

Vom Bettler zum Dienstleister

Paradigmenwechsel im Selbstverständnis von Fundraising

Von Joachim Dettmann

In meiner Eigenschaft als Berater für Fundraising erlebe ich in der Arbeit mit Spenden-Organisationen immer wieder, dass die Mitarbeiter in Sachen Mailing verächtlich von „Bettel-Briefen“ oder „Geld eintreiben“ reden. Doch bei der Finanzierung von sozialer Arbeit geht es weder um „betteln“ oder „Klinken putzen“ und schon gar nicht um „Geld eintreiben“. Die erste Voraussetzung für Erfolg ist, dass die Mitarbeiter und insbesondere die Führungskräfte ein derart negatives Vokabular gänzlich aus ihrem Wortschatz löschen. Denn die Sprache bestimmt das Denken, und das Denken das Handeln. Das heißt: Wer in der Kommunikation mit (potenziellen) Spendern das Selbstverständnis eines „Bettlers“ oder „Geldeintreibers“ hat, der wird sich auch (unbewusst) als Bittsteller verhalten und vom Gesprächspartner wahrgenommen. Erfolgreiches Fundraising ist so jedenfalls nicht möglich.

Fundraising ist vielmehr die „Lehre von der Freude am Spenden“. Menschen helfen gerne anderen Menschen, und im Fundraising gilt es, die Freude der Menschen am Spenden zu entdecken und zum Wohle der Allgemeinheit zu fördern. Fundraising ist daher in erster Linie Umgang mit Menschen. Denn es verbindet die Gefühlswelt und Wünsche der Förderer (ausgedrückt in der Vision von einer besseren Welt) mit den Zielen der Nonprofit-Organisation (ebenso die Vision von einer besseren Welt, formuliert in der Satzung als Zweck, Aufgabe, Botschaft).

Fundraising, das auf der Höhe der Zeit ist, muss also den Menschen erreichen. Erfolgreich ist, wer den Förderer als Wesen mit Ängsten, Hoffnungen, Träumen behandelt und ihn nicht zum finanziellen oder personellen Lückenbüßer degradiert. Erfolgreiches Fundraising ist deshalb in der Praxis ein partnerschaftliches „Friend-Raising“. Es geht darum, Menschen zu gewinnen, die der Organisation freundschaftlich gesonnen sind und diese daher unterstützen. Das heißt: Fundraising denkt und handelt grundsätzlich aus der Sicht eines Förderers. Mehr noch: *Fundraising ist so grundlegend, dass man es nicht als separate betriebliche Aufgabe betrachten darf; Fundraising umfasst vielmehr die gesamte Spenden-Organisation, und zwar vom Endergebnis her betrachtet, das heißt vom Standpunkt des Förderers* (vgl. Wikipedia). Die zentrale Frage ist hier: Was hat der Förderer davon, wenn er uns etwas gibt? Dazu sollte man wissen: Was will der Geber? Wie denkt er? Welche Vorstellung von einer besseren Welt hat er?

In vielen Organisationen muss sich also die Denkweise ändern: Von der selbstzentrierten Darstellung mit Bettelhaltung („Wir sind ..., wir haben ..., wir brauchen ...“) hin zu einem modernen, Spender orientierten Dienstleistungsunternehmen, das sich als kompetenter Partner in Sachen „working for a better world“ erweist. Dieser Paradigmenwechsel gilt für die

Umsetzung der sozialen Arbeit ebenso wie für das Selbstverständnis im Fundraising. Denn wenn Sie Menschen helfen, ihre Vision von einer besseren Welt zu verwirklichen, dann werden diese Ihnen helfen, Ihre Vision bzw. die Ziele der Organisation zu verwirklichen.

Für die Arbeit und das Selbstverständnis im Fundraising bedeutet das: Man bettelt nicht um Geld, sondern man unterbreitet einem Förderer ein (attraktives) Angebot wie etwa „Mit 100 Euro ermöglichen *Sie* die Klassenfahrt für drei Kinder“. Mit einer solchen Ansprache entsteht beim Fundraiser erst gar nicht das Gefühl bzw. die innere Haltung, als Bettler oder Geldeintreiber aufzutreten, selbst dann nicht, wenn der Gesprächspartner das Angebot nicht annimmt. Zugleich wird in dieser Weise ein (potenzieller) Spender aktiviert und eine mögliche Hilfeleistung gewürdigt. Und in der Tat sind es ja in erster Linie die Förderer, die eine bessere Welt ermöglichen, und weniger die Nonprofit-Organisation, die gleichsam „nur“ als Makler zwischen Geber und Empfänger vermitteln. Schließlich wollen Förderer auch die Gewissheit haben, dass ihre Spende möglichst effektiv und effizient verwendet wird. Dazu vertrauen sie am ehesten einem seriösen und kompetenten sozialen Dienstleister.

Joachim Dettmann ist selbstständig tätig als Berater und Trainer für Fundraising & Organisationsentwicklung; Profil, Services und Referenzen unter www.fundraising-dettmann.de

Dieser Beitrag wurde erstmalig veröffentlicht unter www.bildungsspender.de