

“Unser Name hat vier Wörter. Als neue/r Kommunikator/in sollte man sie alle mögen“

Von Asterix bis Twitter, von Firmennähe bis Bauernradio

Paul Castle leitet die Kommunikation unserer Stiftung. Nach acht Jahren allein, sucht er nun Verstärkung*. Wir befragten ihn zur neuen Stelle sowie zu anderen Veränderungen in der Kommunikationsarbeit. Wir wollten ferner wissen, warum Firmenstiftungen seiner Ansicht nach am besten fachlich nah bei ihren Gründern bleiben. Und auch weitere Themen kamen zur Sprache...

***Syngenta Stiftung (SSNL):** Sie wollen die Stiftungskommunikation ausbauen. Was für eine Person suchen Sie dazu?*

Paul Castle: Zwei Kriterien sehe ich im Vordergrund. Die besten Bewerber/innen werden meine Stärken und Schwächen gut ergänzen. Sie sollten sich auch bei dem Gedanken wohlfühlen, für die Stiftung zu arbeiten.

Was heisst das genauer?

Bei der SSNL besteht noch viel Raum für Verbesserung der digitalen Kommunikation, allem voran bei den „Sozialen Medien“. Wir suchen also Leute, die sich damit gut auskennen. Sprachlich hoffe ich ebenfalls auf eine sinnvolle Ergänzung. Mein wackeliges Französisch beispielsweise erinnert stark an *Astérix chez les Bretons*. Fließendes Französisch ist aber sehr wertvoll für eine Schweizer Stiftung, die in Westafrika arbeitet. Andere Sprachkombinationen sind ebenfalls denkbar. Wen ich aber definitiv nicht gebrauchen kann, sind Monoglotte. Ich würde mich desweiteren freuen, jemanden mit einem anderen akademischen und beruflichen Hintergrund zu finden.

Das wäre ein Teil der Antwort. Was braucht es, damit sich die neue Person bei der Stiftung „wohlfühlt“?

Einen deutlichen Hinweis liefert unser voller Name: Syngenta Stiftung für Nachhaltige Landwirtschaft. Alle vier Wörter spielen beim „Wohlfühlen“ eine Rolle. Wir sind eine Firmenstiftung, und stolz darauf. Unser neues Teammitglied sollte gern im Non-Profit-Bereich arbeiten, aber auch die Industrienähe schätzen. Ferner muss sie oder er eine Leidenschaft für die Entwicklungsarbeit verspüren, und sich zumindest einigermassen gut in der Landwirtschaft auskennen.

Und wie ist es mit dem vierten Wort, der Nachhaltigkeit?

Ebenfalls sehr wichtig. In unseren Augen gibt es drei Säulen der Nachhaltigkeit. An die gesellschaftliche und ökologische denken richtigerweise alle. Es gibt aber Entwicklungsorganisationen, die die dritte Säule eher vernachlässigen – die finanzielle. Ohne kommerziellen Erfolg für die Kleinbauern und unsere anderen geschäftlichen Partner ist der erzielte Fortschritt nie nachhaltig. Wer bei uns arbeitet, muss sich mit allen drei Säulen identifizieren können, und Verfechter/in der engen Zusammenarbeit zwischen Privatsektor und öffentlicher Hand sein.

*Zusammen mit Ihrem ehemaligen Direktor haben Sie kürzlich ein Meinungspapier zu Firmenstiftungen veröffentlicht**. Darin argumentieren Sie, dass solche Stiftungen am besten jene Themen bearbeiten, bei denen auch die Firmen Expertise vorweisen können. Einige Berufskollegen sehen das aber anders...*

Richtig – und Meinungsverschiedenheiten sind auch gesund! Es gibt Firmenstiftungen, die trotz null thematischer Ähnlichkeit Hervorragendes leisten. Aber wir glauben, sie verpassen dabei einige Chancen.

Die da wären...?

Stiftungen und Firmen profitieren in mehrfacher Hinsicht vom Fokus auf ähnliche Themen. Allem voran geht es um Expertisentransfer. Beide müssen zwar auf die strikte Trennung zwischen nicht-profit-orientierter Stiftungsarbeit und kommerziellem Unternehmertum achten. Aber als Analogie nehme ich ganz normale Geschäftspraktiken: Jede Firma überlegt doppelt und dreifach, bevor es in einen vollkommen neuen Sektor expandiert. Chilenische Traktorhersteller gründen in der Regel keinen norwegischen Uhrenimporteur. Solche Vorsicht ist auch weise – warum lassen etliche Unternehmen sie nicht mehr walten, wenn sie eine Stiftung gründen? Aus 35-jähriger Erfahrung schätzen wir die Möglichkeit sehr, relevanten Rat gratis von Firmenexperten zu bekommen. Viele andere Firmenstiftungen sehen das genauso!

