

Profil und Verzeichnis

Die Nadel im Heuhaufen finden



Wissen, wer wo was macht, bewirkt und fördert: Das clever strukturierte Verzeichnis der Förderorganisationen, gemeinnützigen Organisationen und Projekte in der Schweiz ist das Kernstück der Plattform stiftungschweiz.ch. Es bietet allen gemeinnützigen Organisationen, unabhängig ihrer Rechtsform, eine einfache und übersichtliche Möglichkeit, sich als Organisation zu präsentieren und die aktuellen Schwerpunkte vorzustellen.

Herausforderungen

Nonprofits

- Relevante Förderpartner finden und ansprechen
- Public Fundraising aufbauen und Privatspender ansprechen
- Wenig Sichtbarkeit für die eigene Organisation und Projekte
- Wenig Budget für Werbung/ Reichweitengenerierung

Funders

- Effiziente Kommunikation der bevorzugten Gesuchswege und Förderschwerpunkte
- Geeignete Förderpartner und Nonprofits finden und ansprechen

Ziele

Nonprofits

- Relevante Förderpartner finden und Förderung erhalten
- Spenden von Privatpersonen erhalten
- Kosteneffizient Sichtbarkeit und Reichweite aufbauen

Funders

- Weniger unpassende, mehr präzise Gesuche erhalten
- Transparente Kommunikation über Förderaktivitäten und Förderschwerpunkte
- Förderpartner finden

Steckbrief

Nonprofits und Stiftungen können sich im Stiftungsverzeichnis mit einer eigenen Microsite präsentieren und entscheiden, welche Informationen öffentlich geteilt werden. Förderorganisationen können Förderschwerpunkte und bevorzugte Gesuchswege angeben, während Nonprofits ihre Ziele und die eigene Förderhistorie präsentieren. Die von StiftungSchweiz eingeführten Badges erhöhen Transparenz und Vertrauen, indem sie die Leistungen und das Engagement von Organisationen sichtbar machen. Dies hilft Nonprofits, ihre Steuerbefreiung und Vernetzung transparent zu machen und erleichtert Förderstiftungen, zuverlässige Partner zu finden. Die Suchfunktion ermöglicht es, aus rund 15'000 Schweizer Organisationen geeignete Funders oder Nonprofits zu finden. Der stetig aktualisierte Stiftungsindex sorgt dabei für repräsentative Suchergebnisse. Nutzer finden ihren Match über die Textsuche oder clevere Filter. Die Suchfunktion bietet mehr als zehn spezifische Filtermöglichkeiten und wird von einer künstlichen Intelligenz unterstützt, die stetig dazulernt.

Im Einsatz

Fleur Jaccard, Geschäftsführerin der Age-Stiftung, und Pascale Vonmont, CEO/Direktorin der Gebert Rüt Stiftung, haben mit StiftungSchweiz über ihre Erfahrungen mit ihren individuellen Stiftungsprofilen gesprochen. Ihren Fokus setzt die Age-Stiftung dabei auf transparente Kommunikation und Netzwerkbildung. Die Gebert Rüt Stiftung, die als gläserne Stiftung bereits alle Informationen auf ihrer Website publiziert, nutzt die Vorteile ihres Stiftungsprofils vor allem in den Bereichen Reichweite und Sichtbarkeit.

Welche spezifischen Vorteile bietet Ihnen Ihr Stiftungsprofil im Arbeitsalltag?

Fleur Jaccard, Geschäftsführerin der Age-Stiftung: Das Stiftungsprofil ermöglicht es uns, die Strategie und Wirkungsfelder der Age-Stiftung kurz und bündig zu kommunizieren und erleichtert die Suche nach passenden Kooperationen. Die Wirkung unseres Stiftungsprofils können wir zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht quantifizieren.

Pascale Vonmont, Direktorin der Gebert Rüt Stiftung: Das Profil der Gebert Rüt Stiftung agiert neben unserer Website als zusätzliche Plattform mit ausführlicheren Kerninformationen. Somit können uns noch mehr Partner finden.

Was sind unmittelbare, was langfristige Vorteile des Profils?

Pascale Vonmont: Wir sollen gesehen und gefunden werden, unser Profil erhöht als Kanal mit hoher Reichweite die Sichtbarkeit für neue Partner und Projekte. Langfristig ist das von Vorteil für die Netzwerk- und Kooperationsstrategie der Gebert Rüt Stiftung.

