



StiftungSchweiz

2022

Jahresbericht 2022

Spenden, fördern, freuen.

29 800

aktive Besucher:innen im Monat

7'700

Förderstiftungen

6'900

Projektträger

390

aktive Projekte

559'000

Porträtaufrufe im Jahr

39

Kunden- und Kundinnen-Interviews

Stand 31.12.2022

2022

Inhalt

S. 4_5

Bericht des Verwaltungsrates

S. 6_7

Bericht der Geschäftsleitung

Das Team von StiftungSchweiz

S. 8_9

Rückblick 2022

S. 10_11

Ausblick 2023

Impressum

Breit abgestützt für eine wirkungsvolle Vernetzung

Im Jahr 2022 legte StiftungSchweiz in mehrfacher Hinsicht die Basis für die Zukunft. Im Fokus stand die Erweiterung des Aktionariats und die Neubesetzung der Geschäftsleitung. Das Jahr zeigte zudem, was wir können und was bereits funktioniert. Die Stiftungs- und die Spendenplattform sind ebenso am Markt etabliert wie «The Philanthropist» und das Spendenmagazin. Das Jahr 2022 war auch von Krisen, wie dem Krieg in der Ukraine geprägt. Mit Themenseiten stellten wir während dieser und folgenden Krisen das grosse Engagement durch den Dritten Sektor dar, boten Orientierung und aktivierten Spender:innen.

«Die Idee ist schlicht, aber visionär – mit digitalen Tools die Philanthropie vereinfachen. StiftungSchweiz ermöglicht gemeinnützigen Organisationen, sich auf ihren Zweck zu fokussieren. Wir fördern mit der Plattform den direkten Austausch im Sektor und sorgen für mehr Transparenz. Das effektive Spenden schafft Mehrwert für die Gesellschaft. Seit der Gründung von StiftungSchweiz arbeiten wir beharrlich und mit Begeisterung an diesem Ziel. Mit den wichtigen Entscheidungen im vergangenen Jahr stellten wir die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft.»

Christoph Weber, Präsident des Verwaltungsrates



Erweiterte Trägerschaft

Die Zürcher Kantonalbank ist die Hauptaktionärin von StiftungSchweiz. Sie stieg vor vier Jahren beim Start-up ein. 2022 wurde das Aktionariat erweitert. So beteiligt sich seit Juli auch ein breit aufgestelltes Stiftungskonsortium an StiftungSchweiz. Diesem gehören namhafte Förderstiftungen an: Age-Stiftung, Arcanum Stiftung, Ernst Göhner Stiftung, Gebert Rüt Stiftung, Green Leaves Educaion Foundation, Minerva Stiftung, Stiftung Mercator Schweiz und Velux Stiftung. Als Technologiepartnerin ergänzt die Fondation Botnar das Konsortium. Ausserdem übernimmt SwissFoundations, der Verband der Schweizer Förderstiftungen, die Koordination des Konsortiums. Im Verwaltungsrat ist das Stiftungskonsortium durch Pascale Vonmont, Direktorin der Gebert Rüt Stiftung, Vorstandsmitglied von SwissFoundations und profunde Kennerin des Sektors, vertreten. Roger Wüthrich-Hasenböhler, Chief Digital Officer der Swisscom, ergänzt den Verwaltungsrat mit seiner ausgewiesenen Technologie- und Digitalkompetenz. Dieser neu zusammengesetzte Verwaltungsrat begleitet seit Oktober die nächste Etappe von StiftungSchweiz.

Jahr des Umbruchs

Das Jahr 2022 war für StiftungSchweiz ein Jahr des Umbruchs. Dank der frühzeitigen Jahresplanung konnten wir mit einem professionellen Verfahren die Nachfolge des Firmengründers Peter Buss angehen. Mit Stefan Schöbi fanden wir die ideale Person, um die Zukunft unseres Unternehmens zu gestalten. Stefan Schöbi bringt viel Erfahrung im Aufbau von Multi-Stakeholder-Plattformen und digitalen Businessmodellen mit. Als Kopf hinter dem Migros-Pionierfonds kennt er die Herausforderungen beim Aufbau philanthropischer Initiativen. Er bewegt sich seit vielen Jahren im gemeinnützigen Sektor und bringt gleichzeitig wichtige Impulse von ausserhalb mit. Gemeinsam werden wir das Ökosystem der Philanthropie weiterentwickeln und dazu beitragen, dass wir einen Mehrwert für den Dritten Sektor in der Schweiz leisten können.

