

Swissfundraising

Vom kommerziellen Marketing zum Fundraising für NPO: ein empfehlenswerter Weg?

Non-Profit-Organisationen brauchen professionell organisierte Strukturen und effiziente Prozesse für ihr Fundraising und suchen daher nach erfahrenen Berufsleuten. Dabei ist die Nachfrage nach diesen Fachkräften immer noch grösser als das Angebot, sodass oft Quereinsteiger angestellt werden. Handelt es sich bei den Neu-Fundraisern um erfahrene Fachkräfte aus dem Marketing für kommerzielle Produkte und Dienstleistungen, können diese ihren Arbeitgebern aber wertvolle Impulse vermitteln, insbesondere in Kombination mit einer Ausbildung im Fundraising. Drei von ihnen diskutieren Einsichten, Herausforderungen und Freuden ihrer neuen Funktionen.

Interview: **Andreas Cueni** Bild: **Sandra Genhart**



Caroline Weide.



Jon Andrea Florin.



Thomas Jeiziner.

Was ist Fundraising? Handelt es sich um eine Variante des Marketings, und was zeichnet es aus?

Jon Andrea Florin: Ja, eindeutig. Fundraising ist Marketing für ein sinnvolles Produkt. Wobei die klassischen vier P (Product, Price, Place, Promotion) nur halbwegs passen und auch sonst einige Unterschiede bestehen, etwa zwischen Kauf- und Spendenmotivationen. Aber von der Denkhaltung her – Denken vom Kunden, in unserem Fall vom Spender, her – ist Fundraising ein Spezialfall des Marketings.

Caroline Weide: Fundraising ist die Mittelbeschaffung für gemeinnützige Organisationen und umfasst sämtliche Marketinginstrumente – von der Strategie bis zur Durchführung der Aktivitäten.

Thomas Jeiziner: Ich bin ja auch PR-Berater und sehe deshalb das Fundraising, wie auch Public Relations, jeweils als eigenständige Disziplinen an. Natürlich sind sie alle ver-

Florin: «Das Spannende an Fundraising ist ja, dass man die Wirkung der Handlung rasch sieht.»

wandt miteinander, und es gibt in der Fundraising-Arbeit Marketing- wie auch Kommunikationselemente. Die Systematik ist aber nicht die gleiche.

Was war Ihre Motivation, ins Fundraising zu gehen?

Caroline Weide: Ich wollte lernen, wie man Emotionen vermarktet, sprich, wie man etwas ohne direkte Gegenleistung «an den Mann» bringt. Zudem ist es mir ein Anliegen, mein gemeinnütziges Engagement zum Beruf zu machen.

Jon Andrea Florin: Bei mir war es der Wunsch, etwas Sinnvolles zu tun, zu gestalten und konkret etwas zu bewirken. Das Spannende am Fundraising ist ja, dass man die Wirkung einer Handlung in der Regel rasch sieht. Man kann zupacken und etwas verändern.

Thomas Jeiziner: Typisch für meine Biografie, bin ich quasi hineingerutscht; als Mitglied der Arbeitsgruppe Fundraising wurde ich dann angefragt, den operativen Aufbau zu übernehmen. Ich musste nicht lange überlegen.

Ist es schwierig, sich ins Fundraising einzuarbeiten (besondere Herausforderungen!), und was hat Ihnen dabei besonders geholfen (z. B. Weiterbildung)?

Caroline Weide: Ich würde es nicht schwierig nennen, es war anders. Und ja, da gibt einige besondere Herausforderungen wie beispielsweise die hohe Beachtung von NGO in der Öffentlichkeit, die besondere Anerkennung, welche Spender erwarten, oder besondere ethische Aspekte, um nur einige zu nennen. Dabei hat die Ausbildung an der ZHAW sehr geholfen, sei es durch die vielen vermittelten Praxisbeispiele oder durch den Austausch mit den Studienkolleginnen und -kollegen.

Thomas Jeiziner: Die Verwandtschaft mit Marketing und Kommunikation hilft sicher. Dennoch gab und gibt es eine Vielzahl von Herausforderungen zu meistern. Public

Weide: «Fundraising wird in Zukunft immer wichtiger. Die staatliche Unterstützung wird immer weniger.»

Fundraising unterscheidet sich von Stiftungs-Fundraising und so weiter. Zurzeit absolviere auch ich das DAS Fundraising-Management an der ZHAW. Da hole ich mir das nötige Rüstzeug. Besonders wertvoll ist auch der Austausch mit den Studienkolleginnen und -kollegen; da ist so viel Know-how vorhanden, das ich als Fundraising-Neuling wie ein Schwamm aufsauge. Darüber hinaus profitiere ich enorm von unserem externen Fundraising-Berater mit seiner über zwanzigjährigen Berufserfahrung.