Fleur Jaccard: Ein knackiges Stiftungsprofil führt mittelfristig zu gezielteren Anfragen und fördert die Netzwerkbildung. Es erleichtert die sprichwörtliche Suche und das Finden der Nadel im Heuhaufen. Damit setzten wir ein Zeichen für Transparenz im Philanthropie-Sektor.



Pascale Vonmont
Gebert Rüt Stiftung

Fleur Jaccard
Age-Stiftung

Gebert Rüt Stiftung: Die Förderstiftung unterstützt Innovationen in Bildung, Wissenschaft und Technologie zum Nutzen der Schweizer Wirtschaft und Gesellschaft.

Age-Stiftung: Die Förderstiftung fokussiert sich auf eine zeitgemässe und kostengünstige Altersversorgung und setzt sich dafür ein, dass ältere Menschen bis ans Lebensende selbstbestimmt und gesellschaftlich eingebunden sind.

Welche Herausforderungen gab es im Prozess der Profilerstellung, welche gibt es bei der Nutzung des Profils?

Fleur Jaccard: Die Herausforderung lässt sich in der Maxime «keep it smart and simple» auf den Punkt bringen. Klar, die Profilsseite ist zuerst «eine Seite mehr», die abgefüllt und gepflegt werden muss. Der Aufwand hält sich jedoch in Grenzen und ist einmalig. Das Abfüllen der Daten ist durch ein intuitives Interface einfach und effizient. Und zum Glück ändern Stiftungen ihre strategische Ausrichtung und Förderpraxis nicht im Jahresrhythmus. Damit müssen nur wenige Informationen regelmässig aktualisiert werden. Die Suche nach Stiftungen als Netzwerkpartner hat sich mit dem Stiftungsverzeichnis klar vereinfacht. Es läuft einwandfrei.

Wie wichtig war der Perspektivenwechsel von der Förderorganisation zum «Informations-Suchenden»?

Pascale Vonmont: Für uns ist der Perspektivenwechsel relevant, um die besten Themen und Projekte zu finden. Scouting ist schon seit jeher ein wesentlicher Bestandteil unserer Strategie, die wir in der Gebert RUF Stiftung aktiv leben.

Fleur Jaccard: Vernachlässigen wir die Aussenperspektive, generieren wir unnötigen administrativen Aufwand – erst bei den Geldsuchenden und schliesslich auch bei uns Stiftungen, beispielsweise in der Prüfung von Anfragen, die nicht zum Profil passen. StiftungSchweiz stellt mit dem Profil genau die richtigen Fragen, die uns helfen, passende Partner zu finden.

Wie hat dieser Perspektivenwechsel Ihre externe Kommunikation beeinflusst?

Pascale Vonmont: Die Plattform ist eine zentrale Ergänzung unserer Kommunikation nach aussen. Das Profil der Gebert RUF Stiftung ermöglicht es uns, auf relevante Partner zu treffen und uns mit ihnen auszutauschen. Aber auch von neuen Projektpartnern entdeckt zu werden.

Gab es dabei auch Bedenken, dass zusätzliche Information zu zusätzlichen Anfragen führen würde?

Fleur Jaccard: Im Gegenteil. Wir glauben, eine klare Kommunikation ist von Vorteil – für Stiftungs- und Projektpartner gleichermassen. Und schliesslich lenken wir mit dem Stiftungsprofil die Suchenden auf unsere Age-Website. Damit schlagen wir zwei Fliegen mit einer Klappe.

Wie hat Ihr Profil dazu beigetragen, Ihre Zielgruppe besser zu erreichen?

Pascale Vonmont: Unser Stiftungsprofil hat massgeblich dazu beigetragen. Es hat unsere Reichweite über unsere eigenen Kanäle hinaus vergrössert und so die Transparenz unserer Förderstrategie erhöht.

Wie stellen Sie sicher, dass das erstellte Profil stets aktuell und relevant bleibt?

Pascale Vonmont: Wir planen regelmässige Updates im Jahresverlauf ein. So sorgen wir dafür, dass unser Profil stets auf dem neusten Stand ist – ohne ad-hoc-Massnahmen oder dass Änderungen vergessen gehen. Das geht übrigens auch bestens mit der umfassenden Information, der rote Badge war für uns kein Thema.

