

2022

Jahresbericht 2023

2023

Inhalt

S. 4_6

Bericht des Verwaltungsrates

Bericht der Geschäftsleitung

Team StiftungSchweiz

S. 7_9

IT & digitale Kernleistungen

S. 10

Services & Webinare

S. 11

Kommunikation & Medien

S. 12

Marketing & Sales

S. 13

AI in Everyday Philanthropy mit Learning Journey

Impressum

Neue Wege und bewährte Werte: Ein Jahr des Übergangs

2023 war ein wichtiges Jahr für StiftungSchweiz. Es hat die Grundlagen für die Zukunft gelegt – wohl überlegt, aber ebenso zielstrebig, rasch und konsequent. Von der grundsätzlichen Kundenzentrierung, dem gezielten Brush Up für den Philanthropist, den zentralen Ergänzungen der Plattform um neue Angebote bis hin zum vereinfachten Zugang und der Einführung einer Freemium-Stufe: Das alles hat ein motiviertes Team um den neuen CEO in nur zwölf Monaten aufgebaut. Es bildet nun den Boden, auf dem die Zukunft von StiftungSchweiz gebaut wird.

Das Jahr 2023 hat gezeigt, dass unsere Entscheidung, das Aktionariat zu erweitern und starke Partnerschaften einzugehen, richtig war. So konnten wir die Zusammenarbeit mit SwissFoundations, dem Verband der Schweizer Förderstiftungen, im September für die kommenden drei Jahre auf eine solide Basis stellen.

Zusammen kommt man weiter

Unsere Rolle als Integratorin verstehen wir als offene Tür gegenüber allen Akteur:innen im Sektor: Unsere Mission verfolgen wir zusammen mit mittlerweile 23 Partnerorganisationen, die Mehrwerte für die gemeinnützige Schweiz beisteuern – Mehrwerte, die sich einer regen Nachfrage erfreuen. Dass unser Portal inzwischen deutlich mehr Zugriffe verzeichnet als noch vor einem Jahr, erstaunt vor diesem Hintergrund nicht.

Technologie für Nonprofits

Die zweifellos am stärksten auf die Zukunft gerichtete Initiative von StiftungSchweiz fokussiert auf Künstliche Intelligenz. Handelt es sich dabei um viel heisse Luft oder eine bahnbrechende Neuerung? Die Initiative «AI in Everyday Philanthropy» möchte eine faktenbasierte Auseinandersetzung ermöglichen und eine fundierte Diskussion rund um Künstliche Intelligenz und Philanthropie eröffnen. Herzstück der Initiative bildet eine Learning Journey in 5 Werkstätten als anwendungsorientierte Weiterbildung, die im Dezember gestartet ist.

Die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft sind also gestellt und ich bin zuversichtlich, dass die strategischen Entscheidungen, die wir 2023 getroffen haben, den richtigen Weg für StiftungSchweiz vorzeichnen.

Für mich persönlich war 2023 auch ein Jahr des Abschieds und der Weitergabe. Mit Stolz und einem Gefühl tiefer Dankbarkeit übergebe ich das Amt des VRP an Florence Schnydrig Moser, Leiterin Private Banking der Zürcher Kantonalbank. Meine Nachfolgerin bringt nicht nur eine herausragende Expertise aus dem Finanzsektor mit, sondern auch eine frische Perspektive, die StiftungSchweiz auf dem weiteren Weg gut tun wird.

«Mit mittlerweile 23 Partnerorganisationen stärkt StiftungSchweiz den Dritten Sektor, und zwar mit konkreten Angeboten, die Mehrwerte schaffen – das ist ein Meilenstein, der die Richtung weist.»



Christoph Weber, Präsident des Verwaltungsrates

Gemeinsam wachsen: als Dienstleister und Integrator am Start

Die Grundlage für das «neue StiftungSchweiz» ist gelegt: Digitale Kernleistungen, die die Perspektiven von Nonprofits und Funders ausgewogen einbeziehen. Ein Angebot an Services und Webinaren, das auf die Bedürfnisse beider Seiten zugeschnitten ist. Ein neues Büro im Bahnhof Basel SBB. Vor allem aber ein kleines und motiviertes Team mit klaren Zuständigkeiten, zeitgemässen Instrumenten und einer überzeugenden Mission.

Nichts bringt das vergangene Jahr besser auf den Punkt als unser neuer Claim, den wir seit Juni auf allen Kommunikationsmitteln einsetzen: gut vernetzt mehr bewirken. Mit dieser Mission möchten wir den gemeinnützigen Sektor tatkräftig vorwärtsbringen. Denn in einem Punkt sind sich alle Akteur:innen einig: Das Potenzial für mehr Zusammenarbeit, eine Vereinfachung der Prozesse und eine stärkere und gleichwohl wirkungsorientierte Nutzung digitaler Technologie ist in der gemeinnützigen Welt nach wie vor sehr gross. Unser Beitrag ist dabei die Technologie, und zwar auf eine abgestimmte, sichere und verantwortungsvolle Weise.

