehe Abbildung 17). «Flexibilität» und «Verhandlungsgeschick» wurden in diesem Bereich weniger häufig hervorgehoben» (n=309).

Unter den Fach- und Methodenkompetenzen erwiesen sich «Strategisches Denken», «themenspezifisches Wissen zur Organisation» sowie «CRM-/Database Know-how» als besonders bedeutend für die Zukunft (siehe Abbildung 18). Kompetenzen wie «(Online-)Marketing», «Finanzmanagement

und «Rechtliches Know-how» wurden hingegen als weniger wichtig hinsichtlich zukünftig relevanter Kompetenzen im Fundraising eingestuft (n=307).

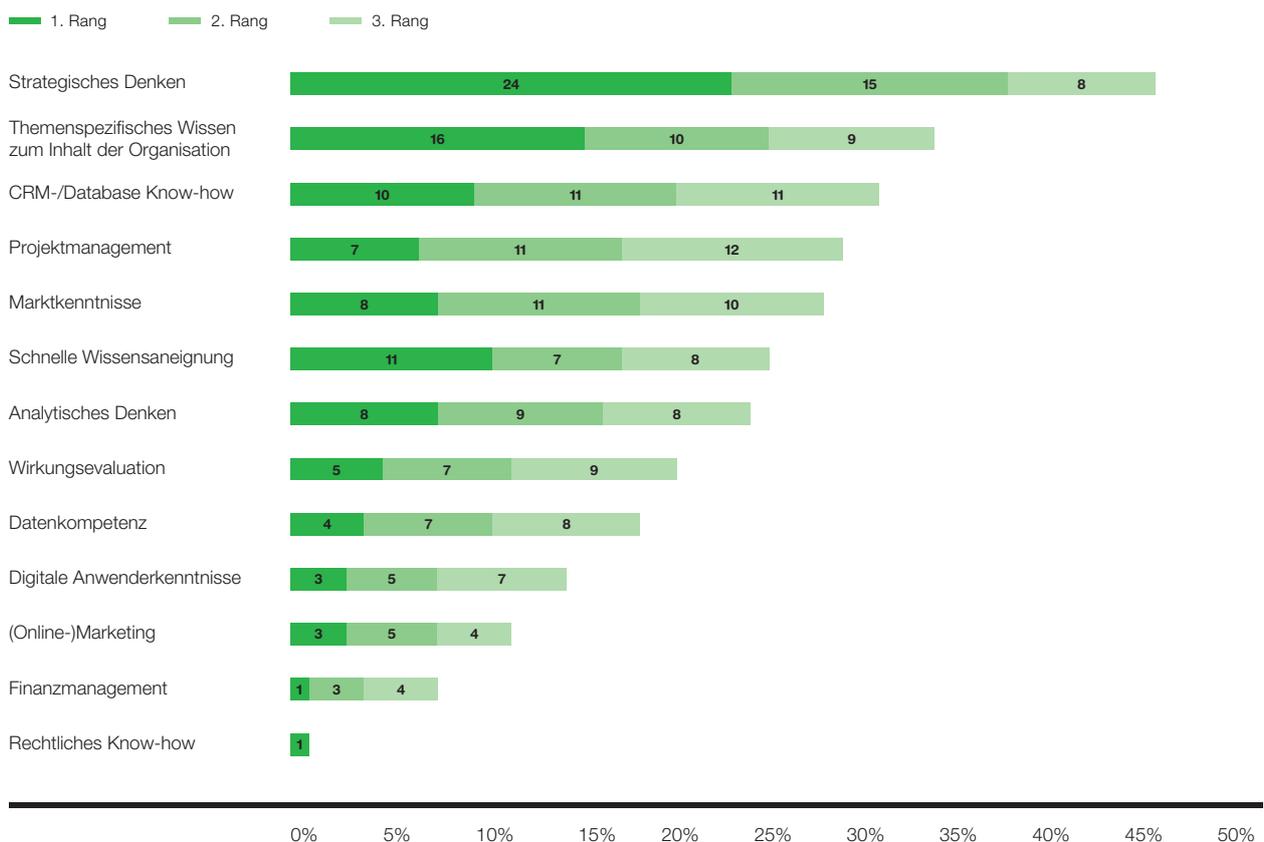
Werden alle 37 Kompetenzen über die vier Kompetenzbereiche in einer Rangfolge dargestellt (siehe Abbildung 19),²⁶ lassen sich insgesamt sechs Top-Kompetenzen ableiten, die gemäss den Befragungsteilnehmenden als die wichtigsten Kompetenzen für Fundraiser:innen in der Zukunft wahrgenommen werden. Auf dem 1. Rang und damit als klarer «Sieger» steht die soziale und kommunikative Kompetenz der «Spender:innenorientierung».

²⁶ Abbildung 19 stellt alle 37 Kompetenzen mit ihrem standardisierten Score dar, der gemäss der am Anfang des Abschnitts erläuterten Methodik berechnet wurde, d. h. die Relevanz des jeweiligen Kompetenzbereichs multipliziert mit der Relevanz der jeweiligen Kompetenz innerhalb ihres Bereichs. Positive Werte stellen eine als wichtig eingestufte und negative Werte eine als unwichtig eingestufte Kompetenz dar; jene Werte in der Nähe von 0 sind durchschnittlich. Der Farbcode ist von den vorangehenden Grafiken übernommen, um einen Vergleich zwischen den Kompetenzbereichen zu ermöglichen.

Abbildung 18

FACH- UND METHODENKOMPETENZEN

n = 307, Angaben in %, alle Befragten



Die personale Kompetenz «Identifikation mit der Organisation» nimmt mit einem grösseren Abstand den 2. Rang ein. Den 3. Rang besetzt zudem die «Kommunikationsfähigkeit» – ebenfalls als soziale und kommunikative Kompetenz. «Strategisches Denken» (Fach- und Methodenkompetenz) liegt auf dem 4. Rang, gefolgt von den beiden personalen Kompetenzen «Leidenschaft» (5. Rang) sowie «Ethisches Gespür/Integrität» (6. Rang).