Fleur Jaccard: Wir aktualisieren die Informationen bei Bedarf. Wie erwähnt ändert sich die strategische Ausrichtung von Stiftungen nicht häufig, der Aufwand hält sich also in Grenzen.

Wie hat das Profil die Zusammenarbeit, das Networking und Synergien mit anderen Akteuren gefördert?

Fleur Jaccard: Das Profil auf stiftungschweiz.ch bildet auch die digitalen Netzwerke ab, in denen wir als Age-Stiftung aktiv sind. Die Organisation der Arbeitskreise von SwissFoundations wird damit enorm vereinfacht. Als Ergänzung zu den analogen Treffen werden die Vernetzung und Koordination gestärkt und Wissen kann schnell und effizient geteilt werden.

Pascale Vonmont: Auch die Gebert RUF Stiftung hat vom vereinfachten und damit vermehrten Austausch innerhalb der Netzwerke von SwissFoundations profitiert. Bisher sind aber noch wenige Kontakte ausserhalb unserer «Bubble», also über die Plattform hinaus, entstanden.

Welche Rückmeldungen haben Sie von potenziellen Antragstellern oder Partnerorganisationen zu Ihrem Profil erhalten?

Fleur Jaccard: Tatsache ist: Unser Stiftungsprofil wird bei einer Google-Suche gleich an zweiter Stelle nach unserer eigenen Website aufgeführt. Stiftungsprofil und Age-Website sind also ein starkes Duo. Damit erhalten Informationssuchende in Kürze, was sie brauchen, und wir profitieren von gehaltvolleren Anfragen und neuen Kooperationsmöglichkeiten.

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie mit Ihrem Profil?

Pascale Vonmont: Unser Ziel ist es, neue Projekte zu gewinnen und bestehende Partner miteinander zu vernetzen. Wir sind überzeugt: So können wir die strategische Ausrichtung der Gebert RUF Stiftung langfristig stärken.

Implementierung

Die Implementierung der Profile variiert je nach Organisation oder Projekt und erfolgt in unterschiedlichen Schritten. Anschliessend können Organisationen die Suchfunktion mit individuellen Recherchezielen nutzen.

Organisationsprofil

User können eine vorhandene Organisation (in der Regel eine Stiftung) beanspruchen oder eine neue Organisation (in der Regel ein Verein) im System erfassen. Die Organisation füllt das Organisationsprofil mit relevanten Inhalten und sendet es zur Verifizierung an das Team von StiftungSchweiz. Nach erfolgreicher Verifizierung wird das Profil veröffentlicht.

Projektprofil

Organisationen erstellen ein neues Projektprofil, befüllen es mit den relevanten Informationen und veröffentlichen es. Steuerbefreite Organisationen (ab Starter-Zugang) haben die Möglichkeit, ihr Projektprofil und Organisationsprofil auf der Spendenplattform von StiftungSchweiz zu veröffentlichen.

Suche

Sobald das Profil veröffentlicht ist, können User ein Rechercheziel definieren. Die Suche läuft entweder über die Textsuche, verschiedene Filter oder eine Kombination der beiden Suchmöglichkeiten. Die Suchergebnisse werden nach Übereinstimmung des Rechercheziels gescannt. User können relevante Suchergebnisse in einer Liste ablegen und speichern, kollaborativ bearbeitet und exportieren.

Rollen und Verantwortlichkeiten

Bei der Erstellung und Pflege der Profile variieren die Verantwortlichkeiten je nach gemeinnütziger Organisation und deren Grösse, bevor die Recherche im Stiftungsverzeichnis beginnen kann.

Nonprofits

Das Fundraising- oder Kommunikationsteam ist für die Erstellung und Pflege des Organisations- und Projektprofils verantwortlich. Die Geschäftsführung oder der Vorstand brieft das Team entsprechend oder beteiligt sich in kleineren Nonprofits selbst aktiv.

Förderstiftungen

Die Leitung/das Team für Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation oder Projektmanager erstellen und pflegen das Organisationsprofil. Auch hier brieft die Geschäftsführung oder der Vorstand, oder wirkt in kleineren Stiftungen direkt selbst aktiv mit.

Recherche

Projektmanager und Fundraising- oder Kommunikationsmanager recherchieren in der Regel nach geeigneten Partnern im Stiftungsverzeichnis.

Kontakt

Moritz Brunner, Leiter Digitales Marketing, moritz.brunner@stiftungschweiz.ch