

Begrüssung 11. SwissFundraisingDay im Kursaal Bern
Sibylle Spengler, Präsidentin Swissfundraising

Guten Morgen liebe Kolleginnen und Kollegen, ich begrüsse Sie ganz herzlich zum Swissfundraising Day 2019

Ich habe letztes Jahr in meiner Begrüssungsrede die Me-Too-Bewegung thematisiert.

Heute gehe ich der Frage nach, vor welchen Herausforderungen wir stehen und was das fürs Fundraising im Jahr 2019 bedeutet.

Was letztes Jahr Me-too war, ist heute die Klimabewegung, die erst im Dezember 2018 an der Klimakonferenz mit der emotionalen Rede von Greta Thunberg ihren Anfang nahm.

Das Video davon verbreitete sich rasend schnell über die sozialen Medien. Eine Woche nach der Rede von Greta gingen die ersten SchülerInnen auch in Zürich bereits auf die Strasse.

Das Beispiel von Greta und der Klimabewegung steht für mich stellvertretend für die Veränderungen in der Gesellschaft. Das könnte auch eine Chance sein fürs Fundraising, die vorab jedoch viel Kopfarbeit bedeutet.

Hand aufs Herz: Haben Sie in diesem Jahr in ihrer Organisation inne gehalten um zu reflektieren, ob die Sicht-, Funktions- und Arbeitsweise in Ihrem Betrieb eigentlich noch die richtigen sind?

Oder:

Ist das vergangene Jahr wie mit einem Fingerschnippen vorüber gegangen? Ist vor lauter Arbeit, Einnahmedruck und internen Herausforderungen keine Zeit geblieben, sich tiefgreifenden und grundsätzlichen Fragen zu widmen?

Ich erinnere mich an eine Eröffnungsrede am SwissfundraisingDay vor einigen Jahren von Odilo Noti, den wir heute auch in unseren Reihen begrüssen dürfen: Er hat davon gesprochen, dass unsere Organisationen Fröschen gleich im Kochtopf sitzen und dabei nicht merken, dass das Wasser immer heisser werde.

Nur wenige Jahre später sage ich Ihnen jetzt: Das Wasser im Topf ist bereits am Kochen. Die schlechten Nachrichten über Millionen-Defizite und Personalentlassungen bei NGOs wollen nicht enden. Viele Organisationen verlieren Einnahmen, SpenderInnen und Mitglieder. Wer heute stagniert oder gar noch etwas wächst, der hat offenbar schon vieles richtig gemacht in den letzten Jahren.

Doch wie geht die Mehrheit unserer Organisationen mit dieser Krise um? Drei weitverbreitete Reaktionen auf diese Katerstimmung im NPO-Sektor kann ich beobachten:

Reaktion 1 nenne ich: „Da können wir ja nichts dafür“:

Der Spendenmarkt stagniert, es gibt immer mehr spendensammelnde Organisationen und Institutionen, aber das Spendenvolumen bewegt sich kaum noch.

Die Kriegs- und Nachkriegs-Generation ist am Sterben. Die Babyboomer werden einerseits ein kleineres Budget für ihre Pension haben als ursprünglich noch angenommen und

andererseits werden sie mehr Geld benötigen, weil sie älter werden. Das wiederum wird sich sowohl auf das Spenden- als auch auf das Legategeschäft auswirken. Die jungen Generationen sind wiederum bedeutend schwieriger zu gewinnen und die Absprungraten in diesen Segmenten sind hoch.

Es stimmt, da können wir nichts dafür.

Reaktion 2 nenne ich: „Die anderen sind schuld daran“:

Dem Vorstand, der Geschäftsführung oder der Organisation im Allgemeinen fehlt es an Institutional Readiness, dem Willen, sich mit den unabdingbaren Voraussetzungen für erfolgreiche Fundraisingarbeit auseinanderzusetzen. So müssen wir mehr leisten, zu tieferen Kosten, mit weniger Personal, und die Spirale dreht sich weiter...

In der Tat: Viele Organisationen betrachten Fundraising immer noch als notwendiges Übel. Das darf nicht sein.

Reaktion 3 nenne ich „Weiter wie gehabt, einfach noch besser“:

Wir FundraiserInnen denken und handeln immer noch in den Kategorien von Kanälen und Instrumenten, von Spendenfranken und Return on Investment. Wir feilen an Mailings, suchen nach neuen Stiftungen, jagen die Major Donors, drücken die Preise der Agenturen und hoffen: Wenn wir uns noch etwas mehr anstrengen – sprich: uns noch mehr unter Druck setzen – wird es sicherlich wieder aufwärts gehen.

