

FUNDRAISING magazin



WIE GUTER DIALOG GELINGT

Face-to-Face-Fundraising:
Taktik, Technik, Transparenz

ISSN 1867-0563



Online-Magazin

Best-Practice, Termine, Ideen ...
Wissen, das alle weiterbringt:
web.fundraising-magazin.de



Fundraising-Shop

Fachbücher, Magazine und
Nützliches finden Sie unter
gutes-wissen.org



Fundraising-Jobs

Job-Portal für alle im
Non-Profit-Umfeld:
gutes-wissen.org

„Betteln ist manchmal der nächstliegende Gedanke. Aber Betteln ist kein Fundraising.“

Persönliche Gedanken von Danielle Böhle



Was denken Sie, wenn jemand sagt: „Fundraising? Das sind doch diese Bettelbriefe?!“

Mir rollen sich dann die Zehennägel hoch. Denn für mich hat Fundraising nichts mit Betteln zu tun. Fundraising heißt, Menschen ein Angebot zu machen, sich an tollen Projekten zu beteiligen, ohne selbst die Ärmel hochkrepeln zu müssen. Viele Menschen freuen sich, wenn sie sich mit Spenden auf bequeme Art beteiligen dürfen.

Im professionellen Fundraising ist das angekommen. Wer seit Jahren erfolgreich Spenden sammelt, hat das verstanden. Dachte ich.

Doch dann erreichte mich eine „Bettelmail“ wie aus dem Lehrbuch. „Diese Mail fällt mir nicht leicht“, stand da als Einstieg. Und: „Ich habe dennoch den Mut.“ Da schrillten bei mir die Alarmglocken. Denn um Menschen ein gutes Angebot zu machen, braucht es keinen Mut. Weiter ging es mit einer längeren Erklärung, dass gerade zu wenige Menschen spenden (wegen der unsicheren Weltlage), deswegen das Geld fehle und Projekte vor dem Aus stünden – und zwar zum Monatsende. Nun solle ich aushelfen, denn ich hätte in der Vergangenheit ja schon mehrfach bewiesen, dass mir das Thema am Herzen liege. Deswegen traue man sich überhaupt, mich um diese große Sache zu bitten (maximaler Druckaufbau am Ende).

Mehr Betteln geht nicht. Da war kein Angebot an mich, da war keine Partner-

schaft. Da war nur das verzweifelte Flehen, ich solle bitte einspringen, für die, die nicht mehr zahlen. Was mich dabei am meisten getroffen hat: Die Mail kam nicht von einem Neuling im Fundraising, sondern von einer gestandenen Organisation. Die ich seit Jahren für ihre Kommunikation feiere und gerne als Positivbeispiel nenne. Eine, die weiß, wie Beziehungsarbeit geht und stets auf Augenhöhe kommuniziert. Hier macht sie sich aber ganz klein, degradiert sich zum Bittsteller. Und ich persönlich fühle keine heldenhafte Größe, weil ich den Fehlbedarf, den andere hinterlassen haben, auffangen darf. Ich frage mich nur: Was hat das mit mir zu tun?

Ich will kein Notnagel sein, sondern ich will weiter die Mission der Organisation unterstützen.

Aber in der Mail steht davon nichts, da finden sich nur Eurobeträge, die fehlen – und ganz viel Selbstmitleid.

Ich verstehe die Verzweiflung der Organisation. Und sie ist damit nicht allein. Auch viele andere Organisationen stellen fest, dass Gelder nicht mehr so fließen wie früher. Seien es gekürzte Fördergelder aus Bundesmitteln, sei es die Anfang des

Jahres gestrichene Hilfe von USAID, die viele Partnerschaften ins Wanken brachte. Da fehlen – mehr oder weniger plötzlich – Gelder, die jahrelang sicher geflossen sind. Und dann muss es schnell gehen. Ein Förderantrag dauert zu lange, lieber mal eben Privatpersonen anschreiben. Sollen die doch den Fehlbetrag ausgleichen. Für eine strategische Kampagne („Wir haben hier ein tolles Projekt. Bis zum Zeitpunkt X brauchen wir Summe Y, damit es umgesetzt werden kann. Mach mit!“) ist keine Zeit. Betteln geht schneller. Denn es ist näher an den eigenen Befindlichkeiten: „Uns geht es schlecht, und das muss jetzt mal gesagt werden. Sicher werden ein paar Menschen unsere Not verstehen und einspringen.“ Ja, werden sie. Aber zu welchem Preis? Werden sie die Organisation in Zukunft wieder als Macherin sehen, die Projekte sicher wuppen kann?

Betteln ist manchmal der nächstliegende Gedanke. Aber Betteln ist kein Fundraising. ■

Dipl.-Psych. **Danielle Böhle** berät seit 2010 gemeinnützige Organisationen. Die Expertin für Spenderpsychologie mit Schwerpunkt Spenderbindung vermittelt ihren Kunden mit Leidenschaft und Expertise den notwendigen Blick für die Spenderperspektive. Dazu führt sie regelmäßig organisationsspezifische Spenderbefragungen und Spenderinterviews durch.

► www.goldwind-bewirken.de