Free, Starter, Pro und Partner

Mit den drei grossen Releases des vergangenen Jahres – «Big Spring», «Indian Summer» und «Harvest Moon» – haben wir unsere IT-Prozesse komplett überarbeitet und entwickeln neue Features inzwischen deutlich effektiver, mit einer höheren Stabilität und stärkeren Einbindung der Nutzer:innen.

Stark ausgebaut haben wir die digitalen Kernleistungen: Die bisherigen Elemente «Recherche» und «Spenden» wurden im Juni bzw. November 2023 um die beiden auch für Funders zentralen Angebote «Netzwerk» und «Gesuchsmanagement» erweitert und das gesamte Angebot damit mehr als verdoppelt.

Die grösste Veränderung war aber unzweifelhaft unser vereinfachtes Angebotsmodell mit den Stufen Free, Starter, Pro und Partner im September 2023. Während die Stufen Starter und Pro nicht weniger als 8 bisherige Abonnemente ablösen, haben wir die Freemium-Stufe mit einem kostenlosen Basisangebot neu eingeführt und am anderen Ende der Skala die ebenso neue Partner-Stufe. Letztere ist auch Voraussetzung für die Nutzung des Gesuchsmanagements als Funder. Die hohe Anzahl der Zugriffe auf die Plattform zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Dienstleistungen mit Empowerment-Ansatz

Unsere Vision einer wirkungsorientierten, effizienten und kooperativen Philanthropie erreichen wir, indem wir die Akteur:innen aktiv begleiten. Genau hier setzen unsere Trainings an, die wir seit Herbst in Form von Webinaren zusammen mit Partnern aufbauen. Dazu zählt insbesondere unser strategischer Partner (und Aktionär) SwissFoundations, doch auch eine wachsende Zahl weiterer Partner schaffen mit uns gemeinsam Mehrwerte für den Sektor, sei es im Bereich Förderung, Community, Kommunikation, Innovation, Technologie oder Finanzen. Angebote wie «Effektiver Online-Auftritt für Nonprofits» stossen auf grosse Nachfrage und treffen offensichtlich einen Nerv. Erst im Dezember angelaufen ist unsere «AI Learning Journey», ein neues auf Co-Learning und Co-Creation bauendes Format in Kooperation mit SwissFoundations und der Universität Genf. In diesem Format sehen wir beträchtliches Potenzial, weil wir unsere Technologie und Angebote gemeinsam mit den Akteur:innen des gemeinnützigen Sektors entwickeln möchten.

Das Berichtsjahr haben wir genutzt, um auch unter der Haube für die Zukunft gewappnet zu sein. Teure CRM-Systeme haben wir durch preiswerte und zeitgemässe Werkzeuge ersetzt, durch Insourcing wichtige Kernaufgaben im Team neu organisiert. Erste Effekte dieser Grundlagenarbeit zeigen sich deshalb auch in den Zahlen: Den Ertrag konnten wir gegenüber dem Vorjahr um 30 Prozent steigern, die Kosten im gleichen Zeitraum um ebenfalls 30 Prozent senken. Durch diese Massnahmen kommen wir auch dem Break Even ein gutes Stück näher, auch wenn bis dahin noch viel Arbeit auf uns wartet.

Last but not least: Das Team ist mit viel Motivation am Start, seit September in einem neuen Büro, das zentral im Bahnhof Basel SBB gelegen und auch für Workshops in kleinen Gruppen oder für Trainings per Online-Streaming eingerichtet ist. Die bisherige Abteilungsstruktur haben wir durch einen rollenbasierten Ansatz ersetzt, der die nötige Flexibilität und Geschwindigkeit sicherstellt.



Stefan Schöbi, CEO

Das Team von StiftungSchweiz

Moritz Brunner Digital Marketing seit Juni 2020 / **Claire de Trey-Freymond** Romandie seit Oktober 2020 / **Claudia Dutli** Medien & Kommunikation und Verlag The Philanthropist seit Oktober 2018 / **Susanne Sugimoto*** Redaktionsleiterin The Philanthropist seit April 2019 / **Takashi Sugimoto*** Redaktionsleiter The Philanthropist seit April 2019 / **Stefan Schöbi** CEO seit November 2022 / **Cyril Jocz** Support & Administration seit Juli 2021 / **Fabienne Angst** Partner Solutions seit Juli 2022 / **Anne Mayer** Customer Success seit April 2021 / **Eldina Begic** Rechnungswesen & Administration seit August 2022 / **Yara Miescher** Datenqualität & Content seit Oktober 2022 / **Julijana Stula** Marketing Januar 2022 bis Oktober 2023 / **Tais Okai** Content & Social Media seit Dezember 2021

** im Mandat*



Entwicklung IT & Digitale Kernleistungen

Als Technologieanbieter und Datenhost für die Schweizer Philanthropie hat StiftungSchweiz grosse Schritte gemacht. Doch eine starke digitale Philanthropie erfordert kontinuierliche Innovation und Effizienz.

Lead | Stefan Schöbi

Die Änderungen klingen unspektakulär, haben es aber in sich: Mit dem ersten grossen Release hat StiftungSchweiz einen neuen IT-Entwicklungsprozess eingeführt, der auf den Ansatz und der Methodik von «Shape Up» baut.