Transparenz und Mitwirkung

Wir gehen den Weg nicht allein. Deshalb erweiterten wir im Jahr 2022 das Aktionariat. Damit setzen wir ein klares Zeichen, dass wir nicht nur Leistungen für den Dritten Sektor anbieten. Die Plattform ist ein Angebot an die Vertreter:innen des Sektors, diesen gemeinsam weiterzuentwickeln. Denn StiftungSchweiz versteht sich als eine Bewegung. Wir werden nur erfolgreich sein, wenn sich die Akteure und Akteurinnen selbst einbringen und wir uns gemeinsam in der Stiftungslandschaft einsetzen. Das bedeutet aber nicht, dass wir warten, bis Ideen und Inputs kommen. Vielmehr sind wir weiterhin die treibende Kraft und setzen neue Impulse, denn unser Anspruch an uns selbst ist, den Dritten Sektor weiterzubringen.



Entschlossen, gemeinschaftlich und mit voller Kraft voraus!

Das Jahr 2022 markiert für StiftungSchweiz den Aufbruch in die nächste Etappe, die von einem nachhaltigen Miteinander im Sektor geprägt sein soll. Und ebenso von einem entschlossenem Blick nach vorn.

Im Zentrum steht unser konkretes Angebot: Es wird künftig nicht nur mittelsuchende Organisationen, sondern insbesondere auch Vergabestiftungen ansprechen und diese aktiv auf der Plattform einbinden. Diese Positionierung war zwar immer Ziel von StiftungSchweiz, wurde aber bisher nicht erreicht. Der wichtigste Meilenstein für diesen Durchbruch ist, dass mehrere Förderstiftungen ins Konsortium und somit ins Aktionariat einstiegen.

Als neuer CEO darf ich das Unternehmen seit dem 1. November in die nächste Etappe führen – zusammen mit einem starken Team, das an die Idee hinter StiftungSchweiz glaubt. Mein Team ist motiviert, die Herausforderungen, die vor uns liegen, anzupacken. Uns ist klar: Das ambitionierte Ziel können wir nur durch gemeinsame Anstrengungen erreichen. Und dazu blicken wir entschlossen nach vorn.

Eine wichtige Voraussetzung für den nachhaltigen Erfolg ist eine solide betriebswirtschaftliche Grundlage. StiftungSchweiz strebt neben einem zeitgemässen Nutzererlebnis auch einen mittelfristig kostendeckenden Betrieb an – diese beiden Ziele zu verbinden, muss uns künftig noch besser gelingen. Deshalb werden wir die Weichen für eine tragfähige wirtschaftliche Basis zügig stellen.



Vor allem aber steht die partnerschaftliche Zusammenarbeit innerhalb des Sektors im Vordergrund, wenn die Vision von StiftungSchweiz Wirklichkeit werden soll. Wir stimmen uns bereits regelmässig mit **SwissFoundations**, dem Branchenverband der Förderstiftungen, ab. Ausserdem ziehen wir am selben Strick wie das **Center for Philanthropy Studies (CEPS)**, mit dem wir bereits gemeinsame Interessen ermittelten. Doch das ist nur der Anfang. Mittelfristig sollen alle relevanten Akteur:innen eingebunden werden. Nur so werden wir dem Anspruch gerecht, die Plattform für den gemeinnützigen Sektor zu werden.