Wie das Ranking zeigt, werden gesamtheitlich soziale und kommunikative Kompetenzen sowie personale Kompetenzen tendenziell als wichtiger wahrgenommen als Aktivitäts- und Handlungskompetenzen sowie Fach- und

Methodenkompetenzen. Alle personalen Kompetenzen (dunkelblau) finden sich im oberen Bereich des Rankings, mit Ausnahme von Selbstpräsentation und Loyalität. Die sozialen und kommunikativen Kompetenzen (orange) sind relativ breit über das ganze Ranking verteilt, aber gehäuft im oberen Bereich eingestuft. Die Aktivitäts- und Handlungskompetenzen (gelb) liegen tendenziell im unteren Mittelfeld, abgesehen von der überdurchschnittlich wichtigen Belastbarkeit. Die Fach- und Methodenkompetenzen (grün) befinden sich schwerpunktmässig im unteren Bereich mit Ausnahme des als sehr wichtig eingeschätzten strategischen Denkens (n=254).

5. Exkurs Dienstleister:innen

Die aktuelle Befragung richtete sich erstmals explizit auch an Personen, die im weiteren Sinne im Fundraising arbeiten, aber nicht in der Mittelbeschaffung im NPO- oder öffentlichen Sektor, sondern im privaten Sektor tätig sind (z. B. Fundraising-Beratung). Für diese Personen verwendet die Studie die Bezeichnung Dienstleister:innen.²⁶ Es haben insgesamt 35 Dienstleister:innen an der Umfrage teilgenommen (gut 8% der Befragten), wovon 23 Personen ihren Lohn angegeben haben. **Im Vergleich mit den Fundraiser:innen ist das Sample der Dienstleister:innen tendenziell älter und männlicher:** 11 von 23 Dienstleister:innen²⁷ sind 50 Jahre alt oder älter, ebenso viele sind männlich.

Die Lohndaten zu den Dienstleister:innen sind in Anhang 4 zu finden. Es fällt auf, dass die **Löhne der Dienstleister:innen wesentlich höher sind als jene der Fundraiser:innen** (Durchschnitt: 114'000 CHF vs. 107'400 CHF, Median: 112'500 CHF vs. 104'400 CHF). Der Unterschied ist jedoch nicht statistisch signifikant, weil die Streuung relativ breit und die Stichprobengrösse bei den Dienstleister:innen sehr klein ist. Bemerkenswert ist ferner, dass der Gender-Pay-Gap, der bei den Fundraiser:innen dem hohen Männeranteil in Führungspositionen geschuldet ist, bei den Dienstleister:innen verschwindet, wobei die Frauen sogar leicht höhere Löhne aufweisen (auch wenn der Unterschied nicht signifikant ist).

Dienstleister:innen mit Fachhochschulabschluss verdienen weitaus besser – und sind zudem knapp zahlreicher – als solche mit Universitätsabschluss, was einen auffälligen Kontrast zu den Fundraiser:innen bildet. Des Weiteren widerspricht den Erwartungen, dass Personen mit spezifischer Fundraising-Weiterbildung deutlich tiefere Löhne aufweisen. Kaum überraschend ist hingegen, dass der **Lohn mit zunehmender Erfahrung steigt und dass vor allem Personen mit langjähriger Fundraising-**

Berufserfahrung im Dienstleistungsbereich arbeiten.

So haben Dienstleister:innen im Schnitt 16 Jahre Erfahrung im Fundraising, Fundraiser:innen im engen Sinne nur 9 Jahre. Ein Blick auf die Lohndaten nach Alter und allgemeiner Berufserfahrung weist auf den unausgewogenen Charakter des Samples hin, in dem die Löhne von wenigen Personen mit hohem Alter und sehr langer Berufserfahrung deutlich nach oben gedrückt werden.

Punkto Werdegang zeigt sich ein weiterer interessanter Unterschied zum Rest der Befragungsteilnehmenden: Eine relative Mehrheit der Dienstleister:innen gibt an, per Zufall zum Fundraising gekommen zu sein, und keine Person hatte ursprünglich das Berufsziel Fundraiser:in. **Das Phänomen des «zufälligen» Hineingeratens in das Berufsfeld ist bei den Dienstleister:innen also nochmals deutlich ausgeprägter als bei den Fundraiser:innen.**

Darüber hinaus wurden die Beurteilung zukünftig wichtiger Kompetenzen und Trends im Berufsleben verglichen. **Dienstleister:innen schätzen strategisches Denken als wichtigste Kompetenz für das Fundraising der Zukunft ein** und gewichten es deutlich höher als Fundraiser:innen im eigentlichen Sinne. Weitere Kompetenzen, denen sie deutlich mehr Bedeutung beimessen als Fundraiser:innen, sind Einsatzbereitschaft, Ergebnisorientierung und soziale Medien (wobei Letztere auch bei den Dienstleister:innen eine eher unwichtige Kompetenz bleibt). Demgegenüber stufen sie thematisches Wissen in Bezug auf die Inhalte der Organisation als viel weniger relevant im Vergleich mit den Fundraiser:innen ein. Dies ist insofern nachvollziehbar, als dass Dienstleister:innen per se nicht in spezifischen Themengebieten arbeiten (wie etwa Entwicklungszusammenarbeit oder Umweltschutz), sondern Strategien erarbeiten, die meist themenunabhängig erfolgreiches Fundraising unterstützen.

²⁷ Als Dienstleister:in wurde klassifiziert, wer im privaten Sektor arbeitet, aber weder im Nonprofit- noch im öffentlichen Sektor. D.h. Befragungsteilnehmende mit Mehrfachnennung bei der Frage nach dem Sektor wurden nicht in die Dienstleister:innen inkludiert.

In diesem Zusammenhang ist auch die **hohe Bedeutung des strategischen Denkens für Dienstleister:innen in einem gegebenen Beratungskontext**, z. B. bei Agenturen, zu betonen.

In Bezug auf die Einschätzung aktueller Trends gibt es keine grossen Auffälligkeiten zu beobachten. Während Fundraiser:innen den zunehmenden Konkurrenzdruck auf dem

Spendenmarkt knapp vor der Digitalisierung als wichtigsten Trend einstufen, sind die Plätze bei den Dienstleister:innen vertauscht, der Abstand aber ebenfalls klein. Die beiden Trends mit der allgemein geringsten Relevanz – New Work und Nachhaltigkeit – gelten unter Dienstleister:innen nochmals deutlich unwichtiger als für den Rest der Stichprobe.