Die Shape Up Methodik, entwickelt von Basecamp, beschreibt spezifische Prozesse, die von Produktentwicklungsteams genutzt werden, um Produkte zu gestalten, zu priorisieren und zu entwickeln. Ziel ist es, ein Produkt rechtzeitig zu liefern, indem Risiken und Unbekanntes in jeder Phase der Produktentwicklung adressiert werden. Die Methodik ermöglicht es, effizient innerhalb eines festen Zeitrahmens von sechs Wochen zu arbeiten und gleichzeitig die Autonomie zu bewahren, die starke Lösungen erst ermöglichen.

Durch die Implementierung einer an Shape Up orientierten Methodik konnte StiftungSchweiz einen deutlichen Effizienz-Gewinn verzeichnen. Die drei grossen Releases des Jahres wurden nicht nur pünktlich geliefert werden, sondern die Produkte waren auch qualitativ hochwertig und strategisch ausgerichtet – und dies unter präziser Einhaltung des IT-Budgets.

Die Produktentwicklung fokussierte im Berichtsjahr vor allem auf neue Leistungen für Funders. Mit dem Netzwerk und dem Gesuchs- und Fördermanagement konnten zwei Kernleistungen ergänzt werden. Gleichzeitig wurden auch architektonisch wichtige Entscheide getroffen und die Palette der Drittanbieter stark reduziert.

Eine anspruchsvolle Aufgabe stellte die Umsetzung des neuen Datenschutzgesetzes dar. StiftungSchweiz hat sich entschieden, bewusst über die Minimalanforderungen hinauszugehen und nebst der obligaten Datenschutzerklärung auch ein Datenleitbild einzuführen. Dieses Leitbild soll sicherstellen, dass der Umgang mit Daten nicht nur gesetzeskonform, sondern auch ethisch und verantwortungsvoll ist. Darüber hinaus wurden umfassende technische und organisatorische Massnahmen implementiert, um den gesetzlichen Anforderungen gerecht zu werden. Diese Massnahmen umfassen unter anderem auch die regelmässige Schulung der Mitarbeitenden.

RELEASES 2023

BIG SPRING

Fokus: Netzwerke, Suche, Navigation
Budget: CHF 227 000
Go-Live: 30.5./28.6.2023

HARVEST MOON

Fokus: Gesuchsmanagement
Budget: CHF 60 000
Go-Live: 22.11.2023

INDIAN SUMMER

Fokus: Listen, Free/Starter/Pro/Partner
Budget: CHF 70 000
Go-Live: 6.9.2023

Suche und Listen



Mit der Suche und den damit verbundenen Listen stellen wir ein effizientes Instrument zur Verfügung, das die gezielte Recherche passender Organisationen ermöglicht. Ganz gleich, ob es sich um Nonprofits oder Funders handelt, die vielfältigen Filteroptionen sichern präzise Resultate. Die Listenfunktion bietet umfangreiche Möglichkeiten, die Ergebnisse zu speichern, zu sortieren, zu bewerten und zu kommentieren – auch gemeinsam als Team.

Produktverantwortlicher | Moritz Brunner

Im Laufe des Jahres 2023 haben wir bedeutende Verbesserungen an unserer Suche und den Listen vorgenommen. Sie machen aus den Recherchefunktionen ein intuitives und leistungsfähiges Werkzeug, um gezielt nach Organisationen zu suchen und die Ergebnisse auf effiziente Weise zu organisieren und zu bewerten.

Das Big Spring Release brachte ein vollständiges Redesign der Suchfunktion mit, samt einer neuen Benutzeroberfläche mit optimierter Kombination von Filtern und Textsuche sowie einem verbesserten Algorithmus für präzisere Suchergebnisse. Eine entscheidende Weiterentwicklung war die Listen-Funktion (bisher: Recherchemappe), die es den Nutzer:innen ermöglicht, Suchergebnisse zu speichern, zu verwalten und in privaten oder gemeinsam genutzten Listen zu exportieren.

Diese Listenfunktion lässt sich auch kollaborativ nutzen, indem Suchergebnisse kommentiert, getaggt oder bewertet werden können. Damit unterstreichen wir die Bedeutung der Zusammenarbeit im gemeinnützigen Sektor. Intelligente Listen mit Empfehlungs- und Benachrichtigungsfunktionen sorgen zudem dafür, dass die Nutzer stets auf dem neuesten Stand bleiben und ihre Listen um ähnliche Organisationen erweitern können.

Im Jahr 2024 werden wir die Filter für Wirkungsgebiete weiterentwickeln und weitere Filter einführen. Durch Integration von künstlicher Intelligenz wollen wir die Nutzung der Rechercheinstrumente noch einfacher und die Resultate gleichzeitig präziser machen. Auch die Nutzung über Mobilgeräte wird optimiert.



Netzwerk



Das neue Netzwerkmodul unterstützt die Vernetzung und den digitalen Austausch. Dabei haben Nutzer:innen die Möglichkeit, eigene Netzwerke zu erstellen oder bestehenden beizutreten, seien diese öffentlich, privat oder einer bestimmten Nutzer:innen-Gruppe zugänglich. Das Netzwerk erleichtert Kooperationen oder Förderallianzen, es eröffnet neue Perspektiven und hält Beteiligte über aktuelle Entwicklungen auf dem Laufenden.