Für die Kommunikationsarbeit suchen Sie jemanden mit starkem Hang zum „Digitalen“. Was findet sie oder er bei SSNL vor, und wohin geht die Reise weiter?

Unser Ankerprodukt bleibt die Website. Vor Jahresfrist haben wir sie komplett umgebaut und auf eine neue Plattform gebracht. Seitdem entwickeln sie engagierte Kolleginnen mit unseren externen Partnern weiter. Aber es gibt noch viele, viele Möglichkeiten! Dazu kommen noch die so genannten Sozialen Medien. Eigenständig tweeten wir (@syngentafdn) erst seit Juli*** – wiederum primär dank einer motivierten Kollegin, die das neben ihrem eigentlichen Job ankurbelte. Die Stiftung lernt hier täglich dazu, und hat noch viel Luft nach oben. Zur Auswahl stehen obendrauf LinkedIn, Instagram und zig weitere digitale Dienste zur Untermauerung unserer internationalen Aktivitäten.

Aber warum die ganze zusätzliche Mühe? Als Firmenstiftung muss SSNL die Allgemeinheit nicht ständig um Spenden bitten.

Stimmt. Aber erstens ist es unser Recht und unsere Pflicht, offen zu sagen, was wir wo machen und warum. Allerdings: Schon die Leserschaft unserer Website ist recht heterogen. Und es gibt Interessenten, die andere Info- oder Dialog-Kanäle bevorzugen. Mit einer breiteren Palette können wir Plattformen passender zu den Personen und Projekten einsetzen.

Zweitens kommunizieren wir zwecks Unterstützung der Stiftungsarbeit. Es ist richtig, dass unsere Kernfinanzierung anderweitig herkommt, als bei einem karitativen Spendensammler. SSNL-Initiativen ziehen aber oft externe Investitionen in die eigentliche Arbeit an. Entsprechend schrieb die Stiftung kürzlich eine andere Vakanz aus. Zur neuen Stelle als „Programme Development Manager“ gehört mitunter das Fundraising für Projekte. Wir Kommunikatoren wollen dabei Hilfe leisten.

Es klingt, als ob Sie vom neuen Teammitglied einiges lernen werden. Wo kann aber sie oder er sich relative Schwächen erlauben, bzw. neue Fähigkeiten entwickeln?

Wichtiger Punkt! Unsere Stiftung bietet viel Raum zur Selbstentfaltung. Im Kommunikationsbereich sind wir beispielsweise bereits rhetorisch ziemlich stark. Die aktivsten Redner aus den Projektgruppen und ich helfen einem neuen Teammitglied bei Bedarf gern, besser vor Publikum zu präsentieren. Ferner kann man in unserer kleinen Organisation Herausforderungen ausserhalb des unmittelbaren Arbeitsbereichs anpacken.

Welche haben Sie selbst angenommen?

Zwei ganz unterschiedliche. Bei uns können Schweizer ihren Zivildienst leisten. Wir haben eine Reihe sehr fähiger, engagierter und sympathischer junger Menschen dafür gewinnen können. Seit Beginn

habe ich die Ehre und Freude, das Zivi-Programm zu koordinieren. Desweiteren darf ich an einem kenianischen Projekt in unserem Bereich „FSS“# mitarbeiten. Wir helfen lokalen Radiostationen, landwirtschaftliche Sendungen in Minderheitssprachen zu kreieren. Gerade beginnt die zweite Phase mit weiteren Stationen. Radio hat zwar etwas mit Kommunikation zu tun, und überlappt z.T. auch mit meinem Hobby als Sportskommentator. Aber das Projekt verlangt nach ganz anderen Fähigkeiten als z.B. der Journalismus. Ich lerne ständig dazu!

Paul Castle arbeitete während jeweils zehn Jahre in der Gesundheits- bzw. Agrobbranche. Dazwischen war er freiberuflicher Journalist und Übersetzer. Zur Syngenta Stiftung kam er in 2009. Etwa 30 Jahre nach seinem Studium in Oxford absolvierte er den Basler Uni-Zertifikatskurs in Afrikastudien. Seine Abschlussarbeit widmete er Radiosendungen für Kleinbauern in Minderheitssprachen. Castle ist Stiftungsrat der Basler Stiftung für krebserkrankte Kinder und ein internationaler Ruderkommentator. In Rio kam er 2016 zu seinem fünften olympischen Einsatz.

*Für weitere Info auf Englisch, s. <https://www.syngentafoundation.org/current-opportunities>

**https://www.syngentafoundation.org/sites/g/files/zhg576/f/agriphilanthropy_corporate_foundations_sfsa_2017.pdf

***<https://twitter.com/syngentafdn>

<https://www.syngentafoundation.org/farmer-support-services> (Kenya)