6. Fazit

Die erstmals schweizweite Erhebung zur Analyse des Berufsbildes Fundraiser:in mit Blick in die Zukunft bildet die Anstellungs- und Lohnverhältnissen von Fundraiser:innen im 10-Jahres-Vergleich ab und informiert über den Status Quo zum Berufsprofil Fundraiser:in. Zudem bildet die Studie Einschätzungen zur Fundraiser:in der Zukunft mit Fokus auf die Kompetenzentwicklung unter den Befragungsteilnehmenden ab.

Anstellungs- und Lohnverhältnisse von Fundraiser:innen:

Der Median des Jahresbruttolohns lag 2023 bei 104'400 Schweizer Franken und zeigt damit eine kontante Stabilität zu den Vorjahren auf. Im Vergleich zur Befragung 2020 haben sich die Lohnunterschiede nach Geschlecht zwischen Fundraiserinnen und Fundraisern in der aktuellen Befragung vergrössert, wobei dieser Gender-Pay-Gap grösstenteils durch Erfahrung, Funktion sowie Mitarbeitenden- und Budgetverantwortung zu erklären ist. Die Studie zeigt, dass der Jahresbruttolohn tendenziell mit zunehmendem Alter, Funktionsstufe, Mitarbeitenden- und Budgetverantwortung zunimmt. Die Medianlöhne in Abhängigkeit zum Bildungsabschluss haben sich im Laufe der letzten zehn Jahre zunehmend angeglichen, wobei Fundraiser:innen mit einem Uni-/FH-Abschluss von leichten Lohnsteigerungen profitieren konnten. Es zeigt sich, dass sich eine fundraising-spezifische Berufserfahrung positiv auf die Lohnentwicklung auswirkt, wobei die Entlohnung für Fundraiser:innen im Bereich Individual-Fundraising etwas höher ausfällt als in anderen Fundraising-Bereichen. Punkto regionale Lohnunterschiede stehen die Grossregionen Ostschweiz, Espace Mittelland (um Bern) und Zürich mit tendenziell höheren Löhnen gegenüber der Nordwestschweiz mit tendenziell niedrigeren Löhnen.

Relativ hohe Löhne zahlen Organisationen in den Tätigkeitsbereichen Gesundheit und Bildung, eher geringe hingegen im Umweltschutz sowie in der Kultur. In der Tendenz zahlen Organisationen mit höheren Spendeneinnahmen

bessere Löhne. Bemerkenswert ist zudem die Erkenntnis, dass mittlerweile 96 Prozent der Befragten eine oder mehrere Formen(en) von Zusatzleistung(en) erhalten – ein klarer Höchstwert im Vergleich zu den vergangenen Studien.

Weder bei Frauen noch Männern ist ein klarer positiver Trend in den Nominallöhnen seit 2013 erkennbar. Bei den Fundraiserinnen ist der durchschnittliche Nominallohn seit 2020 nur geringfügig gestiegen, was angesichts der Teuerung zu einer negativen Reallohnentwicklung zwischen 2020 und 2023 geführt hat. Im Gegensatz dazu verzeichneten die Fundraiser in diesem Zeitraum sowohl einen Anstieg der Nominallöhne als auch der Reallöhne. Nach Kontrolle des Alters, der Berufserfahrung und der Funktionsstufe verdienen Fundraiser nicht statistisch signifikant mehr als Fundraiserinnen. Positiv hervorzuheben ist, dass in diesem Sinne keine Lohndiskriminierung vorliegt.

Status Quo Berufsprofil Fundraiser:in:

Generell unterstreichen die Resultate den interdisziplinären Charakter des Fundraisings mit offenem Berufszugang für Menschen mit unterschiedlichem Bildungs- und Erfahrungshintergrund sowie Werdegängen. Dabei stossen Personen oft zufällig oder aufgrund ihrer Position in anderen Bereichen des NPO-Sektors zu diesem Beruf, während eine gezielte Berufswahl eher die Ausnahme darstellt. Diese Erkenntnis deckt sich mit der Studie von Boenigk et al.,²⁸ die zeigt, dass die Professionalisierung im deutschsprachigen Raum mit der steigenden Zahl an Bildungsangeboten zwar anzusteigen scheint, sich dennoch nur eine Minderheit bewusst für den Beruf Fundraiser:in entscheidet. Seitens der Arbeitgebenden lassen sich im NPO-Sektor erste Professionalisierungsansätze hinsichtlich des Aufbaus einer Arbeitgebermarke und des Personalmarketings erkennen.²⁹ Sinnhaftigkeit und Gemeinnützigkeit, Identifikation mit der Organisation, das Team sowie der Inhalt und die Vielfalt der Arbeit zeigen sich als Hauptfaktoren für die Motivation beim aktuellen Arbeitgebenden tätig zu sein,

28 Boenigk, S., Dobberpuhl, K., & Neukirchen, T. (2020). Kompetenzorientiertes Personalmanagement im Fundraising. In Urselmann, M. (Hrsg.) Handbuch Fundraising. (2. Auflage, S.443-454). Springer Gabler.

29 Jensen, C. (2022). Personalmanagement in Non-Profit-Organisationen: Besonderheiten, Rahmenbedingungen und Herausforderungen. Springer Fachmedien Wiesbaden.

gefolgt von der Möglichkeit im Home-Office zu arbeiten und flexiblen Arbeitszeiten. Gegenüber dem Ansehen von Fundraiser:innen in der Öffentlichkeit sind die Befragungsteilnehmenden eher kritisch eingestellt und nehmen das öffentliche Berufsverständnis als auch die generelle Wertschätzung der Gesellschaft gegenüber Fundraiser:innen als weniger ausgeprägt wahr.

Innerhalb ihrer Organisationen zeigt sich ein positiveres Bild, wobei sich mehr als die Hälfte der Fundraiser:innen gleichwertig behandelt fühlt und der Ansicht ist, dass das Fundraising von der Geschäftsleitung ausreichend mitgedacht wird. Fundraiser:innen sehen ihre berufliche Entwicklung vor allem in der Vertiefung ihrer aktuellen Tätigkeit oder in einem Wechsel mit Aufstiegsmöglichkeiten. Interne Wechsel innerhalb des Fundraising-Bereichs werden hingegen, als weniger attraktiv und realistisch wahrgenommen, was die steigende Spezialisierung dieses Berufs zeigt. Die Karrierechancen als Fundraiser:in werden von der Mehrheit als gut oder sehr gut bewertet, wobei Männer ihre Chancen häufiger positiv bewerten als Frauen.