Das Team von StiftungSchweiz

Moritz Brunner Digital Marketing seit Juni 2020 / **Anne-Marie Buss** HR & Finanzen, Juni 2013 bis Februar 2023 / **Caroline Buss** Operations & Compliance, März 2019 bis Februar 2023 / **Peter Buss** CEO, Juni 2013 bis Februar 2023 / **Claire de Trey-Freymond** Product Development seit Oktober 2020 / **Claudia Dutli** Medien & Kommunikation, Verlagsleiterin The Philanthropist seit Oktober 2018 / **Abel Monjardin*** International Development, Januar 2020 bis Oktober 2022 / **Susanne Sugimoto*** Redaktionsleiterin The Philanthropist seit April 2019 / **Takashi Sugimoto*** Redaktionsleiter The Philanthropist seit April 2019 / **Stefan Schöbi** CEO seit November 2022 / **Mike Danthine*** Entwicklung seit Januar 2018 / **Fabio Duo*** Leitung Entwicklung seit Juni 2013 / **Clau Isenring*** Text seit April 2019 / **Israel Moreno*** Design seit April 2019 / **Stephanie Pfenniger*** Markenstrategie & Kommunikation seit Februar 2019 / **Fabienne Angst** Sales seit Juli 2022 / **Maurice Marzolf** Sales, Juli 2022 bis Februar 2023 / **Julijana Stula** Marketing seit Januar 2022 / **Cyril Jocz** Support & Administration seit Juli 2021 / **Sarah Biernat** Outbound Customer Agent, April 2021 bis Februar 2022 / **Yara Miescher** Datenqualität & Marketing seit Oktober 2022 / **Jaime Obererle** IT-Support seit Juni 2013 / **Anne Mayer** Customer Success seit April 2021 / **Tais Okai** Content & Social Media seit Dezember 2021 / **Corinna Seiter*** International Development, Januar 2021 bis Oktober 2022 / **Salome Stäubli*** Fundraising Beratung seit Januar 2021

* im Mandat



Ein fester Platz in der Schweizer Philanthropie



Geschützte Marke

Neu ist StiftungSchweiz in der Schweiz als Bildmarke und als kombinierte Wort-Bildmarke eingetragen, in der EU als Bildmarke. Damit unternahmen wir einen wichtigen Schritt, die Marke und damit den Auftritt sowie die Unverwechselbarkeit des Unternehmens und seiner Dienstleistungen zu schützen.

Attraktive Porträts

StiftungSchweiz verbesserte 2022 die Darstellung von Organisationen auf der Plattform. In der Nutzerführung wie auch im Hinblick auf die technische Performance zeigen die Optimierungen messbare Resultate: Die Absprungrate wurde dank dieser Massnahmen reduziert. Auch die Porträts auf der Spendenplattform erfuhren ein Redesign. Neu kann jede Organisation ihr Porträt an prominenter Stelle mit einem individuellen Spendenaufwurf aufwerten – wie dies von den Projektträger:innen ausdrücklich gewünscht wurde. Mit eigenem Titelbild und zusätzlichen Bildern oder Videos können die Organisationen zudem ihren Auftritt emotional aufwerten.

Eine klare Orientierungshilfe für alle Nutzer:innen der Plattform bieten die 17 Sustainable Development Goals (SDGs). Seit Juni 2022 können die Organisationen ihr Porträt mit den SDGs versehen und so kennzeichnen, welche der 17 Nachhaltigkeitsziele der UNO sie mit ihren Engagements unterstützen.

Aus dem Sektor für den Sektor

Neu tritt StiftungSchweiz noch intensiver mit den Nutzer:innen in Kontakt. Neue Angebote werden co-kreativ erarbeitet. Zudem entwickeln wir das bestehende Angebot weiter, indem wir verschiedene Akteure und Akteurinnen einbeziehen. Im Dezember haben wir uns deshalb als Team in der Disziplin **Customer Centricity** weitergebildet. Im Zuge dieser Methode befragten wir die Förderstiftungen dazu, welche Angebote sie heute auf der Plattform stiftungschweiz.ch vermissen. Die Antworten bilden die Grundlage für unsere aktuelle Entwicklung und künftige Ausrichtung.

Schnelle Reaktion

Auf Katastrophen und unerwartete Ereignisse müssen gemeinnützige Organisationen umgehend reagieren. Dies verlangt von StiftungSchweiz die Fähigkeit, dieses Engagement des Sektors auf der Plattform abzubilden und entsprechend aktuell zu halten. Als Reaktion auf den russischen Angriffskrieg auf die Ukraine wurden zahlreiche gemeinnützige Organisationen unmittelbar und auf unterschiedliche Weise aktiv. Das StiftungSchweiz-Team reagierte prompt mit der Aufschaltung einer dedizierten Themenseite. Diese bietet eine Übersicht über Projekte und Organisationen, die in und für die Ukraine aktiv sind. Eine Dienstleistung, die grossen Anklang im Sektor fand. Die Anzahl der Seitenaufrufe der Spendenplattform stieg um 200 Prozent und die Spendensammlungen konnten gesteigert werden.