Es gibt in meinem Fall die Herausforderungen, für zwei Organisationen zu arbeiten. Sie sind zwar «Geschwister», aber wie diese haben sie unterschiedliche Charaktere. Dies unter einen Fundraising-Hut zu bringen, ist allerdings eine spannende Aufgabe.

Jon Andrea Florin: Die Schwierigkeit liegt im Erfahrungswissen, das man zum Teil lernen kann, aber eben vor allem erfahren muss. Dafür braucht es Zeit. Die alten Fundraising-Füchse wissen, was funktioniert und was nicht. Ärgerlicherweise für die Neuen hält sich die Realität sehr oft an die Erfah-

rung. So helfen mir meine erfahrenen und gewitzten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am meisten bei der Bewältigung dieser Herausforderung.

Was können Sie von Ihrem Werdegang her speziell ins Fundraising einbringen?

Jon Andrea Florin: Das Denken in Zielgruppen und in einfachen Botschaften.

Caroline Weide: Sicherlich meine fundierten Akquisitionserfahrungen und natürlich die Kenntnisse der Bedürfnisse aus dem Profitbereich, zum Beispiel im Bereich Sponsoring oder Corporate Social Responsibility.

Thomas Jeiziner: Ich versuche, das Beste von meinem Wissen und von meinen Erfahrungen aus PR und Marketing, im Sinne der Integrierten Kommunikation, auch ins Fundraising zu übertragen und anzuwenden.

Würden Sie jemandem raten, quer ins Fundraising einzusteigen, und warum?

Thomas Jeiziner: Aber auf alle Fälle! Man hat den Erfolg (oder allenfalls Misserfolg) einer einzelnen Massnahme drei Monate nach einem Mailing belegt und weiss auf Franken und Rappen genau, ob mehr hereingekommen ist, als es gekostet hat. Und nach einigen Jahrzehnten in der klassischen, gewinnorientierten Wirtschaft finde ich es persönlich sehr bereichernd, dass durch Fundraising Menschen (oder auch Tiere), denen es nicht so gut geht, etwas mehr Hoffnung erhalten.

Jon Andrea Florin: Ich rate auch unbedingt dazu. Allein schon, weil ich quer laufen lieber mag als aufwärts oder geradeaus. Abwechslung löst nicht nur die Ausschüttung von Stresshormonen aus, sondern auch von Glückshormonen. Etwas weniger pathetisch: Ja, es lohnt sich, etwas weniger zu verdienen und dafür zu wissen, dass die tägliche Arbeit sinnvoll ist. Und: Im Fundraising sind die Gestaltungsräume oft noch gross.

Caroline Weide: Fundraising wird in der Zukunft immer wichtiger. Die staatliche Unterstützung wird immer weniger. Auch sind die Profit-Organisationen vermehrt um soziales Engagement bemüht. Und zu guter Letzt ist meines Erachtens die Sinnhaftigkeit der gemeinnützigen Arbeit gross! □

Die Gesprächspartner

Caroline Weide hat langjährige Erfahrung im Bereich Marketing und Kommunikation, mehrheitlich im B2B-Umfeld. Sie arbeitete als Marketingmanagerin in verschiedenen Start-up-Unternehmen der IT-Branche sowie als Schweizer Marketingverantwortliche für ein internationales Beratungsunternehmen. Aktuell ist Caroline Weide als Verantwortliche Business-Development in einem internationalen Wirtschaftsprüfungsunternehmen tätig. Caroline Weide ist Betriebsökonomin FH.

Jon Andrea Florin leitet seit einem Jahr die Abteilung Information und Fundraising bei Swissaid. Vorher war er während mehr als zehn Jahren Texter, Konzepter und strategischer Planer bei einer Werbeagentur, noch früher Gründer einer Suppenbar und Leiter Produktmanagement bei einem Fair-Trade-Unternehmen. Studiert hat er Soziologie und Betriebswirtschaftslehre.

Thomas Jeiziner hat die Leitung Marketing, Kommunikation der Spitex Zürich Limmat sowie die Leitung Spendenorganisation der Spitex-Vereine der Stadt Zürich inne. Zuvor übte er führende Positionen in der Unternehmenskommunikation des Migros-Genossenschafts-Bundes sowie von Coca-Cola und DHL Schweiz aus. Er absolvierte ein MAS Brand and Marketing Management HSLU und die PR-Berater-Ausbildung SPRG.

Alle drei Gesprächspartner sind Studenten oder Absolventen des DAS Fundraising-Management an der ZHAW, eines zwölfmonatigen berufsbegleitenden Diplomaltelegangs.

Ein Info-Abend zu dieser Weiterbildung findet am 10. März 2015, 18 Uhr, im «Au Premier» im Hauptbahnhof Zürich statt.

Weitere Informationen unter www.zkm.zhaw.ch/fundraising oder www.swissfundraising.org/de/70/Weiterbildung.htm