Die Fundraiser:innen konnten (mittels Machine Learning-Modell) in die beiden Typen der «Generalist:innen» vs. «Spezialist:innen» kategorisiert werden. Die **«Generalist:innen»** haben gegenüber den «Spezialist:innen» einen höheren Anteil an Männern sowie mit einer Leitungsfunktion mit Mitgliedschaft in der Geschäftsleitung, arbeiten in allen Bereichen, insbesondere im Public Fundraising mit einer breiten Zielgruppe wie der Öffentlichkeit und über digitale Kanäle. «Generalist:innen» haben eher eine allgemeine BWL- resp. Marketing-Weiterbildung absolviert. Im Durchschnitt verantworten sie fast 800'000 Schweizer Franken (Median: 200'000 CHF) und führen 3 bis 4 Mitarbeitende.

Die **«Spezialist:innen»** dagegen sind vom Berufsprofil eher spezialisiert und eher im Institutional Fundraising sowie Individual Fundraising tätig und haben eher eine spezifische Fundraising-Weiterbildung absolviert. Sie tragen

eine durchschnittliche Budgetverantwortung von 210'000 Schweizer Franken (Median: 10'000 CHF) und haben mehrheitlich keine Personalführung inne. Bei beiden Typen liegen die Löhne praktisch gleichauf, trotz der Unterschiede bei der Verantwortung und Funktion.

Einschätzungen zu Fundraiser:in der Zukunft: Dem zunehmend kompetitiven Spendenmarkt wird ein erheblicher Einfluss auf das zukünftige Berufsprofil von Fundraiser:innen beigemessen. Zudem wird der generelle Einfluss der Digitalisierung als stark oder sehr stark eingeschätzt, wobei auch der zunehmende Druck, Spenden zu generieren, als wesentlicher Einflussfaktor für die zukünftige Rolle von Fundraiser:innen eingestuft wurde. Der Einfluss aktueller Trends auf den Berufsalltag als Fundraiser:in wird überwiegend positiv eingeschätzt. Gegenüber neuen Trends und Entwicklungen zeigen die Befragten eine gewisse Offenheit, wobei die Digitalisierung allgemein sowie Veränderungen durch Künstliche Intelligenz als positive Entwicklungen angesehen werden. Um das Berufsprofil Fundraiser:in zu schärfen und die Bekanntheit des Berufs zu fördern, schätzen die Befragten Massnahmen wie eine bessere Integration von Fundraising in anderen Ausbildungen, weitere Fundraising-Bildungsangebote an Hochschulen als förderlich an. Zudem wird eine geschützte Berufsbezeichnung, das Engagement durch den Berufsverband Swissfundraising sowie einer besseren Präsenz an Laufbahnzentren als mögliche Optimierungsmassnahme angegeben.

Die gesellschaftlichen Trends und Entwicklungen erfordern neue Kompetenzen bei Fundraiser:innen. So brauchen sie in Zukunft bspw. ein gutes Gespür und Verständnis für Trends.³⁰ Die sozialen und kommunikativen Kompetenzen der Fundraiser:innen wird als wichtigster zukünftige Kompetenzbereich für erfolgreiches Fundraising hervorgehoben, wobei der Spender:innenorientierung darunter die grösste Bedeutung zukommt. Weiter zeigen sich die Identifikation mit der Organisation (personale Kompetenz) sowie

30 Brunner, M. (2022, Mai 2016). Digitales Fundraising: Spendenwerbung 2.0. StiftungSchweiz. <https://stiftungschweiz.ch/blog/was-ist-digitales-fundraising-wie-wird-es-erfolgreich-umgesetzt/>

die Kommunikationsfähigkeit (soziale und kommunikative Kompetenz) als zentrale Kompetenzen. Im Bereich der Aktivitäts- und Handlungskompetenzen scheint die Belastbarkeit und die damit einhergehende Frustrationstoleranz und Resilienz zukünftig bedeutend zu sein, was angesichts des kompetitiven Spendenmarkts und des steigenden Drucks Spendeneinnahmen zu generieren nicht überrascht. Soziale und kommunikative Kompetenzen werden gefolgt von personalen Kompetenzen tendenziell als wichtiger wahrgenommen als Aktivitäts- und Handlungskompetenzen resp. Fach- und Methodenkompetenzen. Dies deckt sich mit den Erkenntnissen des Reports «Non-profit Pulse 2024» der European Fundraising Association (EFA)³⁰ welche trotz zunehmender Digitalisierung die zentrale Bedeutung von sozialen und zwischenmenschlichen Fähigkeiten unterstreichen. Dennoch stellt ein Mangel an digitalen Kompetenzen nach wie vor ein erhebliches Problem im gesamten Sektor dar und betrifft mittlerweile alle Bereiche innerhalb von NPO.

Exkurs Dienstleister:innen: Im Vergleich mit den Fundraiser:innen ist das Sample der Dienstleister:innen tendenziell älter, männlicher und die Löhne fallen wesentlich höher aus (Durchschnitt: 114'000 CHF vs. 107'400 CHF, Median: 112'500 CHF vs. 104'400 CHF). Der Jahresbruttolohn der Dienstleister:innen steigt mit zunehmender Erfahrung, wobei vor allem Personen mit langjähriger Fundraising-Berufserfahrung im Dienstleistungsbereich arbeiten. Dienstleister:innen schätzen strategisches Denken als wichtigste Kompetenz für das Fundraising der Zukunft ein und gewichten es deutlich höher als Fundraiser:innen im eigentlichen Sinne, was angesichts des gegebenen Beratungskontexts von Dienstleister:innen nicht erstaunt. Weitere Kompetenzen, denen sie deutlich mehr Bedeutung beimessen als Fundraiser:innen, sind Einsatzbereitschaft und Ergebnisorientierung.