Erfolgreiche Kampagnen

Zu Ostern lancierte StiftungSchweiz eine Kampagne, um die Markenbekanntheit zu steigern. Dabei setzte diese den Stil der Weihnachtskampagne 2021 fort. Mit einem engen Online-Werbudget von 1500 Franken konnten 170 000 Impressionen generiert werden. Weitere grössere und kleinere Kampagnen warben über das Jahr für die Spendenplattform. Auch den internationalen Aktionstag GivingTuesday nutzte StiftungSchweiz für eine eigene Kampagne. Die Mitarbeitenden zeigten sich als Privatspender:innen und stellten ein Projekt vor, das sie unterstützen.

Zur Weihnachtszeit schaltete StiftungSchweiz ausserdem eine interaktive Weihnachtsseite. Auf xmas.stiftungschweiz.ch sammelten über 2800 Besucher:innen Inspiration für ihre Weihnachtsspende. Die Seite präsentierte 30 ausgewählte Organisationen, die in unterschiedlichen Gebieten aktiv sind. Die Seite lud die Besucher:innen zum Verweilen ein. So blieben sie viermal so lange darauf als auf den üblichen Seiten. Die Kampagne mit Weihnachtvideo steigerte die Sichtbarkeit der Plattform und der Organisationen.



Interne Veränderungen

Im vergangenen Jahr gab es einige personelle Veränderungen. Anfang November übernahm Stefan Schöbi die Verantwortung als CEO von Firmengründer Peter Buss. Im Verkauf, in den Partner Solutions, in der Administration und im Rechnungswesen wurden zusätzliche Kapazitäten aufgebaut, um das bestehende Team zu entlasten und Nachfolgelösungen vorzubereiten. Unseren Gründer Peter Buss verabschiedeten wir feierlich in unserer Team-Retraite, die im Oktober in Aarau stattfand. An dieser Stelle sagen wir «Danke» – und «Chapeau»!



Ausbau der Community

Auch im vergangenen Jahr konnte StiftungSchweiz auf eine treue Community bauen. Diese begleitete die Entwicklung nahe mit. Über die verschiedenen Kommunikationskanäle bleibt StiftungSchweiz mit ihr verbunden und erfreut sich über ihr grosses Interesse. So zählen StiftungSchweiz und «The Philanthropist» zusammen über 6 800 Follower auf den Social-Media-Kanälen. Mit den Newslettern erreichen sie über 31 000 Leser:innen. Die Community ist für StiftungSchweiz zentral. Deshalb möchten wir den aktiven Austausch in Zukunft noch weiter verstärken.

Die Stimme der Gemeinnützigkeit

«The Philanthropist» hat sich als Titel für den Sektor etabliert. Im Jahr 2022 legte er markant an Reichweite zu. Ende September verzeichnete das **Onlinemagazin** mit über 15 000 Besucher:innen einen neuen Rekordwert und eine Steigerung von 180 Prozent gegenüber dem Jahresanfang. Die konsequente crossmediale Ausspielung der Inhalte hat sich bewährt. Neben dem wöchentlichen Newsletter-Briefing teilen wir die täglichen News von thephilanthropist.ch auf **LinkedIn**. Diese Posts erhalten viel Aufmerksamkeit. So überschritten wir Ende Oktober konnte die Marke von 3 000 Followern, was eine Steigerung von 181 Prozent gegenüber dem Jahresbeginn bedeutet. Im Vergleich mit den «Mitbewerbern» aus der Branche liegt «The Philanthropist» hinter SwissFoundations auf Platz zwei, vor dem CEPS. StiftungSchweiz folgt auf dem vierten Platz vor DIE STIFTUNG und Fundraiso. Gemessen an den organischen Inhalten und dem Engagement führt «The Philanthropist» das Ranking klar an.

Internationale Auszeichnung

Am 22. Juli 2022 wurde «The Philanthropist» zum dritten Mal seit seiner Lancierung international ausgezeichnet. Bei dem Content Marketing Award (CMA) erreichte der Titel in der Kategorie «Integrated Content Marketing Program» (Print/Digital Integration) den zweiten Rang. Die US-amerikanischen CMA sind der grösste und älteste internationale Content-Marketing-Wettbewerb, für den im Jahr 2022 fast 1000 Projekte eingereicht wurden. Das Content Marketing Institute, das die Auszeichnung verleiht, ist die weltweit führende Contentmarketing-Organisation.

