

6.3 Spender zu Multiplikatoren machen

So funktionieren Spendenaktionen.

Johanna Hartung, Politikwissenschaftlerin

Mit dem Internet kann jeder engagierte Nutzer zum Botschafter eines sozialen Projekts werden. Entscheidend dafür sind seine Überzeugung und ein soziales Netzwerk, über das er viele Menschen erreicht. Aus einfachen Spendern werden so Multiplikatoren und Fundraiser. Wie gelingt es Organisationen, diese Multiplikatoren zu identifizieren und zu motivieren?

Multiplikatoren verbreiten das Anliegen einer Organisation weiter, indem sie Nachrichten auf Twitter retweeten (siehe Kapitel 3.7), auf Facebook Freunden von ihrer Spende erzählen (siehe Kapitel 3.5) oder selbst eine Spendenaktion starten. Damit erhöhen sie die Zahl derer, die von dem Projekt erfahren, und vermitteln eine persönliche Botschaft: Ich setze mich für etwas Gutes ein.

Die drei größten Potenziale von Multiplikatoren:

- Durch ihre persönlichen Kontakte haben sie einen schnellen und emotionalen Zugang zum Netzwerk.
- Das Verhältnis zu ihren Kontakten im Netzwerk beruht auf Vertrauen.
- Sie können ihr Netzwerk von der Notwendigkeit der Hilfe überzeugen und es zum Spenden motivieren.

Spendenaktionen werden immer wichtiger

Anlässe für eine Spendenaktion gibt es viele: ein runder Geburtstag, der nächste Halbmarathon oder eine Fernreise, die das Bedürfnis geweckt hat, den Menschen vor Ort zu helfen. Ein Beispiel: Christian und Jasmin radeln von Creglingen bis Peking und bitten ihr Netzwerk aus Freunden und Bekannten um eine Ein-Cent-Spende pro Kilometer, um eine Augenklappe in Kambodscha unterstützen zu können.

Eine einfache und effektive Möglichkeit, Spendenaktionen zu organisieren, bieten Online-Spendenplattformen. Im deutschsprachigen Raum sind das vor allem betterplace.org, Alvarum und Helpedia; darüber hinaus bieten Altruja und FundraisingBox ein Spendenaktionstool zur Integration auf der eigenen Website (mehr zu Spendenformaten auf S. 20).

Eine Spendenaktion erfolgt in fünf Schritten:

1. Der Spendenaktionsmacher registriert sich auf der Plattform.
2. Er wählt ein vorhandenes Projekt aus.
3. Er gestaltet die eigene Spendenaktionsseite.
4. Er informiert Familie, Freunde und Kollegen über E-Mail, Facebook und Twitter oder die eigene Webseite.
5. Die Aktionsmacher verfolgen das Ergebnis mit und bedanken sich bei den Spendern direkt über das Aktionstool.

Spendenaktionen liegen im Trend

In Großbritannien und den USA sind Spendenaktionen mittlerweile zum bedeutendsten Werkzeug des Fundraisings geworden. Auf der Aktionsplattform JustGiving wurden seit 2001 mehr als drei Milliarden Euro über Spendenaktionen gesammelt, 12 Millionen Nutzer sind auf der Plattform registriert. Für die amerikanische Organisation charity: water haben Multiplikatoren im Jahr 2013 neun Millionen US-Dollar gesammelt. Auch in Deutschland wird die Bedeutung von Multiplikatoren im Fundraising in den nächsten Jahren stark steigen (siehe das Beispiel L'appel auf Seite 121).

Für Organisationen liegen die größten Chancen von Spendenaktionen darin, neue Kreise über einen persönlichen Kontakt und eine glaubwürdige Botschaft zu erschließen. Sie können mit Spendenaktionen auch den Kontakt zu wichtigen Unterstützern festigen. Darüber hinaus lässt sich die Fundraising-Effizienz steigern, indem Aufgaben an Multiplikatoren übertragen werden, und damit Wirkung entfalten, die die eigenen Organisationskapazitäten übersteigt.

Zutaten für erfolgreiche Spendenaktionen

Identifiziert sich der Spender stark mit einem sozialen Projekt und dessen Begünstigten, ist ein wichtiger Grundstein gelegt. Diese Identifikation kann die Organisation für sich nutzen, indem sie den Spender einlädt, persönlich von seinem Engagement zu berichten, zum Beispiel auf einer Spendenaktionsseite. So wird der Spender zum Multiplikator. Multiplikatoren können eigene Gründe für ihr Engagement überzeugend weitergeben, über ihre Erfahrungen mit der Organisation berichten und so ihr Netzwerk zum Spenden motivieren. Im besten Fall gelingt es dem Multiplikator, ein Gemeinschaftsgefühl herzustellen: Wir können gemeinsam und messbar dazu beitragen, ein bestimmtes Projekt zu finanzieren, und damit benachteiligten Menschen helfen.