³⁰ European Fundraising Association, Chartered Institute of Fundraising, & Salesforce. (2024). Nonprofit Pulse 2024: Tracking change in Europe & the development of AI. <https://www.salesforce.org/wp-content/uploads/2024/04/European-Nonprofit-Pulse-Report-2024.pdf>

Projektteam



Fabienne Schmidli, MSc BA

Projektleitung

Stv. Leiterin ZHAW Zentrum für Kulturmanagement

Studienleitung DAS Fundraising Management, CAS Sponsoring Management, CAS Event-Management. Lebenslauf sowie Publikations- und Projektliste unter: www.zhaw.ch/=scdi



Prof. Dr. Leticia Labaronne

Expertin für Fundraising und NPO-Management

Leiterin ZHAW Zentrum für Kulturmanagement

Studienleitung MAS Arts Management, MAS Fundraising Management
Lebenslauf sowie Publikations- und Projektliste unter: www.zhaw.ch/=lael



Riccardo Giacomello, MA

Projektmitarbeit

Wissenschaftlicher Assistent am ZHAW Zentrum für Kulturmanagement



Marie Charlotte Hanke, MSc BA

Projektmitarbeit

Wissenschaftliche Assistentin am ZHAW Zentrum für Kulturmanagement

Konsultierend beigezogen:

Prof. Dr. Andrea Müller

Expertin für Human Resources, New Work und Kompetenzentwicklung, Dozentin und Beraterin sowie Co-Studiengangsleitung am ZHAW Zentrum für Human Resources und Corporate Learning

Dr. Dario Fauceglia

Experte für Ökonometrie und Arbeitsmarkt, Dozent für Volkswirtschaftslehre am ZHAW Zentrum für Arbeitsmärkte, Digitalisierung und Regionalökonomie

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tab. 1:	Merkmale der Befragten	4
Abb. 1:	Arbeitsort nach Kantonen	3
Abb. 2:	Tätigkeitsbereiche der NPO	5
Abb. 3:	Fundraising-Bereich	6
Abb. 4:	Medianlohn nach Geschlecht im Jahresvergleich	9
Abb. 5:	Medianlohn nach schulischen Abschlüssen im Jahresvergleich	11
Abb. 6:	Zusatzleistungen	12
Abb. 7:	Werdegang	14
Abb. 8:	Motivation	15
Abb. 9:	Image und Stellenwert von Fundraising in der Gesellschaft und innerhalb der Organisation	16
Abb. 10:	Karrierechancen als Fundraiser:in	17
Abb. 11:	Fundraising-Bereich nach Typologien	18
Abb. 12:	Einfluss Trends auf das Berufsprofil Fundraiser:in in Zukunft	22
Abb. 13:	Effekt Trends auf Berufsalltag im Fundraising	23
Abb. 14:	Schärfung Berufsprofil Fundraiser:in	24
Abb. 15:	Personale Kompetenzen	25
Abb. 16:	Soziale und Kommunikative Kompetenzen	25
Abb. 17:	Aktivitäts- und Handlungskompetenzen	26
Abb. 18:	Fach- und Methodenkompetenzen	27
Abb. 19:	Ranking aller 37 Kompetenzen	28

Anhang

Anhangsverzeichnis

Anhang 1:	Variablenübersicht	XII
Anhang 2:	Jahresbruttolohn Fundraiser:innen (2013-2023)	XIV
Anhang 3:	Jahresbruttolohn Fundraiser:innen (2023)	XVI
Anhang 4:	Jahresbruttolohn Dienstleister:innen (2023)	XVII

Anhang 1:

VARIABLENÜBERSICHT

Variable	Wortlaut der Frage	Wem angezeigt*	n	Häufigste Kategorie (Modus) bei numerischen Variablen:			
				Minimum	Median	Durchschnitt	Maximum
ALLGEMEINE BERUFLICHE ANGABEN							
Arbeitsverhältnis	In welchem Arbeitsverhältnis stehen Sie?		420	Angestellt: 389, Selbstständig: 37			
Sektor	In welchem Sektor sind Sie tätig?		407	Nonprofit-Sektor: 361, Öffentlich: 15, Privat: 44			
Arbeitsort	Arbeiten Sie vorwiegend in der Schweiz?	Alle	409	Ja: 388, Nein: 21 (Abbruch Umfrage)			
Tätigkeitsbereich NPO	Welchem Tätigkeitsbereich gehört Ihre Arbeitgeberin am ehesten an?	Angestellte FR	341	Entwicklungszusammenarbeit: 88			
Fundraising-Bereich	Welchem Bereich lässt sich Ihre Tätigkeit am ehesten zuordnen?	Alle	381	Institutionelles Fundraising: 218 Nicht im Fundraising involviert: 4 (Abbruch Umfrage)			
Fundraising-Anteil	Wie hoch ist der Fundraising-Anteil Ihres Arbeitspensums?	Angestellte FR	334	50% und mehr: 266, Weniger als 50%: 68			
Pensum (in %)	Wie hoch ist Ihr Beschäftigungsgrad?	Alle	375	20	80	79.57	100
Funktion	Welche Funktion üben Sie in Ihrer Organisation aus?	Angestellte	348	Projektleitung Fundraising: 159			
Funktionstitel	Wie lautet Ihr genauer Funktionstitel?	Angestellte	318	(Offene Frage)			
Betriebszugehörigkeit	Seit wie vielen Jahren arbeiten Sie schon bei Ihrer jetzigen Arbeitgeberin?	Angestellte	346	0	3	4.66	31
Berufserfahrung allgemein	Wie viele Jahre Berufserfahrung haben Sie generell?	Alle	367	2	22	22.56	50
Berufserfahrung Fundraising	Wie viele Jahre Berufserfahrung haben Sie im Fundraising?	Alle	367	0	8	9.98	50
Einnahmen	Wie hoch waren die Spendeneinnahmen Ihrer Organisation im Jahr 2023?	Angestellte FR	276	0	4'900'000	31'319'229	2'400'000'000
Budgetverantwortung in CHF	Wie hoch ist das jährliche Ausgabenbudget, das Sie verantworten?	Angestellte FR	277	0	80'000	619'803	10'000'000
Mitarbeitendenverantwortung	Wie viele Mitarbeitende führen Sie?	Angestellte	316	0	0	2	60
LOHN- UND ZUSATZLEISTUNGEN							
Lohn (in CHF)	Wie hoch war Ihr Brutto-Jahressalär im vergangenen Jahr?	Alle	307	12'000	85'345	87'769	230'000
Lohn-100% (in CHF)	(Brutto-Jahressalär umgerechnet auf 100%)	Alle	307	40'000	105'000	108'637	290'000
Zusatzleistungen	Welche Zusatzleistungen hat Ihnen Ihre Organisation im vergangenen Jahr geboten?	Angestellte	300	Mitgliedschaft Swissfundraising: 234			
Höhe Zusatzleistungen	Wie hoch schätzen Sie etwa den monetären Wert der genannten Zusatzleistungen im vergangenen Jahr?	Angestellte	284	501-1500 CHF: 91			
KOMPETENZENTWICKLUNG							
Höchster Bildungsabschluss	Welches ist der höchste Abschluss, den Sie erlangt haben?	Alle	318	Universität/ETH: 144			
Weiterbildung	Haben Sie eine Weiterbildung zur Erlangung eines anerkannten Titels (CAS, DAS, MAS) absolviert?	Alle	317	Keine relevante Weiterbildung: 131, Fundraising-Weiterbildung: 113, In einem verwandten Bereich: 89			
Weiterbildung Vergangenheit	Wie lautet die genaue Bezeichnung dieser Weiterbildung(en)?	Alle	177	(Offene Frage)			
Weiterbildung Zukunft	In welchem Bereich würden Sie gern in Zukunft eine Weiterbildung absolvieren?	Alle	254	(Offene Frage)			
Werdegang	Welche Aussage beschreibt am besten, wie Sie zum Fundraising gekommen sind?	Alle	316	Über andere berufliche Positionen: 166			