So aber, geschätzte Kolleginnen und Kollegen, geben wir vor, als könnten wir alleine mit Fundraising die Welt retten und das Leid der Menschen lindern.

Wir stecken in einer multiplen Krise, die nicht mit einem Leistungsmarathon überwunden werden kann:

Wir können damit nicht alle Probleme lösen:

- Nicht das Wahrnehmungsproblem in der Öffentlichkeit – als alteingesessenes Establishment gesehen zu werden.
- Nicht, dass der Schweizer Spendenmarkt erschöpft ist.
- Nicht, dass sich die Kommunikation in die sozialen Netzwerke verlagert.
- Nicht, dass sich die Grenzen zwischen Fundraising und Investment immer mehr verwischen...

Ich lade Sie deshalb ein, dass wir hier und heute neue Wege beschreiten. Dazu ein vierfacher Appell von meiner Seite:

Appell 1: Seien wir realistisch.

Lasst uns als Fachpersonen selbstbewusst auftreten und klar und deutlich sagen, was künftig im Fundraising noch möglich sein wird und was nicht. Hören wir auf, uns falsche Hoffnungen zu machen und Kollegen und Gönnern Mogelpackungen zu verkaufen.

Appell 2: Bleiben wir trotzdem idealistisch.

Mit unseren zivilgesellschaftlichen Anliegen ist es wie mit Demokratie und Freiheit: Sie sind nicht das Ziel an sich, das man erreichen kann. Sondern sie entstehen in einem fortwährenden Prozess, in dem man Sinn und Zweck, die Aufgaben und die Narrative wieder neu erkämpfen muss.

Das alles auszuloten aber kann eine Organisation nur als Ganzes tun. Aber wenn sie es tut, eröffnen sich auch im Fundraising neue Perspektiven.

Appell 3: Zurück zur Bescheidenheit.

Es wäre überheblich, wenn wir zu wissen glaubten, nur wir wüssten, wie die Welt zu retten sei. Die Welt ist komplexer als unsere Rezepte, und mündige Spenderinnen und Spender fühlen sich dann nicht ernst genommen, wenn wir den Bogen überspannen.

Um die Welt zu verändern, können NPOs lediglich einen Beitrag leisten – nicht mehr und nicht weniger. Wir können unsere Gönner nicht mehr auf den fernen Tag vertrösten, an dem plötzlich alles besser wäre. In diesem Sinne kommen wir zu Appell 4:

Appell 4: Der SpenderIn ein Königreich.

Wenn wir uns den obigen Punkten bewusst sind, rückt automatisch wieder die Spenderin resp. der Spender ins Zentrum – und nicht der ROI und auch nicht leere Versprechungen. Beziehungsmarketing oder eben Donor-Centricity ist das, was künftig zählt im Fundraising. Die Spenderin muss wieder Königin werden, der Spender wieder König, und wir müssen anhören, was deren Wünsche sind.

Im Impulsreferat von Penelope Burk werdet ihr mehr zu diesem Thema erfahren. Auch unter dem Aspekt der Donor Centricity haben wir die Siegerin des diesjährigen SwissAward ausgewählt. Es ist eine Organisation, welche die SpenderIn überzeugend ins Zentrum gerückt hat. Wer den Preis gewonnen hat, werden wir heute Nachmittag um 14.45 Uhr verraten.

Es bleibt also spannend, doch bleiben wir uns Folgendes bewusst:

Vor überrissenen Erwartungen, vor veralteten Regeln und vom Brav-Erfüllen-Müssen dürfen auch wir Fundraiser und FundraiserInnen einmal streiken – wie die Aktivistinnen der Klima- oder Frauenbewegung.

Spannen wir also zusammen und lehren dem Establishment in unseren eigenen Reihen das Fürchten.“ In Gretas Worten heisst das:

«Wir können die Welt nicht retten, indem wir uns an die Spielregeln halten. Die Regeln müssen sich ändern. Alles muss sich ändern. Und zwar heute. »

In diesem Sinne wünsche euch viel Inspiration, Freude und gute Begegnungen am heutigen SwissfundraisingDay 2019.