Produktverantwortliche | Fabienne Angst

Das Netzwerkmodul ist eine Neuentwicklung, die wir seit Oktober 2022 gemeinsam mit SwissFoundations vorbereitet und im Big Spring Release im Juni 2023 lanciert haben. Um die Bedürfnisse der Nutzer:innen nach Mapping, Informationsaustausch und Koordination besser zu verstehen, führten wir zuerst zwei Dutzend Interviews mit Förderorganisationen, durch. Dabei wurde deutlich: Im Fokus steht ein neues Werkzeug für die verstärkte Kollaboration im digitalen Raum, welches analoge Gefässe sinnvoll ergänzt und unterstützt. Innerhalb von nur vier Monaten wurde das Netzwerkangebot schliesslich konzipiert und in einer Beta-Phase getestet, seit Juni steht es allen Funders und seit September auch Nonprofits und Experts als Teil unseres Angebots zur Verfügung.

Netzwerke bieten eine breite Palette von Anwendungsmöglichkeiten und sind jederzeit zugänglich. Inhalte verschwinden nicht und sind wie in einer Bibliothek stets abrufbar. Ob häufig oder selten genutzt, ein Netzwerk erleichtert den Kontakt, den niederschweligen unkomplizierten Austausch und die sichere Zusammenarbeit – auch durch den Einbezug der neuen Listen-Funktion. Gerade kleinere Organisationen profitieren von den vielfältigen Möglichkeiten und dem einfachen Zugang: Eine kleine Stiftung sagte uns: «Ein solches Produkt öffnet die Welt für uns.» Wir fokussieren dabei auf eine gleichberechtigte Zusammenarbeit zwischen Nonprofits und Funders und stellen das Netzwerk auch innerhalb des Gesuchs- und Fördermanagements als sicheren Kommunikationskanal zur Verfügung.

Kontinuierlich werden die Funktionalitäten nun erweitert und besser auf die Bedürfnisse unserer Nutzer:innen angepasst. Das Netzwerk-Modul hat grosses Potenzial für zukünftige Erweiterungen. Vorerst konzentrieren wir uns auf die Benutzerfreundlichkeit und verbessern die Funktionen rund um zentrale Anwendungsfälle, um die Nutzer:innen noch besser im Alltag zu unterstützen. Dazu gehört eine erweiterte Dateiablage. Mit der wachsenden Zahl von Netzwerken und Inhalten werden zudem Filter-, Tag- und Label-Funktionen wichtiger, die das gezielte Auffinden von Beiträgen leichter machen und die Übersichtlichkeit erhöhen.

Spendenplattform



Auf unserer Spendenplattform finden Spender:innen zielgenau die passende Organisation. Nonprofits ermöglichen wir damit erste Schritte in der Welt des digitalen Public Fund-raisings. Doch auch für Corporates ist die Spendenplattform interessant: Für die Zürcher Kantonalbank durften wir zum dritten Mal eine Weihnachtskampagne begleiten – diesmal unter Einbezug der Mitarbeitenden –, mit der sich die ZKB bei ihren treuesten Kund:innen mit einer Spende bedankt.

Produktverantwortliche | Tais Okai

Mit der Spendenplattform ermöglichen wir Nonprofits, auf unkomplizierte Art und Weise und ohne Zusatzverträge, Kleinspenden bis 3000 Fr. pro Spende zu empfangen. Für die Spender:innen ergibt sich durch das breite Verzeichnis an möglichen Organisationen, Themen und Projekten eine einmalige Auswahl für eine präzise Spende.

Interessant wird die Nutzung dieser vielfältigen Möglichkeiten auch für das sogenannte Corporate Giving. Unternehmen nutzen die Plattform dabei im Rahmen einer Spendenaktion und beziehen Mitarbeitende oder Kund:innen in die Wahl der berücksichtigten Organisationen mit ein. Um die Weihnachtszeit durften wir eine solche Aktion erneut für die Zürcher Kantonalbank (ZKB) durchführen.

Erstmals wurden dabei die Mitarbeitenden der ZKB in die Aktion eng mit einbezogen. Über dreihundert Mitarbeitende haben in einem ersten Schritt über hundert Nonprofits für die Spendenkampagne nominiert. StiftungSchweiz stellte dabei eine technisch reibungslose und kommunikativ persönliche Begleitung sicher. In einem zweiten Schritt haben die Mitarbeitenden der Bank aus den Nominationen die finalen 21 Empfängerorganisationen ausgewählt.

Das Feedback spricht für sich: Eine solche Spendenaktion begeistert, macht freiwilliges Engagement sichtbar und verbindet Mitarbeitende und Kund:innen. Für das kommende Jahr steht ein Relaunch der Spendenplattform an, deren Funktionalitäten grundlegend erweitert werden. Ein nahtloses Spendenerlebnis steht dabei im Mittelpunkt, eine noch stärker spielerische und kampagnenartige Ausrichtung sowie die direkte Anbindung des Spendenmagazins ist zudem beabsichtigt.