Variable	Wortlaut der Frage	Wem angezeigt	n	Häufigste Kategorie (Modus) bei numerischen Variablen:			
				Minimum	Median	Durchschnitt	Maximum
Inhouse-Programm	Beteiligt sich Ihre Organisation mit Inhouse-Bildungsprogrammen an der Kompetenzentwicklung im Fundraising?	Angestellte FR	282	Nein: 202, Interne Weiterbildungen für bestehendes Personal: 55, Praktika/Traineeships für Nachwuchskräfte: 21			
Personale Kompetenzen	Was macht Ihrer Meinung nach eine:n Fundraiser:in in der Zukunft erfolgreich?	Alle	312	Identifikation mit der Organisation: 206			
Soziale und kommunikative Kompetenzen	Was macht Ihrer Meinung nach eine:n Fundraiser:in in der Zukunft erfolgreich?	Alle	310	Spender:innenorientierung: 236			
Aktivitäts- und Handlungskompetenzen	Was macht Ihrer Meinung nach eine:n Fundraiser:in in der Zukunft erfolgreich?	Alle	309	Belastbarkeit (Frustrationstoleranz/Resilienz): 173			
Fach- und Methodenkompetenzen	Was macht Ihrer Meinung nach eine:n Fundraiser:in in der Zukunft erfolgreich?	Alle	307	Strategisches Denken: 143			
Ranking Kompetenzbereiche	Erstellen Sie ein Ranking der von Ihnen ausgewählten wichtigsten Kompetenzen für Fundraiser:innen in der Zukunft.	Alle	245	Personale Kompetenzen: 111			
Berufsprofil	Wie könnte das Berufsprofil Fundraiser:in geschärft und die Bekanntheit des Berufs gefördert werden?	Alle	298	Bessere Integration von Fundraising in andere Ausbildungen: 150			
RAHMENBEDINGUNGEN UND TRENDS							
Trends Berufsprofil	Wie stark werden Ihrer Meinung nach die folgenden Faktoren das Berufsprofil Fundraiser:in in Zukunft verändern?	Alle	294/ 295	Trend mit stärkstem Einfluss: kompetitiverer Spendenmarkt			
Trends Berufsalltag	Welchen Effekt haben die folgenden Trends auf Ihren Berufsalltag im Fundraising?	Alle	292/ 293	Trend mit positivstem Einfluss: Digitalisierung			
Stellenwert Gesellschaft	Wie beurteilen Sie das Image und den Stellenwert von Fundraising in der Gesellschaft?	Alle	294	«Andere Leute verstehen problemlos, was ich beruflich mache»: 46% stimmen eher oder überhaupt nicht zu			
Stellenwert NPO	Wie beurteilen Sie das Image und den Stellenwert von Fundraising innerhalb Ihrer Organisation?	Angestellte FR	260	«Fundraising wird in der Geschäftsleitung meiner Organisation genügend mitgedacht»: 67% stimmen eher oder voll und ganz zu			
Motivation	Welche Aspekte motivieren Sie dazu, bei Ihrer Arbeitgeberin zu arbeiten?	Angestellte	277	Sinnhaftigkeit, Gemeinnützigkeit: 216			
Persönliche Entwicklungsmöglichkeiten	Welche der folgenden Entwicklungsmöglichkeiten als Fundraiser:in sind für Sie persönlich wünschenswert und realistisch?	Angestellte FR	259	Professionalisierung der bisherigen Tätigkeit: 141			
Karrierechancen	Wie bewerten Sie Ihre Karrierechancen als Fundraiser:in?	Angestellte FR	262	Gute Entwicklungsmöglichkeiten: 127			
Zukunftsperspektiven	Wie schätzen Sie die Zukunftsperspektiven von Fundraiser:innen allgemein ein?	Alle	190	(Offene Frage)			
SCHLUSSFRAGEN							
Geschlecht	Geschlecht	Alle	294	Weiblich: 216, Männlich: 75, Divers: 1, Keine Angabe: 2			
Alter	Alter	Alle	295	50-59 Jahre: 103			
PLZ Arbeitsort	Arbeits- und Wohnort	Alle	286	(Offene Frage)			
PLZ Wohnort	Arbeits- und Wohnort	Alle	273	(Offene Frage)			
Mitgliedschaft	Sind Sie Mitglied von Swissfundraising?	Alle	294	Ja: 247; Ja, mit BR-Eintrag: 12; Nein: 35			
Gründe Nicht-Mitgliedschaft	Warum haben Sie keine Mitgliedschaft bei Swissfundraising?	Alle	26	(Offene Frage)			
Anmerkungen	Möchten Sie uns noch etwas mitteilen?	Alle	47	(Offene Frage)			

* **Alle:** Alle Teilnehmenden, N = 427; **Angestellte:** falls Arbeitsverhältnis = Angestellt (d.h. keine Selbstständigen), N = 389; **Angestellte Fundraiser:in (FR):** falls Arbeitsverhältnis = Angestellt UND Sektor = Nonprofit oder Öffentlich (d.h. keine Selbstständigen und Dienstleister:innen), N = 359

Anhang 2:

