

PRESSEINFORMATION

Erfolg durch Transparenz Nachhaltiges Stiftungsmanagement sorgt für Vertrauen bei den Spendern

„Immer mehr Stiftungen und andere gemeinnützige Organisationen bearbeiten den Spendenmarkt in Deutschland“, beobachtet Birgit Quiel von PROFUNDUS Stiftungsberatung und Stiftungsmanagement.

Das Spendenvolumen in den letzten Jahren sei zwar nur leicht gestiegen, doch bleibe mit jeder Neugründung rein rechnerisch für jede Organisation weniger Geld im Topf. Die Expertin empfiehlt den gemeinnützigen Einrichtungen deshalb vor allem, ein nachhaltiges Stiftungsmanagement mit entsprechender Transparenz zu betreiben: „Nur wenn die Nachhaltigkeit garantiert und dokumentiert ist, kann das Vertrauen der Spender im Wettbewerb langfristig gewonnen werden.“

Oestrich-Winkel, im Mai 2008. Wie profiliere ich eine Stiftung? In Deutschland gibt es davon über 15.000 – mit unterschiedlicher Ausrichtung. Birgit Quiel, Inhaberin von PROFUNDUS Stiftungsberatung und Stiftungsmanagement, sieht darin sowohl eine Problematik als auch eine Chance. Wenn eine Stiftung beispielsweise den Tierschutz fördert und bereits die dritte Stiftung ist, die im regionalen Umfeld aktiv ist, wird sie sich mit entsprechenden Marketingmaßnahmen konkret von ihren Mitbewerbern abgrenzen müssen. Der potenzielle Spender muss auf Anhieb erkennen können, ob die Stiftung mit ihrer Ausrichtung auch seine Ziele (bedrohte Tierarten, ein bestimmtes Tierheim, heimische Waldtiere, Tiere in Afrika, oder andere) unterstützt. Außendarstellung und -auftritt sind dabei ebenso von Bedeutung wie der Nachweis über den Verbleib der Spendengelder. Der Spender fordert eine lückenlose Dokumentation, wie sein Geld eingesetzt wurde und vor allem, was damit erzielt wurde. Den Wirkungsgrad bzw. ob eine Stiftung ihre gesteckten Ziele erreicht hat, kann sie dem potenziellen Spender u. a. mittels Evaluation nachweisen. Mit dieser Transparenz wandelt man Einmalspender in Dauerspender und gewinnt neue Förderer hinzu. Entsprechende Kommunikation und PR-Arbeit sorgen dafür, dass sich Stiftungen erfolgreich am Markt positionieren und ihre Mission und Vision deutlich zum Ausdruck bringen können.

Die meisten Stiftungen haben aber dies bislang vernachlässigt, berichtet Quiel. „Seriosität und ein transparente Umgang mit den Spendengeldern ist ein wichtiges Merkmal erfolgreicher Stiftungen.“ Im Grunde lassen sich nach ihrer Analyse Stiftungen mit Markenprodukten vergleichen: Der Spender will eine Marke mit entsprechendem Markenversprechen „kaufen“. Es gilt, dieses Markenversprechen in Abgrenzung zu den Wettbewerbern zu formulieren und natürlich entsprechend beim Spender einzulösen. Kunden strafen durch Kaufboykott Firmen, die ihr Versprechen in den Punkten Qualität, Preis,

Garantie und weiteren nicht ausreichend einlösen. Ein Spender handelt nicht anders.

Es mag sicher den einen oder anderen Spontanspender geben – in der Regel aber hat jeder Spender bereits eine konkrete Vorstellung, was er mit seinem Geld Gutes tun möchte. Das bedeutet im Umkehrschluss:

- a) dass eine üppige Stiftungslandschaft es dem potenziellen Spender einfacher macht, seine Geld zielgerichtet einzusetzen, und
- b) dass eine Stiftung im Fundraising eine sehr genaue Zielgruppenanalyse durchführen muss, um effektiv und „gewinnbringend“ zu arbeiten.

Dies hat auch der Verein der „Freunde des Bikur Cholim Hospital e. V.“, Berlin erkannt. Das Bikur Cholim Krankenhaus liegt im Herzen Jerusalems und ist eines der ältesten öffentlichen Krankenhäuser Israels. Besonderes Merkmal ist, dass es Patienten aller Nationen und Religionen aufnimmt. Ob ein Patient Jude, Muslim oder Christ ist, spielt hier keine Rolle.

Speziell die Station der Frühgeburten verdient besondere Aufmerksamkeit. „Der Verein benötigt jetzt dringend Spendengelder, um neue medizinische Geräte für die Station zu kaufen“, sagt Stiftungsmanagerin Birgit Quiel. Sie unterstützt den Verein bei der Suche nach Spendern und Förderern. „Mir ist es eine Herzensangelegenheit, die Menschen in Deutschland von der Notwendigkeit einer Spende zu überzeugen. Denn damit werden in Israel die Leben von vielen Babys aller Religionen gerettet.“ Sie sorgt dafür, dass die Ziele und Arbeitsweisen des Vereins richtig kommuniziert und so neue Spender gewonnen werden. Die damit einhergehende Transparenz gehört zum Selbstverständnis des Vereins.

Der Grundsatz „Tue Gutes und Rede darüber“ ist zwar durchaus beim Vermarkten und in der Eigendarstellung einer Stiftung von Bedeutung – um aber etwas vermarkten zu können, bedarf es, wie bei jedem Wirtschaftsunternehmen auch, geeigneter Marketingmaßnahmen. Dies gilt im Weiteren auch für die Bereiche Stiftungscontrolling, Öffentlichkeitsarbeit, Corporate Governance und weiterer.

Mit diesen richtig angewendeten Tools kann jede Stiftung auf den für sie optimalen Weg gebracht werden.

Hintergrund.

Birgit Quiel weiß, wovon sie spricht: Nach fünf Jahren als Assistentin wurde sie 1999 zur Leiterin der Stiftung zur Förderung der European Business School und zur Assistentin des Stiftungsvorstandes an der European Business School gGmbH (EBS) in Oestrich-Winkel berufen.

Von 2004 bis 2006 war Birgit Quiel für die Stiftung Deutsche Sporthilfe in Frankfurt tätig. Mit Hilfe von verschiedenen Events, wie dem Ball des Sportes, wurden die Wirtschaftskontakte der Stiftung ausgebaut. 2006 entschloss sie sich zum ergänzenden Intensivstudium Stiftungsmanagement an der EBS.



Mit ihrem Unternehmen PROFUNDUS Gesellschaft für Stiftungsberatung und Stiftungsmanagement berät Birgit Quiel heute Stiftungen mit unterschiedlichen Ausrichtungen, und fungiert beispielsweise als externe Stiftungsberaterin für ein renommiertes Privatbankhaus.

Für weitere Rückfragen.

Direkter Kontakt:

Birgit Quiel
PROFUNDUS
Mail: birgit.quiel@pro-fundus.de
Home: www.pro-fundus.de

Presserückfragen bitte an:

PR COMMANDER GmbH
Boris Trelle
Tel.: 0421 / 277 4054
Mail: cbt@pr-commander.de
Home: www.pr-commander.de