Gesuchs- und Fördermanagement



Das Gesuchs- und Fördermanagement bietet eine einfache und intuitive Möglichkeit, Gesuche digital zu erfassen und zu bearbeiten. Der Fokus liegt dabei auf präzisen Anfragen, effizienten Prozessen und einer reibungslosen Kommunikation unter den Akteur:innen. Sowohl Förderorganisationen wie Gesuchssteller:innen behalten dabei stets den Überblick über Zusagen und abgelehnte Gesuche.

Produktverantwortliche | Anne Mayer

Mit der bisherigen sogenannten Vorgesuchsfunktion hatte StiftungSchweiz bereits einen Vorläufer im Einsatz, der nun ersetzt und zu einem vollständigen Gesuchs- und Fördermanagement entwickelt wurde.

Unser Kooperationspartner SwissFoundations hatte den Bedarf nach einem einfachen, intuitiven Werkzeug bereits umrissen. Darauf aufbauend wurde mittels umfangreichen Interviews und sorgfältigen Analysen u.a. von zahlreichen Gesuchsformularen ein eigenständiger Ansatz für das neue Modul entwickelt.

Nach 3-monatiger Entwicklung wurde das Gesuchs- und Fördermanagement im November 2023 als vierte Kernleistung von stiftungschweiz.ch lanciert. Es integriert sich nahtlos auf der Plattform, indem es auf dem Profil eines Nonprofits aufsetzt, auf den hinterlegten Projektinfos aufbaut und die Gesuchstellung auf der Profilseite des Funders startet. Den Kern bildet dabei das neue Datenfeld «Anfrage», welches einen Begleitbrief ersetzt. Nach der Bearbeitung durch den Funder steht das Netzwerk als Kommunikationsinstrument zwischen Förderorganisation und Destinatär:in zur Verfügung.

Die Neuentwicklung soll den Antrags- und Entscheidungsprozess möglichst effektiv und ressourcenschonend gestalten und sowohl Funders wie auch Nonprofits ein leistungsfähiges Werkzeug für den Alltag zur Verfügung zu stellen. Ein guter Überblick über eingegangene oder versandte Gesuche und eine schnelle Orientierung sind dank verschiedenen Statusoptionen und Tags sichergestellt.

Im Fokus der weiteren Entwicklung steht nun der Entscheidungsprozess der Förderorganisation: Die aktuellen Journal-, Kommentar- sowie Up- und Downvote-Funktionen sollen um ein spezielles Entscheidungsmodul ergänzt werden, das den Stiftungsrät:innen das Bearbeiten von Gesuchen und den Austausch von Einschätzungen zusätzlich erleichtern. Zudem wird die Möglichkeit geschaffen, auch Künstler:innen und Individualpersonen eine Gesuchseinreichung zu ermöglichen, sofern die Förderorganisation dies zulässt.

Services & Webinare

Neben den digitalen Kernleistungen unserer Plattform bilden Services und Webinare eine wichtige Brücke zu den Nutzer:innen. Damit begleiten wir unsere Nutzer:innen durch die digitale Transformation, statten sie passgenau mit aktuellem Wissen aus und ermöglichen erfolgreiche Übergänge von analogen zu digitalen Werkzeugen. Empowerment heisst unser Ansatz – sei es in Webinaren oder gezielten Services.

Lead | Stefan Schöbi

Seit der Einführung der Webinare im August haben wir bereits über hundert Teilnehmende erreicht und mit aktuellem Fachwissen ausgestattet. Die Fachkompetenz unserer Partner spielt hierbei eine wichtige Rolle: Ob Quick Tour, Checkpoint Fundraising oder effektiver Online-Auftritt – unsere Nutzer:innen dürfen auf eine breite Palette an Angeboten zurückgreifen.

Erfolgreich eingeführt haben wir eine Serie von Starter-Webinaren, die Nutzer:innen auf dieser Stufe rasch einen Überblick über die wichtigsten Möglichkeiten vermittelt, sie konsequent zu einem vollständigen Organisationsprofil begleitet und innert kurzer Zeit zu Profis in Recherche und Netzwerk-Modul macht. Die Webinare «Auf Anhieb überzeugen», «Finden statt Suchen» und «Das Netzwerk zum Erfolg» bauen dabei aufeinander auf und begleiten Nutzer:innen bei Ihrem Start in der digitalen Philanthropie.

Neben Webinaren bieten wir auch individuelle Beratung an. Diese war im vergangenen Jahr insbesondere im Bereich Fundraising nachgefragt. Zudem durften wir den Kanton Zürich bei seiner Positionierung als Stiftungskanton mit einer Microsite begleiten, die aus dem Datenpool von Stiftung-Schweiz gespeisen wird.

Schon heute ist klar: die anwendungsorientierten Dienstleistungen für den Sektor füllen eine Lücke und sollten ausgebaut werden. Dabei beziehen wir die Akteur:innen in die Entwicklung von neuen Angeboten mit ein. Im Dezember angelaufen ist eine «AI Learning Journey», die wir in Kooperation mit SwissFoundations und der Universität Genf ausrichten. Dieses neue Format baut methodisch auf Co-Learning und Co-Creation und entwickelt dabei verschiedene Prototypen für den verantwortungsvollen Einsatz von Technologie in der Philanthropie (siehe dazu das Interview auf Seite 13).