JAHRESBRUTTOLOHN FUNDRAISER:INNEN (2013–2023)

		2023			2020		
		Durchschnitt (CHF)	Median (CHF)	n	Durchschnitt (CHF)	Median (CHF)	n
Geschlecht	Männlich	112'100	113'200	54	109'500	104'500	64
	Weiblich	106'300	102'800	196	101'800	100'000	139
Alter	Unter 30 Jahre	87'600	84'500	13	79'400	80'200	14
	30–39 Jahre	100'100	96'300	71	94'200	92'500	48
	40–49 Jahre	105'900	105'000	69	108'200	108'000	64
	50–59 Jahre	115'700	113'800	89	112'200	111'500	71
	60 Jahre und mehr	111'900	112'900	12	103'900	100'500	6
Funktionsstufe	Geschäftsführung (Gesamtverantwortung Arbeitgebende)	132'600	128'900	18	118'000	117'000	21
	Leitungsfunktion mit GL-Mitgliedschaft	125'700	123'700	27	117'700	118'500	32
	Leitungsfunktion ohne GL-Mitgliedschaft	109'900	110'000	49	108'500	110'500	32
	Teamleitung	112'200	106'000	27	104'200	106'300	18
	Projektleitung Fundraising	99'700	100'000	125	95'900	94'000	88
	Sachbearbeiter:in Fundraising	93'700	92'900	17	83'600	85'900	7
	Anderer	98'400	106'300	7	95'400	93'800	4
Mitarbeitenden- verantwortung	Ja	119'100	113'800	104	113'600	115'100	91
	Nein	99'900	100'000	162	96'500	94'500	112
Budget- verantwortung	Ja	111'100	107'100	174	108'600	106'300	148
	Nein	99'200	97'600	83	92'200	91'000	55
Höchster Bildungsabschluss	Doktorat	102'800	100'000	5	117'600	120'100	4
	Universität/ETH	109'000	105'000	131	103'900	100'000	88
	Fachhochschule	106'000	104'000	74	102'300	97'500	59
	Höhere Fachschule	109'500	107'400	40	108'500	110'500	32
	Matura	103'100	104'000	9	94'200	92'500	8
	Berufslehre	105'300	109'000	7	97'500	100'000	7
	Anderer	96'900	96'000	8	117'800	112'500	5
Fundraising- Weiterbildung	Ja	108'100	105'300	102	103'000	104'000	62
	Nein	107'100	104'000	171	104'700	100'800	141
Berufserfahrung Fundraising	0–1 Jahre	88'200	88'400	14	89'500	88'800	21
	2–4 Jahre	100'200	97'500	67	92'900	91'500	57
	5–9 Jahre	102'000	101'300	82	103'600	100'000	46
	10–19 Jahre	114'800	110'500	81	115'900	116'200	67
	20+ Jahre	125'600	122'500	33	120'500	122'500	12
Total		107'400	104'400	277	104'200	101'400	203

Anmerkung: Da die Teilnehmenden einzelne Fragen unbeantwortet lassen konnten, oder teilweise die Umfrage frühzeitig abgebrochen haben, schwankt die Summe der Nennungen von Frage zu Frage.

		2017			2013		
		Durchschnitt (CHF)	Median (CHF)	n	Durchschnitt (CHF)	Median (CHF)	n
Geschlecht	Männlich	111'900	112'800	53	114'000	108'000	63
	Weiblich	101'400	97'500	87	101'200	100'300	86
Alter	Unter 30 Jahre	74'300	73'200	8	74'400	75'700	8
	30–39 Jahre	91'800	90'000	43	96'500	96'000	42
	40–49 Jahre	107'100	110'000	44	108'400	108'200	58
	50–59 Jahre	123'700	120'000	35	123'000	117'000	36
	60 Jahre und mehr	117'300	118'800	9	105'000	105'000	5
Funktionsstufe	Geschäftsführung (Gesamtverantwortung Arbeitgebende)	124'300	125'000	8	121'800	120'000	19
	Leitungsfunktion mit GL-Mitgliedschaft	130'700	122'700	28	123'900	121'500	30
	Leitungsfunktion ohne GL-Mitgliedschaft	105'500	108'000	48	104'900	104'000	37
	Teamleitung	106'000	103'000	4	110'700	108'700	11
	Projektleitung Fundraising	92'300	91'000	37	93'900	94'300	35
	Sachbearbeiter:in Fundraising	83'900	84'000	7	85'100	80'000	11
	Andere	79'400	78'900	8	88'100	86'400	6
Mitarbeitenden- verantwortung	Ja	116'200	120'000	72	114'600	110'000	84
	Nein	93'600	91'000	67	96'300	99'000	33
Budget- verantwortung	Ja	109'600	106'500	104	110'100	107'100	116
	Nein	92'700	87'000	35	94'100	91'000	119
Höchster Bildungsabschluss	Doktorat	138'200	140'000	5	134'100	148'000	3
	Universität/ETH	100'600	95'000	60	107'100	108'000	57
	Fachhochschule	114'000	105'000	33	108'200	103'000	40
	Höhere Fachschule	99'000	100'000	21	103'800	104'500	22
	Matura	100'800	100'000	5	96'700	100'000	3
	Berufslehre	94'000	93'000	8	93'000	95'000	14
	Anderer	115'300	125'000	7	117'200	111'000	10
Fundraising- Weiterbildung	Ja	107'000	105'000	69	111'200	105'000	77
	Nein	103'500	98'800	70	101'700	101'400	72
Berufserfahrung Fundraising	0–1 Jahre	91'700	88'900	12	87'100	85'800	13
	2–4 Jahre	93'400	88'500	36	93'700	96'000	34
	5–9 Jahre	106'200	102'500	35	105'800	102'400	48
	10–19 Jahre	112'000	110'000	45	124'500	120'000	39
	20+ Jahre	131'100	131'000	10	108'600	105'000	15
Total		105'300	102'500	140	106'600	104'000	149

Anmerkung: Da die Teilnehmenden einzelne Fragen unbeantwortet lassen konnten, oder teilweise die Umfrage frühzeitig abgebrochen haben, schwankt die Summe der Nennungen von Frage zu Frage.