Zur Vorbereitung und Planung einer Spendenaktion gehört das Festlegen des Spendenziels. Das Spendenziel sollte die Multiplikatorin und die Spender motivieren! Bei zu niedrig gesteckten Zielen besteht die Gefahr, das Potenzial nicht voll auszuschöpfen, zu hoch gesteckte Ziele können demotivieren. Am besten wird das Spendenziel an konkreten Bedarfen des Projektes festgemacht – so wird auch deutlich, was mit dem gespendeten Geld erreicht werden kann. Für ein realistisches Spendenziel ist es hilfreich, wenn man das eigene Netzwerk und dessen Spendenbereitschaft gut kennt.

Vorteilhaft ist, wenn der Multiplikator bereits Erfahrung im Spendensammeln hat. Eine US-amerikanische Studie hat herausgefunden, dass erfahrene Multiplikatoren doppelt so effektiv im Spendensammeln sind wie Neulinge. Ein Beispiel von betterplace.org bestätigt das: Der Nutzer Christoph hat die letzten sechs Jahre zu seinem Geburtstag über betterplace.org mithilfe von YouTube und Facebook Spenden gesammelt. Im ersten Jahr waren es 304 Euro, im vierten Jahr schon 4.086 Euro, und im sechsten Jahr hat er bereits 12.930 Euro gesammelt.

Die ersten Stunden einer Spendenaktion sind entscheidend für den Erfolg. Gehen gleich zu Beginn wenige Spenden ein, besteht die Gefahr, dass der Multiplikator die Motivation verliert. Die besten Freunde und die Familie vorab zu informieren und zu bitten, gleich zu Beginn zu spenden, kann deshalb eine positive Wirkung auf die weiteren Beiträge haben. Motivierend kann auch sein, eine Spendenaktion im Team zu starten, gemeinsam Inhalte zu erstellen und sich doppelt über die Erfolge zu freuen.

Multiplikatoren identifizieren und unterstützen

Da Multiplikatoren für Organisationen wichtige Aufgaben im Fundraising übernehmen, ist es wichtig, sie zu finden, zu unterstützen, zu motivieren und den Kontakt zu pflegen. Ein paar Empfehlungen:

- Identifiziere potenzielle Multiplikatoren. Hier kann deine Spender-Datenbank wichtige Auskünfte geben (mehr zur Spendersegmentierung auf Seite 132). Bei welchem Dauerspender steht ein runder Geburtstag an? Wer hat ein Projekt besucht und kann über eigene Erfahrungen berichten? Wer hat bereits eine Spendenaktion durchgeführt?
- Verweise aktiv auf die Möglichkeit einer Spendenaktion und erkläre, wie Multiplikatoren eine Spendenaktion für das Projekt anlegen können. Nenne für Fragen oder Unklarheiten einen Ansprechpartner.

- Stelle Vorlagen und wertvolle Tipps für eine gelungene Spendenaktion zur Verfügung. Dazu zählen auch Hinweise für das Festlegen realistischer Spendenziele. Stelle Erfolgsbeispiele vor.
- Wichtige Informationen über deine Organisation wie Vision, Grundsätze und Leitlinien solltest du den Spendenaktionsmachern unbedingt vorab schicken. Wichtig ist auch, dass sie verständlich aufbereitet sind.
- Würdige nach Ende der Spendenaktion die Arbeit des Multiplikators. Nutze die Chance, eine langfristige Beziehung aufzubauen und ihn an den Aktivitäten und Erfolgen der Organisation teilhaben zu lassen.
- Veröffentliche einen Beitrag über erfolgreiche Spendenaktionen auf der Website oder im Newsletter. Das motiviert Multiplikatoren und solche, die es werden wollen.

Drei gute Beispiele für „spenden statt schenken“:

 Christoph hat zum zweiten Mal in Folge erfolgreich um Spenden statt Geschenke gebeten. Das Geld geht erneut an eine Bildungseinrichtung für AIDS-Waisen in Südafrika. 161 Spender haben 4.086 € gesammelt. → Christophs „Spendenrap“	 Saskia verzichtet auf Geschenke zu ihrem Geburtstag. Ihre Freunde haben für das Waisenheim in Uganda gespendet, in dem Saskia gerade einen Freiwilligenaufenthalt verbracht hat. 16 Spender haben 671 € gesammelt. → Saskias Spendenaktionsseite	 Auch Rike hat sich Spenden statt Geschenke gewünscht. Die Spenden hat sie zwischen einem Schulprojekt in Äthiopien und einer Aufzuchtstation für Elefantenwaisen in Kenia aufgeteilt. 26 Spender haben 500 € gesammelt. → Rikes Geburtstags-Spendenaktion
--	--	---

Abbildung 27: Auf [betterplace.org](https://www.betterplace.org) findest du Beispiele für gelungene Spendenaktionen:
→ www.betterplace.org/de/collect-donations/birthday-fundraising-events