Das neue Büro StiftungSchweiz im Bahnhof SBB Basel



Kommunikation & Medien

Das Branchenmagazin The Philanthropist ist die starke Stimme für einen starken Sektor. In Print- und Online-Magazin beleuchten wir aktuelle Themen aus verschiedenen Blickwinkeln. Unser wöchentlicher Briefing-Newsletter und die starke Präsenz in den Sozialen Medien schaffen Brücken zwischen Akteur:innen, Generationen und Themen. Das neu eingeführte Podcast-Format schafft einen Rahmen für eine vertiefte Diskussion und lädt weitere Kreise zum Mitdenken ein.

Lead | Claudia Dutli

Die Kampagne «Mitreden – Philanthropie gestalten» führte wie ein roter Faden durch das Berichtsjahr. Damit suchen wir gezielt den Brückenschlag mit den vielfältigen Akteur:innen im Sektor und laden zum Nachdenken, Mitgestalten oder Nachahmen ein. Inzwischen ist ein Dialog entstanden, der uns hilft, die Perspektive unserer Nutzer:innen noch besser zu verstehen.

Das von StiftungSchweiz herausgegebene Branchenmagazin haben wir einem gezielten Brush Up unterzogen. Dabei konnten wir die Textsorten deutlich schärfen und die von einem Heft geleistete Einordnung stärken, indem wir den Schwerpunkt neu mit einem Rahmentext einleiten. Auch das Editorial kommt in neuer Form daher, bezieht stärker Stellung und bringt auch die Vielstimmigkeit besser zum Ausdruck. Gestalterisch wurde der Seitenaufbau verbessert und die Lesbarkeit erhöht.

Neu eingeführt haben wir zudem die Themenpartnerschaften. Jedes Heft wird neu von einem geeigneten Themenpartner präsentiert, der wertvolle Impulse in dessen Gestaltung einbringt und sein Netzwerk öffnet. Umgekehrt erhält der Partner damit die Gelegenheit, sein Anliegen und seine Mission in einem wirkungsvollem Agendasetting glaubwürdig zum Ausdruck zu bringen. Wir präsentieren die Themenpartnerschaften im Print durch ein Interview in der «Netzwerk»-Rubrik, online mit Banner-Formaten und einer Landingpage und in den sozialen Medien mit einem inhaltlichen Fokus. Im Berichtsjahr durften wir Partnerschaften mit der Swisscom («Daten»), der Gebert RUF Stiftung («Next Generation») und der Mobiliar («Resilienz») umsetzen.

Gestärkt haben wir zudem die Verzahnung des Magazins mit den digitalen Produkten, zu deren Neuerungen wir regelmässig im hinteren Teil berichten. Die im Juni eingeführten Netzwerke halten auch im Print-Magazin Einzug und laden die Leserschaft zum Mitdiskutieren ein.

Ein Meilenstein war die Lancierung des Podcast-Formats «The Philanthropist fürs Ohr» im September. Das neue Format widmete sich mit einer ersten Staffel dem Thema «Künstliche Intelligenz in der Philanthropie». Es ergänzt unsere Kommunikationskanäle um ein emotionales Medium, das neue Hörer:innen und Hörer anspricht, die inhaltliche Tiefe ergänzt und die Reichweite insgesamt erhöht.



«KI für Alle»

im Gespräch mit Pascal Kaufmann.

> Zu dieser und weiteren Episoden.



Digital Marketing & Sales

Im vergangenen Jahr hat StiftungSchweiz die klassische Vertriebsorganisation aufgelöst und in eine marketing-getriebene Organisation umgewandelt, die stark auf Marketing-Automatisierung setzt.