Anhang 3:

JAHRESBRUTTOLOHN FUNDRAISER:INNEN (2023)

		2023		
		Durchschnitt (CHF)	Median (CHF)	n
Fundraising-Bereich	Public	104'200	103'900	116
	Individual	112'500	110'000	95
	Institutional	108'500	104'000	163
	Digital	103'600	98'000	43
	Anderer	122'300	125'700	10
Region Arbeitsort	Espace Mittelland	109'400	110'000	59
	Innerschweiz	105'800	104'000	15
	Genferseeregion	104'600	105'000	24
	Nordwestschweiz	95'400	94'300	21
	Ostschweiz	108'400	110'600	10
	Tessin	77'400	77'400	2
	Zürich	108'700	107'100	135
Tätigkeitsbereich NPO	Entwicklungszusammenarbeit	108'800	107'800	71
	Soziales	103'000	100'000	38
	Gesundheit	114'300	112'700	35
	Natur-/Umwelt-/Arten-/Heimatschutz	98'600	99'400	30
	Behinderung	106'000	102'800	21
	Katastrophenhilfe/Humanitäre Hilfe	105'100	104'000	17
	Bildung	126'900	115'000	13
	Kultur	93'300	95'000	12
	Menschenrechte, Friedensförderung, Konfliktprävention und -bewältigung	101'800	102'700	12
	Tierschutz	110'800	95'900	8
	Kinder	106'400	104'000	3
	Religion	75'200	77'500	3
	Sucht	173'500	133'800	3
	Politik	114'100	114'100	2
Anderes	120'300	120'300	2	
Spendeneinnahmen der Organisation	Unter 500'000	108'800	100'000	40
	500'000–unter 2 Mio.	101'600	99'200	44
	2 Mio.–unter 5 Mio.	101'800	98'200	42
	5 Mio.–unter 10 Mio.	113'700	110'000	33
	10 Mio.–unter 50 Mio.	110'900	107'000	70
	50 Mio.–und mehr	106'800	110'500	22
Berufserfahrung Allgemein	0–4 Jahre	87'100	87'500	4
	5–9 Jahre	89'000	87'600	25
	10–19 Jahre	100'500	100'000	87
	20–29 Jahre	112'900	110'500	79
	30–39 Jahre	115'000	113'600	65
	40+ Jahre	120'300	118'800	17
Betriebszugehörigkeit	0–1 Jahre	102'800	100'000	58
	2–3 Jahre	105'700	102'300	78
	4–5 Jahre	103'400	99'200	64
	6–9 Jahre	111'200	108'800	43
	10+ Jahre	123'500	118'900	27

Anmerkung: Da die Teilnehmenden einzelne Fragen unbeantwortet lassen konnten, oder teilweise die Umfrage frühzeitig abgebrochen haben, schwankt die Summe der Nennungen von Frage zu Frage.

Anhang 4:

JAHRESBRUTTOLOHN DIENSTLEISTER:INNEN (2023)

		2023		
		Durchschnitt (CHF)	Median (CHF)	n
Geschlecht	Männlich	112'900	105'000	11
	Weiblich	113'300	112'500	11
Alter	Unter 30 Jahre	69'800	69'800	2
	30–39 Jahre	100'600	100'600	2
	40–49 Jahre	119'600	119'200	7
	50–59 Jahre	113'300	112'500	9
	60 Jahre und mehr	145'000	145'000	2
Funktionsstufe*	Geschäftsführung (Gesamtverantwortung Arbeitgebende)	145'000	145'000	1
	Leitungsfunktion mit GL-Mitgliedschaft	130'000	125'000	3
	Leitungsfunktion ohne GL-Mitgliedschaft	110'000	110'000	1
	Teamleitung			0
	Projektleitung Fundraising	101'000	108'800	6
	Sachbearbeiter/in Fundraising	83'300	83'300	1
	Andere	114'200	119'200	3
	Nicht befragt	118'300	145'000	8
Mitarbeitenden- verantwortung*	Ja	133'300	131'700	4
	Nein	103'900	110'000	11
	Nicht befragt	118'300	105'600	8
Höchster Bildungsabschluss	Doktorat			0
	Universität/ETH	99'000	100'000	7
	Fachhochschule	126'600	121'900	8
	Höhere Fachschule	107'500	110'000	5
	Matura			0
	Berufslehre	126'500	133'300	3
	Anderer			0
Fundraising- Weiterbildung	Ja	104'300	105'000	7
	Nein	118'300	119'000	16
Berufserfahrung Fundraising	0–1 Jahre			0
	2–4 Jahre	85'400	82'000	4
	5–9 Jahre	95'000	90'000	3
	10–19 Jahre	136'700	125'000	7
	20+ Jahre	115'500	119'200	9
Fundraising-Bereich	Public	108'900	111'100	13
	Individual	114'800	119'200	5
	Institutional	110'900	105'000	14
	Digital	111'700	119'400	6
	Anderer	128'000	126'700	4
Region Arbeitsort	Espace Mittelland	107'600	119'200	5
	Innerschweiz	82'000	82'000	2
	Genferseeregion	133'300	133'300	1
	Nordwestschweiz	100'000	100'000	1
	Ostschweiz	75'000	75'000	2
	Tessin			0
	Zürich	127'500	118'800	11

		2023		
		Durchschnitt (CHF)	Median (CHF)	n
Berufserfahrung Allgemein	0–4 Jahre	80'600	80'600	1
	5–9 Jahre	74'500	74'500	2
	10–19 Jahre	122'000	121'900	4
	20–29 Jahre	130'100	135'000	5
	30–39 Jahre	100'500	100'000	9
	40+ Jahre	175'000	175'000	2
Betriebszugehörigkeit*	0–1 Jahre	106'300	110'000	3
	2–3 Jahre	95'000	83'300	5
	4–5 Jahre	140'400	145'000	3
	6–9 Jahre	112'200	112'500	3
	10+ Jahre	125'000	125'000	1
	Nicht befragt	118'300	105'600	8
Total		114'000	112'500	23

Anmerkung: Da die Teilnehmenden einzelne Fragen unbeantwortet lassen konnten, oder teilweise die Umfrage frühzeitig abgebrochen haben, schwankt die Summe der Nennungen von Frage zu Frage.

* Frage, die nur an Angestellte gerichtet wurde. Acht selbstständige Dienstleister:innen wurden nicht befragt.

Zürcher Hochschule für
Angewandte Wissenschaften

**School of
Management and Law**

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

www.zhaw.ch/sml

TRIPLE CROWN



swissuniversities