



Was ist Fundraising?

Erst einmal ist es ein schreckliches Wortungetüm, das kaum auszusprechen ist. Es bedeutet, Menschen die Möglichkeit zu eröffnen, nach ihrer Werten und Interessen zu handeln und diese zu verwirklichen. Diese Handlung kann sich in bürgerschaftlichem Engagement zeigen, beispielsweise für ein Hospiz oder Mehrgenerationenhaus, in einer Geldspende, in der Bereitstellung eigener fachlicher Fähigkeiten wie Rechtsberatung für einen Verein oder eine Stiftung oder in der Vermittlung wertvoller Kontakte.

Was ist die Kernaufgabe im Fundraising?

Sie besteht darin, das eigene Anliegen auf die Bedürfnisse derjenigen Menschen auszurichten, die man gewinnen möchte. Der Ausgangspunkt im Fundraising ist immer der Gesprächspartner; es geht um den Anderen und seine Vorstellungen, nicht um einen selbst. Der Dritte, der Geber, soll sich wohl fühlen und mit dem präsentierten Anliegen sofort identifizieren.

Was folgt aus dieser Kernaufgabe?

Die zentrale Kompetenz im Fundraising ist das Zuhören. Dabei geht es darum, den anderen wirklich verstehen zu wollen, mit Herz und Verstand. Was ist dem anderen wirklich wichtig? Wie muss ich mein Anliegen formulieren, damit es der andere es gern aufgreift und zu seinem eigenen macht?

Welches sind die wirksamsten Fundraising-Instrumente?

Am wirksamsten ist das persönliche Gespräch. Sprechen Sie die Menschen in Ihrem unmittelbaren Umfeld an. Hören Sie ihnen zu und überlegen Sie, wie Sie mit Ihrem Anliegen zu den Wünschen der Menschen aus Ihrem Umfeld passen könnten.

Nach dem Gespräch folgen der Spendenbrief und die Kollekte. Auch hier wenden Sie sich unmittelbar und persönlich an Ihr Gegenüber. Erzählen Sie im Spendenbrief oder Kollektenaufwurf die Geschichte eines Menschen. Verdeutlichen Sie mit der Geschichte den drängenden Handlungsbedarf und die sofortige Verbesserungsmöglichkeit. Formulieren Sie eindeutig, worum Sie Ihr Gegenüber bitten. Ist es eine Geldspende, das Engagement, die Teilnahme an einer Veranstaltung oder etwas anders? Seien Sie einfach zu verstehen. Fassen Sie sich kurz. Zeigen Sie Fotos, am besten von einem Menschen.

Nach diesen Handlungsaufforderungen folgt in der Wirksamkeit der Fundraising-Instrumente der Dank. Er sollte explizit, zeitnah und persönlich ausgesprochen werden. Zeigen Sie Ihrem Gegenüber am Beispiel eines Menschen, was Ihr Gegenüber bewirkt hat. Kann ein Kind mehr mit einem Frühstück zur Schule gehen? Findet eine Mutter mehr Trost? Wie hat Ihr Gegenüber durch seine Unterstützung die Welt konkret ein bisschen freundlicher gemacht? Bleiben Sie im Gespräch mit den Menschen um Sie herum, insbesondere mit denen, die sich für Sie interessieren.