
Schweizer Stiftungssymposium: Scheitern als Chance



Raus aus der Komfortzone, rein in die komplexe globale Realität: „Beyond the Comfort Zone“ war das Motto beim diesjährigen Schweizer Stiftungssymposium am 21. und 22. Mai in Thun. Swiss Foundations, der veranstaltende Dachverband der Schweizer Förderstiftungen, schafft es Jahr für Jahr, mehr Teilnehmer anzuziehen. Dass sich das Programm über zwei Tage erstreckt, ist inzwischen Standard.

Nicht nur bei kleineren Praxis-, Diskussions- und Themenforen, sondern auch bei Vorträgen und Diskussionsrunden im großen Plenumssaal erhielten die Teilnehmer Impulse. „Wieso wir (fast) alles wissen und doch (so) wenig tun“ – zu diesem Thema tauschten sich die Professorin für allgemeine Psychologie an der Universität Zürich Prof. Veronika Brandstätter-Morawietz mit Thomas Vellacott, CEO des WWF Schweiz, aus. Barbara Bleisch von Sternstunde Philosophie moderierte diese erheiternde Runde, die es trotz schwerer Themen schaffte, gute Stimmung auszulösen. Input konnten die Teilnehmer dabei nicht nur für die eigene Spendenakquise, sondern auch für die persönliche Entwicklung mitnehmen.

Milliarden Euro für einen Haufen Steine

Die grosse Kritik an den riesigen Spendensummen für den Aufbau der Pariser Notre-Dame-Kathedrale wurde zum Anlass genommen, das Thema Motivation zu beleuchten. Die Frage, die in den Raum gestellt wurde: Wieso wurden innerhalb kürzester Zeit Milliarden Euro für einen Haufen Steine gespendet, während es manchmal so schwer ist, für hungernde Kinder Geld aufzutreiben?

Psychologisch betrachtet seien hier einige Faktoren zusammengekommen, die wohl die Bereitschaft zu spenden erhöht hätten, erklärte Brandstätter-Morawietz, „die Identifikation der

Menschen mit Notre-Dame, das Vertrauen, dass der Schaden zu beheben ist, sowie die Klarheit, was mit dem gespendeten Geld geschieht“. Wie also können Stiftungen diese Erkenntnisse für sich nutzen, um Spender oder Freiwillige zu motivieren? „Einen identitätsstiftenden Moment schaffen“, rät Brandstätter-Morawietz. „Den Menschen die Veränderung zeigen, die stattfindet“, sagt Vellacott. Und zwar auch, wenn die Spendengelder nur indirekt wirken: „Auch wenn das konkrete Engagement politische Lobbyarbeit ist, kann ich aufzeigen, wie die Anzahl an Tigern durch unseren Einsatz wächst“, veranschaulicht er die Aussage.

„Die Leute suchen Orientierung“

Konkrete Erfolge nachzuweisen, sei vor allem deshalb so wichtig, weil das Gefühl der Machtlosigkeit in einer zunehmend komplexen Welt die grösste Hürde sei, wenn es darum ginge, Veränderungen anzustossen. Resignation und Leugnung können Folgen davon sein. „Dann muss ich mich nicht mit den Problemen auseinandersetzen, das ist bequem“, weiss Vellacott. Doch er weiss auch: „Die Leute suchen Orientierung.“ Die Seite des WWF, auf dem die Organisation Tipps, zum Beispiel für eine nachhaltigere Lebensweise, gibt, würde mit Abstand am häufigsten aufgerufen. Und beobachte man die Trends vor allem in der jungen Generation, sei ziemlich viel im Wandel.

Die Einstellungen und Werte in der Gesellschaft scheinen also nicht das Kernproblem zu sein. Sondern? „Vielfach bleibt das Bestreben, Gutes zu tun, im Wunschformat“, sagt Brandstätter-Morawietz. Abstrakte Ziele müsse man deshalb in konkrete Ziele übersetzen, die den Weg aufzeigen, den man gehen möchte. Ausserdem müsse man sich die Stolpersteine bewusst machen. „Misserfolge gehören auch dazu und sollten uns nicht entmutigen – und doch tun sie das oft.“

Fuckup Lunches: Scheitern erwünscht

Es sieht also ganz so aus, als sei Scheitern in unserer Leistungsgesellschaft noch zu wenig anerkannt. Aus diesem Grund hat der WWF sogenannte Fuckup Lunches etabliert, in denen es darum gehen darf und soll, was schiefgelaufen ist. „Auffällig ist immer, wenn man im Arbeitsalltag plötzlich von einem gewissen Projekt nichts mehr hört“, so Vellacott schmunzelnd. „Das ist ein klares Zeichen, dass etwas nicht stimmt, aber keiner darüber reden möchte.“ Dabei sei es so wichtig, über Fehler zu sprechen. Zu kommunizieren, dass intern über Misserfolge gesprochen und diese auch nach außen offengelegt werden sollen, sei Aufgabe der Führungskräfte. Aufpassen müsse man lediglich, dass sich nicht auch bei einem Fuckup Lunch wieder ein Konkurrenzkampf etabliere. „Darum, wer den größten Fuckup generiert hat“, gibt Vellacott – halb im Scherz, halb ernsthaft – zu bedenken. Das Publikum lacht herzlich.

Auch was Notre-Dame angeht, konnte der WWF-CEO die Teilnehmer ein wenig beruhigen: „Menschen spenden nicht weniger für Armut, weil sie für Notre-Dame gespendet haben.“ Zwar ist ein gewisses Spannungsverhältnis zwischen den Zielen unterschiedlicher Bereiche sozialen Wirkens wohl nicht zu leugnen, doch Vellacott zumindest halte nichts davon, irgendeine Art des Engagements zu kritisieren und schlechtes Gewissen heraufzubeschwören. „Wo endet das? Muss ich mich dann bei jeder Flasche Wein, die ich mir gönne, schämen? Schlechtes Gewissen ist ein ganz schlechter Motivator, um miteinander die Zukunft zu gestalten.“

Was es stattdessen brauche, sei vor allem eins, ist Brandstätter-Morawietz überzeugt: „Wenn das Grundbedürfnis eines Menschen, sich autonom, kompetent und sozial eingebunden zu fühlen, befriedigt wird, können wir auch unsere globalen Probleme lösen.“

Dieser Beitrag erscheint auch in der [Ausgabe 3-2019 von DIE STIFTUNG](#).