

Fundraising

Erarbeitete¹ Prinzipien für gelungenes Fundraising:

Erfolgreiches Fundraising bedarf einiger Prinzipien, die den Erfolg wahrscheinlicher machen:

- **Hingehen**
Das bedeutet aktiv Rausgehen (nicht im Büro warten, ob jemand zur Sprechstunde kommt). Es bedeutet auch die Augen und Ohren offen halten, ob Menschen für bestimmte Anliegen sensibel sind und diese Sensibilität als Ressourcen der Bindung betrachten.
- **Konkret sein**
Unterstützung will konkret sein. Es muss um Anliegen gehen, die man beschreiben und angreifen kann und über die man gute Geschichte erzählen kann. Damit wird **Identifikation** für diejenigen ermöglicht, die unterstützen sollen.
- **Emotionalität** zurückgeben
Die Emotionalität ist wahrscheinlich dadurch herstellbar, dass das Anliegen in einem von drei emotionalen Zuständen beschrieben wird:
 - a. Es kann ein Ungleichgewicht (Dominanz) ausgeglichen werden (Einen ungerechten oder unfairen Zustand ausgleichen)
 - b. Es kann eine Balance hergestellt werden.
Das Leben oder Lebensstrukturen sind einseitig vollzogen und dies kann balanciert werden, wie z.B. gutes Essen herstellen, Generationen-Wohnen (Balance zwischen den Generationen) udgl.
 - c. Es kann ein Risiko für eine gute oder innovative Sache eingegangen werden. Jemand will etwas Neues einführen oder ausprobieren, aber es gibt keine Garantie, dass es funktioniert. Wenn sich jedoch herausstellen sollte, dass es funktioniert, dann ist man der Zeit voraus.
- Eine **überraschende Inszenierung** gestalten
Fundraising braucht Aufmerksamkeit. Aufmerksamkeit, mit der man überraschen will entsteht meist - wie bei guten Witzen auch - durch das Verknüpfen von unterschiedlichen Kontexten. Bsp: Sofa (Entschleunigung, langsame, persönliche Begegnungen) in der Einkaufspassage (Geschwindigkeit, schnelle, unpersönlichere Begegnungen).
- Andere bzw. verschiedene **Welten verbinden**
Erst durch die Fähigkeit, sich in verschiedene soziale Welten einklinken zu können,

¹ Die Prinzipien und Elemente des Fundraisings wurden auf Grund eines Vortrages von Reinhard Jungwirth und Sonja Merz (Fundraising der Evang. Landeskirche Bayern) im Gespräch mit den Teilnehmenden herausgearbeitet.

erkennen sich Menschen wieder als Bürgerinnen und Bürger einer modernen Gesellschaft. Soziale Mobilität ist ein wesentlicher Faktor eines modernen Citizenship geworden. Über die Gabe / Spende kann den Menschen ein Angebot für dieses „Einklinken“ gemacht werden.

Wichtig ist es hier mit bekannten Gesichtern zu arbeiten, die eine Reputation in ihrer eigenen Welt (z.B. Sportler als positive Vertreter ihrer Sportart, usw.) und besser noch in mehreren Welten (z.B. Ulrich Wickert oder Mario Götze als Paten und Gesicht für Plan International) genießen. Hier wird es Gebenden erleichtert, sich diesen bekannten Gesichtern „anzuschließen“, d.h. symbolisch in ihrer Nähe zu sein.

- **Aufmerksamkeit** schenken

Wer Geld gibt, möchte in der Regel auch wissen, was damit passiert. Jedenfalls ist es für einen Gebenden nachhaltig beruhigend, wenn der „Sinn“ im Augenblick der Gabe (der immer einer bestimmten Situation entspringt) auch im Nachhinein bestätigt, ja sogar vertieft wird. Daher ist es wichtig, dass Geldgeberinnen und Geldgeber immer wieder „reingeholt“ werden, indem man ihnen berichtet und womöglich auch durch kreative Formen eine Vergewisserung ihres Sinns anbieten kann. *Ein* wichtiges Medium dieser Vergewisserung sind Medien, die den Gebenden als Leserinnen und Leser ansprechen.

