Spezifikation

Head of Relationship Management and Marketing (m/w - 100%)

Die Organisation

Die Familie Larsson-Rosenquist Stiftung (nachfolgend FLRS) ist eine vor zehn Jahren gegründete Schweizer Stiftung mit Domizil in Frauenfeld/TG. Sie widmet sich umfassend der Förderung der wissenschaftlichen und öffentlichen Anerkennung von Muttermilch als beste Ernährung für Neugeborene.

Die sehr professionell geführte und mehrstufig organisierte Stiftung (Stiftungsrat, Beirat, GL, Fachspezialisten) hat sich in den vergangenen Jahren substanziell entwickelt und die relevanten strategischen, organisatorischen, wissenschaftlich-inhaltlichen und netzwerkbezogenen Grundlagen erarbeitet, um das Thema Stillen und Muttermilch – als beste frühkindliche Ernährung zur Verbesserung der Gesundheit von Müttern und Babys/Kindern weltweit – in den definierten geografischen Zielmärkten für die entsprechenden Zielgruppen operativ wirksam zu verankern und umzusetzen.

Die Position

Im Rahmen der nächsten Entwicklungsphase der Stiftung wird neu die Stelle des «Head of Relationship Management and Marketing» geschaffen. Dies u.a. verbunden mit dem grundlegenden Marketing- und PR-Ziel, die Stiftung professionell zu vermarkten, indem das bestehende Beziehungsnetz in der Schweiz gepflegt und auf Basis einer noch zu definierenden Strategie gezielt weiterentwickelt wird (im Ausland projektbasiert) zwecks Visibilisierung, Bekanntmachung und Positionierung der Stiftungstätigkeit bei einer breiten Öffentlichkeit.

Weiter soll der/die Stelleninhaber/in potenzielle Partner wie Unternehmen, Stiftungen und sonstige Organisationen, die für projektbasiertes Funding in Frage kommen können, evaluieren und gezielt angehen. Angedacht ist ebenfalls, dass der/die künftige Head of Relationship Management and Marketing die Stellvertretung von Managing Director Katharina Lichtner übernehmen kann.

Bei der Position handelt sich um ein 100%-Pensum, Arbeitsort ist Frauenfeld am Sitz der FLRS. Physischer Präsenz und persönlichem Austausch misst man grosse Bedeutung bei, ein fester Tag Homeoffice ist möglich. Bereitschaft zu Reisetätigkeit wird vorausgesetzt, da man hin und wieder vor Ort sein muss – z.B. Afrika/Ghana – zwecks Begleitung und Überprüfung der Projekte.

Die FLRS lebt eine Kultur des wertschätzenden Miteinanders, eines starken Teamgedankens und einer flachen Hierarchie. Man legt Wert auf offene Kommunikation und kluges und pragmatisches Machertum mit Fokus auf die strategischen Ziele.

Die Stiftung hat den klaren Anspruch, den Alltag von Müttern und Babys wirksam und nachhaltig zum Besseren zu verändern, folglich erwartet sie vom/von der künftigen Head of Relationship Management and Marketing «Sense for Business», eigenverantwortliches, selbständiges und unternehmerisches Handeln, Umsetzungswillen sowie vernetztes (Mit-)Denken.

<https://www.larsson-rosenquist.org/>

<https://www.larsson-rosenquist.org/en/about-us/funding/>

Die zentralen Aufgaben

- Weiterentwicklung und Aufbau des Beziehungsnetzes und der Partnerschaften der Stiftung (u.a. Politik, Medien, Wirtschaft, Gesellschaft)
- Entwicklung einer Strategie zur (Weiter-) Entwicklung des Beziehungsnetzes (bottom up)
- Zusammenarbeit mit der GL und dem Team in der produktiven Ausgestaltung des Beziehungsnetzwerks
- Identifikation von möglichen Co-Investoren in Projekte der Stiftung
- Bekanntmachung der Stiftung in der Schweiz und darüber hinaus
- Vermarktung/Positionierung der Stiftung über die Inhalte der stiftungsfinanzierten Projekte
- Stellvertretung von Managing Director Katharina Lichtner

Der ideale Kandidat / die ideale Kandidatin

Gesucht wird eine integre, analytisch und strategisch erfahrene sowie erfolgsorientierte, empathische und sozialkompetente Persönlichkeit mit der Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen für den Aufbau und die Weiterentwicklung bzw. Operationalisierung der Stiftung. Sie weiss, wie man Wissen vermarktet und eine Organisation über deren Inhalte visibel bzw. in einer breiten Öffentlichkeit mit unterschiedlichen Instrumenten bekannt macht und wirksam positioniert.

Erwartet werden Can-Do-Mentalität, Detailorientierung und genaues Arbeiten, Freude am Umgang mit Menschen und Erfahrung/Geschick im Aufbauen, Etablieren und Weiterentwickeln von Beziehungen und tragfähigen Netzwerken – gerade auch in der Akquisition und Zusammenarbeit mit potenziellen Geldgebern. Es ist von Vorteil, wenn der/die künftige Head of Relationship Management and Marketing in der Schweizer Politik (Bern; Parlament und Verwaltung) und in der Medienbranche über ein aktuelles und relevantes Beziehungsnetz verfügt.

Es braucht grundsätzliches Interesse an naturwissenschaftlichen und soziokulturellen Inhalten und die Bereitschaft, sich in das Thema Stillen und Muttermilch einzuarbeiten, wobei sich die Stiftung bewusst ist, dass es sich um eine Nischenthematik handelt. Folglich gibt sie dem/der Stelleninhaber/in Zeit, sich gründlich einzuarbeiten (Strategie und Inhalte). Hinsichtlich FLRS-Beziehungsnetz soll er/sie sich zunächst mit dem bestehenden Beziehungsnetz vertraut machen, bevor dieses quantitativ erweitert und substanziell entwickelt und ausgebaut wird.

Was den Entwicklungssektor bzw. die Zusammenarbeit der Stiftung mit NGOs oder UN-assozierten Organisationen betrifft, ist es von Vorteil, wenn man in diesem Umfeld schon erste Erfahrungen sammeln konnte. Ist dies nicht der Fall, erhält man auch hier die Zeit, sich sukzessive einzuarbeiten.

Aus-, Weiterbildung: abgeschlossenes Universitäts- oder Fachhochschulstudium (z.B. BWL, VWL, Marketing, Internationale Beziehungen, Public Health) oder gleichwertig; MBA oder eidg. Diplom (z.B. Public Relations/Affairs).

Da dem/der Head of Relationship Management and Marketing zwei Mitarbeiter unterstellt sein werden, wird Führungserfahrung verlangt. Sprachliche Anforderungen: Deutsch (Muttersprache), ausgezeichnetes Englisch in Wort und Schrift.

Gesuchte Persönlichkeitsausprägungen

- Überzeugt durch positive Grundhaltung, natürliche Autorität, Sozialkompetenz und Teamorientierung. Ist umgänglich und loyal, kritikfähig und selbstreflektiert
- Ist authentisch, vertrauens- und glaubwürdig, belastbar und flexibel; überzeugt durch Seniorität
- Ist ziel- und erfolgsorientiert, begeisterungsfähig, unternehmerisch, initiativ, selbständig, verlässlich und verbindlich. Arbeitet exakt
- Packt an, Doing-Mentalität. Analytisch und strategisch versiert. Setzt um
- Exzellent in der Kontaktabnahnung und -entwicklung, gewandt und gewinnend im Netzwerken