

6.4 „Das war sicher nicht unsere letzte Spendenaktion!“

Johanna Hartung über ihre erfolgreiche Spendenaktion.

Als 2014 die Ebola-Krise in Westafrika ausbrach, war die Studentin Johanna Hartung mit ihrem Freund im Senegal. Schnell starteten die beiden eine Spendenaktion auf betterplace.org, um für die Ausstattung einer Isolierstation im nahen Liberia zu sammeln. 8.500 Euro kamen zusammen! Im Interview erzählt Johanna, was sie motiviert hat, zu helfen, und warum die Aktion so ein großer Erfolg war.

Wieso habt ihr eine Spendenaktion für Liberia gestartet?

Wir erlebten bei den Menschen vor Ort eine große Unsicherheit und Angst, dass das Virus auch auf den Senegal überspringen könnte. In Sierra Leone, Liberia und Guinea starben in dieser Zeit bereits viele hundert Menschen pro Woche! Auch weil in Europa die Hilfe nur sehr zögerlich anrollte, wollten wir selbst aktiv werden und über unsere Spenden hinaus eine größere Wirkung erzielen.

Also startetet ihr eine Spendenaktion. War das aufwendig?

Nein, ich hatte ja auch schon im Jahr davor zu meinem Geburtstag eine Spendenaktion für syrische Flüchtlinge organisiert. Das hatte gut geklappt und ich war überzeugt, auch mit der Ebola-Spendenaktion viele Freunde zu einer Spende motivieren zu können.

Was muss man für eine Spendenaktion tun?

Wir haben zunächst das Projekt von action medeor ausgewählt, dorthin sollten die Spenden fließen, um die Ausstattung zweier Isolierstationen in Liberia zu finanzieren. Für die Online-Präsenz der Spendenaktion auf betterplace.org hat Jonas ein Foto ausgesucht, das er im Jahr zuvor in Liberia gemacht hatte. Unter der motivierenden Überschrift „Gemeinsam gegen Ebola: Deine Spende für Westafrika“ habe ich im Text unser Anliegen erklärt. Als die Aktion dann online war, haben wir per E-Mail unsere Familien, Freunde und Bekannte benachrichtigt. Außerdem haben wir einen Hinweis auf unsere Facebook-Profile gestellt und als Erstes selbst für die Aktion gespendet, um die Sache ins Rollen zu bringen.

Wie viele Menschen konntet ihr motivieren?

Wir hatten uns echt viel Mühe gegeben mit der Spendenaktionsseite und auch einige Spenden erwartet. Mit solch einem Erfolg hatten wir aber nicht gerechnet: 133 Menschen haben 8.500 Euro gesendet!

Super! Konntet ihr Erfolgsfaktoren identifizieren?

Die Rückmeldungen haben uns gezeigt, dass unser persönlicher Spendenaufruf eine wichtige Rolle gespielt hat. Wir haben eine sehr persönliche Beziehung zum Thema Ebola hergestellt. Durch unsere geographische Nähe, die intensive Recherche und das konkrete Projekt waren wir glaubwürdig und authentisch.

Welcher Kanal hat für die Ansprache der Spender am besten funktioniert?

Vor allem über E-Mail und die direkte Ansprache haben wir Menschen zu größeren Spenden motiviert. Per E-Mail landete die Spendenaktion zum Beispiel auch in den Lehrerkollegien unserer alten Schulen. Auf Facebook wurde die Aktion von mehr als 250 Menschen geliked und 27-mal geteilt. Doch je weiter die Kreise wurden, die unsere Spendenaktion zog, desto geringer war auch die Verbundenheit mit uns, und damit sank auch die Spendenbereitschaft.

Was nehmt ihr aus dieser Erfahrung mit?

Für uns war es toll, mithilfe unserer Familien und Freunde einen echten Beitrag zur besseren Versorgung von Ebola-Kranken leisten zu können. Trotz der ersten Lage in Westafrika hat es uns auch Spaß gemacht, nach dem Start der Aktion die Beteiligung auf unserer Spendenaktionsseite zu verfolgen und mitzufiebern. Über das Benachrichtigungstool haben wir uns bei allen Spendern bedankt und wichtige Informationen zum Projekt und der Ebola-Krise versendet. Im Lauf der Aktion haben wir uns über viele anerkennende Nachrichten aus unserem Netzwerk, auch von betterplace.org und action medeor, gefreut. Das war sicher nicht unsere letzte Spendenaktion!

→ www.betterplace.org/de/fundraising-events/ebola



Johanna Hartung

Erfolgreiche Spendenaktionsmacherin