

Swissfundraising

Swissfundraising-Award: «Anerkennung und Wertschätzung»

Seit 2014 verleiht Swissfundraising im Rahmen des SwissFundraisingDay je einen Award in den Kategorien «Aktion des Jahres» und «Innovation des Jahres». Wer die Franca-Trophäe in Händen hält, hat den Schweizer Fundraising-«Oscar» gewonnen. Helvetas konnte bereits zwei dieser Trophäen «abstauben». Liliane Eggli, Team Leader Public Fundraising bei Helvetas, war massgeblich daran beteiligt und erzählt im Interview, wie es dazu kam.

Interview: **Andreas Cueni** Bild: **Alexander Preobrajenski**



Freude herrscht: Liliane Eggli mit dem Swissfundraising-Award «Franca», den sie mit Helvetas nun schon zweimal gewinnen konnte.

Frau Eggli, Helvetas hat letztes Jahr bereits zum zweiten Mal eine Franca-Trophäe gewonnen. Was ist das für ein Gefühl, wenn man diesen Award gewinnt?

Die Anerkennung für eine gelungene Aktion, die von Fachpersonen kommt, freut einen sehr. Die Reaktionen der Spenderinnen und Spender sind für uns Fundraiserinnen und Fundraiser immer im Zentrum, aber auch aus der Branche ein «hervorra-

gend» zu bekommen, ist sehr motivierend. Auch wenn ich leider letztes Jahr den Award nicht persönlich entgegennehmen konnte.

Warum, denken Sie, wurde ausgerechnet Ihr Projekt «Tansania» zur Aktion des Jahres gekürt?

Die Herausforderung bei diesem Mailing war, ein komplexes, vielschichtiges und nachhaltig aufgebautes Projekt auf einfache

und spontan nachvollziehbare Art zu präsentieren. Mit dem Aufhänger eines Velos, das die Wirkung in Anhängern nach sich zieht, ist das sehr gut gelungen.

Was waren für Sie die wichtigsten Faktoren, die Ihre Aktion zu einem aussergewöhnlichen Fundraising-Erfolg gemacht haben?

Der einfache, nachvollziehbare Approach. Zudem auch, dass wir vorher das Konzept

getestet haben und wussten, dass diese Ansprache funktioniert. Und schliesslich ein plausibles Spendenbeispiel, das leicht über der üblichen Durchschnittsspende eines November-Mailings lag.

Was bedeutet es für eine Fundraising-Abteilung, wenn man den Swissfundraising Award gewinnt? Steigert das die Motivation, oder nimmt man das «einfach so» mit?

Der Award ist eine Anerkennung und eine Wertschätzung der geleisteten Arbeit und tut gut. Nichts ist so motivierend im Alltag, wie wenn man wertgeschätzt wird und gemeinsam Erfolge feiern kann. Das kann ich allen empfehlen.

Letztes Jahr gab es erstmals auch die Teilnahme am IFC-Kongress zu gewinnen, sodass jemand von Ihnen sich dort neue Impulse fürs Fundraising holen konnte. Sind Sie gefahren oder jemand anders? Und was hat es gebracht?

Meine Kollegin aus dem Digital-Team hat am IFC teilnehmen dürfen und ist mit vielen Inspirationen zurückgekommen. Der Blick über

den Tellerrand, internationale erfolgreiche Fundraising-Beispiele und der Austausch mit anderen Fundraiserinnen und Fundraisern aus der ganzen Welt am IFC in Holland sind Gold wert. Ich habe schon zweimal teilnehmen dürfen und bin beide Male mit Tausenden neuen Ideen zurückgekommen.

Warum haben Sie sich überhaupt für eine Teilnahme entschieden? Würden Sie anderen NPO und Fundraiserinnen und Fundraisern empfehlen, in diesem Jahr nun auch teilzunehmen?

Erfolge soll man feiern. Auch in dieser Form. Ich finde einen Best-Practice-Austausch in der Branche sehr wertvoll. Von besserem und inspirierenderem Fundraising und von Innovationen profitieren wir alle. Denn das inspiriert auch unsere Spenderinnen und Spender. Und der Preis mit der IFC-Teilnahme ist sehr attraktiv. 

Drei Gewinnchancen

Der Swissfundraising Award wird am SwissFundraisingDay vom 21. Juni 2018 zum fünften Mal verliehen. Die beiden Gewinner der «Aktion des Jahres» und der «Innovation des Jahres» erhalten die einzigartige Trophäe Franca und gewinnen eine Teilnahme am IFC-Kongress. Verliehen wird der Award in den zwei Kategorien «Fundraising-Aktion» und «Fundraising-Innovation» – hier werden Bestleistungen ausgezeichnet. Ausserdem wird am SwissFundraisingDay auch ein Publikumspreis vergeben. Einzelpersonen, NPO und Agenturen können ab sofort mögliche preiswürdige Aktionen und Innovationen einreichen. Mit Fundraising-Aktion sind sämtliche Kampagnen und Aktionen mit kommunikativer Ausstrahlung am Markt sowie klaren Fundraising- oder Mobilisierungszielen gemeint. Der Erfolg am Markt ist in dieser Kategorie der bahnbrechende, wegweisende Moment und das entscheidende Kriterium. In der Kategorie Fundraising-Innovation laufen kommunikative Massnahmen sowie neue Techniken, Ansätze und Taktiken für den Schweizer Markt. Es geht also um Neuerungen und neue Wege und die damit eingeleitete Bewegung und Dynamik am Markt. **Weitere Informationen und Teilnahmeformulare unter swissfundraisingday.ch/swissfundraising-award/**

ANZEIGE

 **HTW Chur**
Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

Executive MBA

Smart Marketing

Digitale Strategien, digitale Geschäftsmodelle, digitale Kanäle, digitale Services und ein geändertes Kundenverhalten stellen das Marketing vor eine grosse Herausforderung. Das berufsbegleitende Studium vermittelt die entscheidenden Strategien und Methoden, um am Markt erfolgreich zu agieren.

Weitere Informationen:
htwchur.ch/embasm

**Studienort:
Zürich (KLZ)**

In unmittelbarer Nähe
vom Zürich HB

Themen:

- Strategisches Management
- Strategisches Marketing
- Digitales Marketing
- Konsumentenverhalten im digitalen Zeitalter
- Marketinginnovation