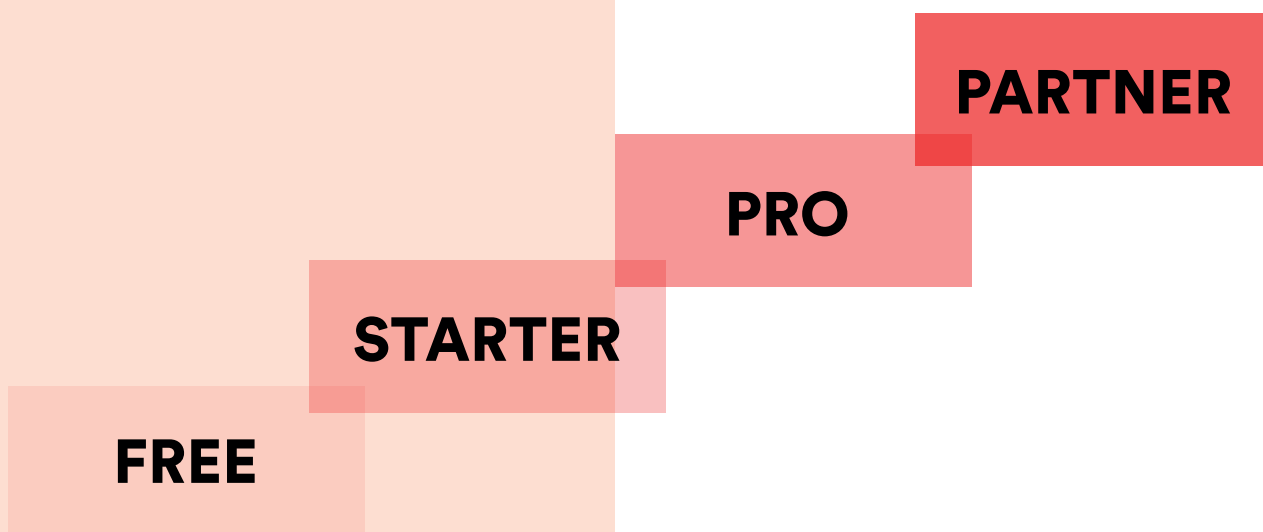
Lead | Moritz Brunner

Die Umstellung begann mit der Ablösung von Salesforce und Pardot durch Intercom für die Marketing-Automatisierung. Diese Veränderung ermöglichte es, die Kundenkommunikation und -interaktion nahtlos zu integrieren und zu automatisieren, was zu einer effizienteren Lead-Generierung und Pflege führte.

Gleichzeitig wurde das neue und vereinfachte Angebotsmodell mit den Stufen Free, Starter, Pro und Partner vorbereitet. Ziel war es, die Kundenansprache zu vereinfachen und potenziellen Kunden klarere, leicht verständliche Optionen zu bieten. Dieses neue Modell soll den Entscheidungsprozess beschleunigen und die Kundenzufriedenheit erhöhen.

Während der Umstellung führte StiftungSchweiz zahlreiche Marketing-Aktionen durch, um die Veränderungen zu kommunizieren und die Aufmerksamkeit auf die neuen Angebote zu lenken. Dazu gehörten gezielte Kampagnen und Webinare, die darauf abzielten, bestehende und potenzielle Kunden über die Vorteile der neuen Struktur und Tools zu informieren.

Deutlich spürbar ist die starke Nachfrage nach Freemium-Zugängen, was nahelegt, dass StiftungSchweiz verstärkt auf die begleitete Conversion und Upselling setzen wird. Im kommenden Jahr sollen daher auch die neuen Salesfunktionen als Erweiterung des Marketings neu organisiert werden. Dadurch können die Nutzer:innen der Plattform gezielt begleitet und die Kundenbindung gestärkt werden.



AI in Everyday Philanthropy mit AI Learning Journey

Im Dezember ist unsere AI in Everyday Philanthropy Initiative mit einer konkreten Learning Journey gestartet. 16 teilnehmende Organisationen im Live-Track, je hälftig Nonprofits und Funders, und weiter 25 Organisationen im zeitversetzten Online-Track brechen auf eine anwendungsorientierte Reise auf. Das Ziel: gemeinsam einen sinnstiftenden und verantwortungsvollen Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Philanthropie gestalten.

Als CEO von StiftungSchweiz, einer der beiden privaten Stiftungsdatenbanken der Schweiz, haben Sie massgeblich die Veranstaltung «Künstliche Intelligenz: Neue Regeln für die Philanthropie? eine Lernreise» zusammen mit SwissFoundations und der Universität Genf organisiert. Können Sie erklären, was künstliche Intelligenz ist und wie sie funktioniert?

Stefan Schöbi: Künstliche Intelligenz (KI) symbolisiert die Fähigkeit von Maschinen, menschenähnliche Intelligenz in die Ausführung von Aufgaben zu integrieren. Ihre Entwicklung reicht bis in die 1980er Jahre zurück. In den letzten Jahren haben wir transformative Fortschritte erlebt, insbesondere mit Transformer-Modellen wie ChatGPT, die neue Leistungsdimensionen eingeführt und die Spielregeln in verschiedenen Branchen, einschliesslich der Philanthropie, neugestaltet haben.

Welche Auswirkungen wird KI auf die Philanthropie haben? KI ist bereits Teil jeder dritten Förderanfrage. Unsere Umfrage ergab, dass gemeinnützige Organisationen zunehmend optimistisch und experimentierfreudig beim Einsatz dieser Tools sind. Dies hat konkrete Auswirkungen: Anträge werden präziser und verständlicher, was den Entscheidungsprozess für Förderorganisationen vereinfacht.

Wie sehen Sie die Verbesserungschancen für Anträge gemeinnütziger Organisationen durch KI? Und generell: Wie verbessern Algorithmen die Zusammenführung von gemeinnützigen Organisationen und Förderern? Transformer-Modelle oder Grosse Sprachmodelle (LLMs) sind Sprachexperten. Wenn sie genau mit Projekt- und Förderdetails gefüttert werden, können sie perfekte Anträge mit nur wenigen Klicks erstellen. Es ist jedoch wichtig zu bedenken, dass der Antrag lediglich ein «Proxy» für das Projekt ist und nicht vollständig seine Qualität widerspiegelt, ähnlich wie bei einer Bewerbung um einen Job. Zukünftige Antragsprozesse werden daher zusätzliche Faktoren stärker betonen.