- **Danke** sagen

„Das Danke“ kann in verschiedenen Formen erfolgen, z.B. über die Medien, über ein persönliches Anschreiben oder Kontakt, über Beziehungszugänge über symbolische Akte wie eine Geschenkübergabe udgl. Der/die Gebende bekommt etwas zurück für die Gabe. Dadurch erhält die Gabe erst ihren inklusiven Charakter.

Schritte eines Fundraising-Prozesses (möglicher inhaltlicher Projektablauf):

Wie kann ein Fundraising Modell erstellt werden?

Beim Netzwerktreffen wurden dazu sieben Schritte herausgearbeitet:

1. **Idee**

Die Idee so konkret und kompakt wie möglich beschreiben. Die Idee soll es den potenziellen Gebenden ermöglichen, einen Sinn herzustellen.

2. **Relevante Umwelten einbeziehen**

Wer sind die Beteiligten, die Nutzenden dessen was finanziert werden soll, wer ist mit dem Vorhaben verbunden und wer sind die Akteurinnen und Akteure, die verschiedene soziale Welten verknüpfen können? Mit einer Darstellung dieser Aspekte wird das Vorhaben sichtbar auf breitere Beine gestellt, was einem/r

Gebenden die Identifizierung mit ihrer/ seiner Gabe erleichtert, weil der gesellschaftliche Sinn damit erhöht wird. Die / der Gebende wird damit selber Teil dieser Einbettung.

3. **W-E-B (Wissen – Emotionaler Aspekt – Beteiligung)**

Jedes Projekt oder Vorhaben, für das finanzielle Ressourcen zur Verfügung gestellt werden sollen soll „WEB-basiert“ kommuniziert werden.

Wissen: Ein gefundener Sinn ist stärker, wenn dazu auch eine gute Auskunft gegeben werden kann. D.h. einer/m Gebenden diese Möglichkeit der Sprach- und Auskunftsfähigkeit „seines“ Projektes zu geben. Das ermöglicht ihm oder ihr auch in seinem Netzwerk dazu zu sprechen.

Emotion: Bei der Emotionalen Bindung die prägende Form der Emotion wählen (siehe die Prinzipien: Dominanz bzw. der Ausgleich von Dominanz, Balance oder Reiz, welches meist mit Risikolust in Verbindung steht).

Beteiligung: In welcher Form können sich Gebende am Projekt über die Gabe hinaus beteiligen? Jedenfalls soll eine Beteiligung angeboten werden. Dies verlangt oft Fingerspitzengefühl.

4. **Öffentliche Inszenierung**

Eine öffentliche Inszenierung, die bekannte und anerkannte „Gesichter“ anbietet, um den Gebenden eine bessere Identifikation (Zugehörigkeit) zu ermöglichen.

5. **Form der finanziellen Beteiligung anbieten**

Die Form der finanziellen Beteiligung kann vielfältig sein. Sie soll dem Potenzial und der Bereitschaft der Gebenden angemessen sein, z.B. einmalige Gabe, regelmäßige Gabe, geldwerte Gaben, Geldgaben.

Die Schritte 4 und 5 können zirkulär inszeniert werden. Manche Projekte verlangen längere Aufmerksamkeiten bzw. territorial spezifizierte oder Milieuspezifische Inszenierungen, wozu auch die Form der Beteiligung jeweils angemessen angeboten werden muss.

6. **Fortlaufende Information über den Fortschritt anbieten**

Eine Idee und Konzeption, wie über das Projekt und dessen Verlauf informiert wird. Hier ist es sicher von Vorteil sowohl „Traditionelle“ als auch moderne technische Formen der Kommunikation zu nutzen.

7. **Fest oder Anderes als Dankeschön!**