

**Programm 7. SwissFundraisingDay im Kursaal Bern, Bern
Donnerstag, 25. Juni 2015**

Die Tagung wird von Ladina Spiess moderiert.

09.00-09.30	Eintreffen der Teilnehmenden	Begrüssungskaffee
09.30-09.45	Begrüssung	Odilo Noti, Präsident Swissfundraising
09.45-10.30	EINSTIEGSREFERAT: Kundenorientierung im Unternehmen – was Hilfswerke davon lernen können	Marcus Schögel, Professor für Marketing Universität St.Gallen
10.30-11.00	Pause	
11.00-12.15	WORKSHOPS zu folgenden Themen:	
	Stiftungsfundraising – wie man erfolgreich Stiftungen überzeugt	Amélie Cottier & Barbara Mangold
	Unternehmenskooperationen und Reputationsrisiken. Wie betreiben wir Risikomanagement? Hilfsmittel und Instrumente, Geschichten aus dem Alltag	Felizitas Dunekamp, Krebsliga Schweiz
	Wie und was können wir von unseren Spender(inne)n lernen? Zum Beispiel Spenderbefragungen und ihre Auswertungen	Tom Neukirchen, MSF
	Aktuelle Trends im Fundraising: Was wollen die Spender/innen? Was wollen sie nicht? Prospecting und Researching, wie finde ich überhaupt Grossspender?	Dr. Marita Haibach
	Gewinnung von Grossspendern, ihre Betreuung und Bindung am Beispiel des Zoo Zürich	Markus Rege, Marketingleiter Zoo Zürich, Geschäftsführung Zoo Stiftung
	Spenderbindung im Public Fundraising – wie misst man Retention? Was ist überhaupt Spenderloyalität und wie ich erreiche ich diese?	Beat Vogel & Judith Raymakers
12.15-14.00	MITTAGSPAUSE	Stehlunch
14.00-14.45	MITTAGSREFERAT zum Thema: Netzwerkarbeit – von Mythen und Möglichkeiten: Vernetzung als neue Aufgabe für FundraiserInnen?	Bettina Höchli
14.45-15.45	FALLBEISPIELE (Thema: Bewährte und neue Wege zu den SpenderInnen)	

	Fallbeispiel 1: Die SMS-Kampagne beim Roten Kreuz zugunsten der Unwetteropfer auf dem Balkan	Andreas Häner
	Fallbeispiel 2: Touchpoint-Analyse bei Greenpeace	Matthias von Allmen
	Fallbeispiel 3: Online-Fundraising by Challenges – bewährtes Instrument in neuer Form bei Helvetas: Peer to peer Fundraising	Peter Haberstich, Social Fundraising Helvetas
15.45-16.15	Pause	
16.15 - 16.45	ABSCHLUSSREFERAT zum Thema: Wenn Kunden selbst Produkte verbessern und weiterentwickeln: Kundenbindung am Beispiel von Migipedia – und was gemeinnützige Organisationen daraus lernen können	Monica Glisenti, Leiterin Corporate Communications, MGB
17.00	Verabschiedung und Überleitung zu Preisverleihung	