Welche konkreten Vorteile bietet KI bei der effizienten Suche nach einem Partner? Idealerweise beseitigt KI-Sprachbarrieren, was Bewerbern ermöglicht, präzisere Vorschläge mit weniger Aufwand zu erstellen. Darüber hinaus übernimmt KI zuverlässig den anfänglichen Überprüfungsprozess für Förderorganisationen und ermöglicht es, Ressourcen für wichtigere Schritte wie persönliche Interaktionen mit potenziellen Projektverantwortlichen, Konsultationen mit Experten oder den Austausch mit anderen Vertretern von Stiftungen, die dieselbe Anfrage erhalten haben, freizusetzen.

Welche einzigartigen Angebote kann KI bieten, die Ihre Stiftungsdatenbank noch nicht hat? Wie bei Förderorganisationen verbessert KI die Effizienz bei Routineaufgaben und ermöglicht es uns, Ressourcen für das zu verwenden, was wirklich zählt.

Wie kann KI einen Förderantrag optimieren? KI gleicht technisch Informationen über ein Projekt mit denen einer Förderorganisation ab, identifiziert und beschreibt relevante Verbindungen auf eine klare Weise. Die Tools können so konfiguriert werden, dass sie fehlende Verbindungen überzeugend «erstellen» (was wir in technischen Begriffen «Halluzination» nennen) oder in einem anderen Ansatz anzeigen, dass es sinnlos ist, sich bei einer bestimmten Stiftung zu bewerben. Dies erfordert einerseits eine verantwortungsvolle, branchenweite Implementierung von industrieller KI und andererseits präzisere Daten über gemeinnützige Organisationen und Förderer.

Was könnte Bewerber:innen dazu motivieren, vertrauliche Daten mit KI zu teilen, wenn dies die Qualität der Unterstützung erheblich verbessern könnte? Zu Beginn könnte KI verwendet werden, um Projektpräsentationen aufzubessern, eine gängige Praxis. Wenn dies jedoch zur Norm wird und alle Anträge «besser» werden, wird der Fokus auf die Authentizität und langfristige Wirkung des Projekts verschoben, anstatt auf die Eloquenz des Antrags. Daher werden Bewerber:innen dazu angeregt, KI verantwortungsbewusst einzusetzen, einschliesslich der Bereitstellung genauerer und validierter Daten über ihre Projekte und Organisationen. Die Förderchronik wird zu einem Schlüsselargument für zukünftige Spenden.

Welche anderen Vorteile bietet KI für Bewerber in der Philanthropie? Die Abhängigkeit von Anträgen als alleinige Dossiers für Projekte könnte bald veraltet sein. Während einige dies als Verlust betrachten mögen, betont es einen wichtigeren Punkt: Diese Fähigkeiten waren nie eine Garantie für wirkungsvolle Projekte. Der zukünftige Fokus wird darauf liegen, bedeutende gesellschaftliche Herausforderungen effektiv und mutig anzugehen. Kein Förderantrag bewirkt die Veränderung, und auch keine Berichterstattung. Und wir denken, dass die Vereinfachung der Berichterstattung mithilfe künstlicher Intelligenz für alle eine gute Nachricht ist, oder?

Welche Vorteile bietet KI für Förderer? KI vereinfacht auch ihre täglichen Aufgaben, wie das Sortieren von Anfragen und die Auswertung von Berichten, was es den Förderern ermöglicht, sich auf wichtigere Fragen zu konzentrieren. Wie geht es dem Projektteam? Haben sie wesentliche Herausforderungen zu bewältigen? Wie können wir ihren ersten Erfolg nutzen? Aber auch: Konzentrieren wir uns auf die richtigen Handlungsfelder, verwenden wir die richtige Methodik? KI ist besonders geschickt bei der statistischen Analyse grosser Datensätze und hilft dabei, Bereiche zu identifizieren, in denen es an Finanzierung mangelt.

Was ist Ihre Vision für die Auswirkungen von KI auf die zukünftige Philanthropie? Unsere Vision besteht darin, philanthropische Bemühungen präziser, transparenter und gerechter zu gestalten. Wir wollen mehr Raum für Reflexion, Kommunikation, Wertschätzung, Kreativität und Austausch schaffen. Unsere Learning Journey wird diese Ziele aktiv durch Experimente und die Entwicklung eines Prototyps einer industriellen KI, die auf die Philanthropie zugeschnitten ist, angehen. Es ist wichtig, diesen Schritt jetzt zu gehen und ihn nicht allein den grossen Technologieunternehmen zu überlassen.

**Dieses Interview mit Stefan Schöbi ist zuerst auf Englisch in Ticino Welcome am 24. Mai 2024 erschienen. Das Interview führte Elisa Bortoluzzi Dubach.*



StiftungSchweiz

gut vernetzt mehr bewirken

Impressum:

Copyright © 2024 Philanthropy Services AG;

alle Rechte vorbehalten

Herausgeberin: Philanthropy Services AG,

Centralbahnstrasse 10, 4051 Basel, im Mai 2024

Geschäftsführung: Stefan Schöbi

Konzeption und Koordination: Claudia Dutli

Redaktion: Claudia Dutli und Team StiftungSchweiz

Gestaltungskonzept und Umsetzung: Claudia Dutli

Bilder/Illustrationen: unsplash, StiftungSchweiz, Jasmin Frei

willkommen@stiftungschweiz.ch

stiftungschweiz.ch