

Zeitschrift:	Curaviva : Fachzeitschrift
Herausgeber:	Curaviva - Verband Heime und Institutionen Schweiz
Band:	77 (2006)
Heft:	12
Artikel:	Nachgefragt : "Spendengeld ist leichter mobilisierbar für behinderte Kinder als für Erwachsene"
Autor:	Plotke, Arthur
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-803995

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 07.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

diskutieren. «Ein Konsens muss beispielsweise in der Frage gefunden werden, ob sich eine Institution aktiv um Legate bemühen will oder nicht», führte Gitz aus. Festzulegen gelte es weiter, wie sich eine Einrichtung positionieren und potenziellen Geldgeberinnen und Geldgebern präsentieren wolle. Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit seien Zwillinge: «Ohne gezielte Medienarbeit lässt sich kein erfolgreiches Fundraising betreiben.» Grosszuschreiben seien hier Glaubwürdigkeit und Authentizität: «Wer Etiketenschwindel betreibt und sich als etwas anderes ausgibt, als er ist, wird mittelfristig keinen Erfolg haben.» Ein wichtiges Aushängeschild

seien die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zeigte sich Gitz überzeugt. «Nichts kann ein sorgfältig aufgebautes Image rascher zerstören als das Fehlverhalten eines Einzelnen.» Klar werden müsse auch, wozu genau die gespendeten Mittel eingesetzt würden. Die Annahme, sie könnten einfach irgendwo in der Betriebsrechnung verschwinden, biete anders als ein konkretes Projekt keinerlei Spende- anreiz. Wenn es um die Umsetzung der Fundraising-Pläne gehe, müsse eine Organisation und eine Infrastruktur aufgebaut werden: «Fundraising kostet etwas», betonte der Redner. Vertretbar seien 20 bis 30 Rappen Aufwand pro Spendefranken, bei 50 und mehr

Rappen stimme etwas nicht, kleinere Organisationen kämen sogar mit weniger als 10 Rappen aus. Aus welchen Instrumenten sich der optimale Fundraising-Mix einer Institution zusammensetze, lasse sich am besten herausfinden, wenn verschiedene Testläufe gestartet und aus den Auswertungen die richtigen Schlüsse gezogen würden. Als Beispiele nannte Gitz Mailversände, Telefonaktionen, persönliche Anfragen an Sponsoren oder Füllerinserate in Lokalzeitungen. «Fundraising ist lernbar», versicherte Gitz – und angesichts der Spardrucks wohl für manchen Heimleiter und manche Heimleiterin durchaus eine immer wichtiger werdende Option. ■

Nachgefragt: «Spendengeld ist leichter mobilisierbar für behinderte Kinder als für Erwachsene»



■ Obwohl Fundraising immer professioneller wird, haben Heime Mühe, Gelder zu bekommen. Warum?

Arthur Plotke: Der

Fundraising-Markt in der Schweiz ist hart umkämpft. Heime haben im Unterschied zu den Non-Profit-Organisationen in der Regel wenig Erfahrung im Fundraising. Deren Professionalisierungsgrad hat zugenommen. Entsprechend besteht in den meisten Heimen wahrscheinlich ein gewisser Nachholbedarf, wenn sie mit den seit länger professionell arbeitenden Non-Profit-Organisationen konkurrieren möchten.

■ Welche Folgen hat das?

Plotke: Entscheidend für die Erfolgsaussichten ist, welche Klientel in einem Heim betreut wird, welche Leistungen erbracht werden und wie die Finanzierung aussieht. Für behinderte Kinder lässt sich beispielsweise leichter Spendengeld mobilisie-

ren als für Erwachsene. Und humanitäre Organisationen können einfacher Spender mobilisieren als Krankenheime, die stark durch öffentliche Beiträge und Krankenversicherungen finanziert werden.

■ Welche Strategie sollten Heime beim Fundraising verfolgen?

Plotke: Es gibt keine Patentrezepte. Jedes Heim hat eine spezifische Ausgangslage, die es zu analysieren gilt. Je nach Auftrag, Kerndienstleistung und Umfeld bestehen unterschiedliche Ansatzpunkte für das Fundraising. Erfolg versprechend sind entsprechend massgeschneiderte Lösungsansätze, die auf einer klaren Positionierung des Heims und einer kohärenten Fundraising-Strategie beruhen.

■ Sollen Heime eher auf Sachleistungen oder auf Geld fokussieren?

Plotke: Vorab gilt es zu klären und zu definieren, wie oder womit sich das Heim auf dem Spendenmarkt verkaufen möchte. Der Aufhänger wie beispielsweise ein Bauvorhaben, eine

spezielle Dienstleistung oder ein Fahrzeug ist dann abhängig von der Kampagne und der Botschaft, die transportiert werden soll. Wichtig ist, dass sie zum Heim passt und dass der Aufhänger Sympathie erweckt ist.

■ Welchen Einfluss hat die demografische Entwicklung auf den Spendenertrag für Heime?

Plotke: Grundsätzlich zeichnet sich in der Schweiz ein stärkeres Wachstum des Alterssegments ab. In der Tendenz sind Menschen ab 50 die aktiveren Spender. Trotzdem lässt sich langfristig betrachtet kein echtes Wachstum des Spendenmarktes beobachten. Zudem ist offen, ob zukünftig ältere Menschen auch wirklich mehr Geld zum Spenden zur Verfügung haben. Gerade im Hinblick auf die zukünftige Finanzierung in der Alterspflege wird sich noch zeigen, wie viel Geld von den Klienten selbst beigetragen werden muss. Die Rechnung ist also nicht so einfach zu machen.

Arthur Plotke ist Geschäftsführer des Schweizerischen Fundraising Verbandes.