Augenmerk auf die Schweiz

Ein fast dreijähriges Experiment schlossen wir Ende Oktober ab, indem wir die Abteilung «International Development» auflösten. Abel Monjardin und Corinna Seiter haben sich entschlossen, ihren Weg auf eigene Faust und ausserhalb von StiftungSchweiz fortzusetzen, begleitet von Gründer Peter Buss. Wir bedanken uns für das Engagement und wünschen dem Spin-off viel Erfolg auf der weiteren Reise. Die Entscheidung ermöglicht es StiftungSchweiz, sich wieder stärker auf die Schweiz zu konzentrieren.

Stiftungsbarometer mit neuem Kooperationspartner

2022 erschien das **Schweizer Stiftungsbarometer** zum dritten Mal. Für die Ausgabe 2022 stiess mit proFonds ein dritter Kooperationspartner zu DIE STIFTUNG und StiftungSchweiz. Der Dachverband gemeinnütziger Stiftungen der Schweiz unterstützt Stiftungen in inhaltlichen Fragen und verstärkt deren Wahrnehmung in der Öffentlichkeit dank einer breiten Kommunikation. Die nationale Stiftungsumfrage erreichte 2022 bei 2000 schweizweit befragten Stiftungen eine Teilnehmerrate von acht Prozent. Die Ergebnisse flossen in die Programmgestaltung des Schweizer Stiftungstags von ProFonds vom 9. November 2022 ein.



Philanthropie gemeinsam gestalten

Das Jahr 2023 wird ganz im Zeichen der gemeinsamen Gestaltung stehen. Die Weiterentwicklung und Optimierung der Plattform mit ihren Produkten und Dienstleistungen, das Datenleitbild sowie die Themengestaltung und Informationsvermittlung sollen zunehmend im gemeinsamen Austausch entstehen.



Gesucht: «Hungry Transformers»

Die Plattform stiftungschweiz.ch ist etabliert. Nun gilt es, sie gemeinsam weiterzuentwickeln. Die am Konsortium beteiligten Förderstiftungen sollen stärker in die Entwicklung von StiftungSchweiz eingebunden werden. Die Entwicklung des neuen Leistungskatalogs erfolgt co-kreativ zusammen mit Exponent:innen des Sektors, die eine gestaltende Rolle einnehmen möchten: den «Hungry Transformers».

Mitgestalten

Mit dem Aufruf «Mitdenken – Philanthropie gestalten» will StiftungSchweiz die Förderstiftungen, Non-Profit Organisationen und andere Engagierte ermutigen, ihre Meinung mitzuteilen und ihrer Stimme Gewicht zu geben. Ein gemeinsames Vorgehen fördert das Schaffen von Mehrwert – gerade im gemeinnützigen Sektor.

Daten: hilfreich und sicher

Als Vernetzungsplattform ist für StiftungSchweiz der Umgang mit Daten sehr wichtig. Richtig genutzte Daten können einen Mehrwert für die Beteiligten bringen. Sie bergen viel Potenzial, bedeuten aber auch Verantwortung. Deswegen entwickelt StiftungSchweiz ein Datenleitbild. Martin Steiger, Spezialist für Recht im digitalen Raum, wird uns bei der [Entwicklung der Beta-Version](#) begleiten.



Diskussionen anregen

StiftungSchweiz will künftig Themen rund um die Philanthropie und darüber hinaus ansprechen und zu Diskussionen anregen. Mit dem Print- und Onlinemagazin «The Philanthropist» verfügt sie über ein geeignetes Medium, um Studien, Recherchen und Whitepapers aufzugreifen, einzuordnen und zu publizieren. So können die in der Forschung gewonnenen Erkenntnisse übersetzt und einer erweiterten Leserschaft zugänglich gemacht werden. Die Gedanken können zum Vernetzen und Weiterarbeiten anregen, eine Wirkung in der Praxis erzielen und so Mehrwert für den ganzen Sektor schaffen.

Impressum:

Copyright © 2023 Philanthropy Services AG; alle Rechte vorbehalten

Herausgeberin: Philanthropy Services AG, Rittergasse 35, 4051 Basel, im Mai 2023

Geschäftsführung: Stefan Schöbi

Konzeption und Koordination: Claudia Dutli

Redaktion: Susanne Sugimoto, Takashi Sugimoto, Stefan Schöbi, Claudia Dutli

Gestaltungskonzept und Umsetzung: Israel Moreno, Melanie Cadisch, Claudia Dutli

Lektorat/Korrektur: Supertext

Bilder/Illustrationen: unsplash, Adam Higton, StiftungSchweiz, Pascale Florio



StiftungSchweiz

Die Philanthropie digital erleben: stiftungschweiz.ch