

# FUNDRAISING magazin



*Spender-  
Bindung:*

*Was funktioniert  
und was nicht.*



#### Online-Magazin

Best-Practice, Termine, Ideen ...  
Wissen, das alle weiterbringt:  
[web.fundraising-magazin.de](http://web.fundraising-magazin.de)



#### Fundraising-Shop

Fachbücher, Magazine und  
Nützliches finden Sie unter  
[shop.fundraising-magazin.de](http://shop.fundraising-magazin.de)



#### Fundraising-Jobs

Kostenlose Job-Börse für  
NGOs rund ums Fundraising:  
[fundraising-jobs.de](http://fundraising-jobs.de)

## Mehr als nur ein Dankeschön



Laut Marktforschung spendet heute bereits jeder zweite Deutsche an eine Organisation, die er bereits kennt. Fünf Dinge, die Menschen an Verein und Stiftung binden. [Seite 20](#)

## Danken Sie schon oder lobhudeln Sie noch?



Der Dankbrief ist mittlerweile bei fast allen Organisationen Standard. Doch es gibt reichlich Potenzial für Verbesserungen. Wie Sie wirkungsvolle Dankbriefe schreiben. [Seite 22](#)

## „Wenn ich spende, bekomme ich nur wieder so viele Briefe“



Ein Jahr, 20 Organisationen. Auf dem Weg zur datenbasierten Spenderkommunikation – eine Benchmarking-Studie. [Seite 24](#)

## Lust auf ein weiteres Date?



Es ist relativ einfach, einen Menschen für eine spontane Erstspende zu gewinnen. Dieselbe Person allerdings für eine Zweitspende oder gar dauerhaft für eine monatliche Spende zu gewinnen, gehört zur höheren Kunst des Fundraisings. [Seite 26](#)

## Zweite Chance für gute Freunde



Einmal weg, immer weg? Das muss nicht zwangsläufig für Spenderinnen und Spender gelten, die über einen längeren Zeitraum nichts gegeben haben. Wann es sich lohnt, in Spenderreaktivierung zu investieren. [Seite 28](#)



# Danken Sie schon oder lobhudeln Sie noch?

## Wie Sie wirkungsvolle Dankbriefe schreiben

Der Dankbrief ist mittlerweile bei fast allen Organisationen Standard. Richtig so. Schließlich ist der Dank nachweislich der größte Treiber der Spenderbindung – sofern er richtig eingesetzt wird. Leider strotzen die meisten Dankbriefe nur so vor Selbstlobhudelei und vergessen, um wen es eigentlich geht.

Von DANIELLE BÖHLE

Danken macht Spaß! Wenn Sie jetzt schon den Kopf schütteln, gehören Sie wohl auch zu den Fundraiserinnen und Fundraisern, die monatlich, vierteljährlich oder jährlich mit einer neuen Version des ewig gleichen Dankbriefs ringen. Dabei macht danken wirklich Spaß. Oftmals braucht es nur eine Verschiebung der Perspektive, um den Dreh zu finden, der den Dank wirkungsvoll macht. Das bedeutet, dass er sowohl diejenigen berührt, die den Dank erhalten, als auch diejenigen, die ihn verfassen. Dann haben Sie alles richtig gemacht.

Das Problem vieler Dankbriefe: Sie sind eine einzige Selbstlobhudelei. Und die zu verfassen macht den wenigsten Spaß. Zwischen einem „Vielen Dank für Ihre Spende“ zum Einstieg und einem abschließenden „Nochmals Danke für Ihre Unterstützung!“ kommt vor allem die Organisation selbst zu Wort. Da wird detailliert aufgezählt, was die Organisation Tolles leistet und wofür sie selbst ein Schulterklopfen verdient. Die Wortwahl ist dabei gerne sachlich fachlich korrekt – im besten Förderantragsdeutsch. Den Spenderinnen und Spendern bleibt nur, zustimmend zu nicken, den Brief wegzulegen und zu vergessen. Wie schade!

### Einfache Regeln

Wenn Sie besser danken möchten, beherzigen Sie die folgenden Regeln: Ein Dankbrief mit Wirkung ist spenderzentriert und nimmt sich selbst zurück. Nehmen Sie Ihren letzten Dankbrief zur Hand und zählen Sie Worte wie „wir, uns(ere), [Name Ihrer Or-

ganisation]“ vs. „Sie, Ihnen, Ihre“. Letztere sollten deutlich überwiegen.

Ein Dankbrief mit Wirkung ehrt die Geberinnen und Geber und stellt nicht das Lob für die eigene Arbeit in das Zentrum des Textes. Schreiben Sie also nicht: „Vielen Dank für Ihre Spende. Damit konnten wir... leisten“. Schreiben Sie stattdessen: „Mit Ihrer Spende konnten Sie... bewirken.“

Ihnen ist „vielen Dank“ zu abgedroschen? Dann versuchen Sie es mit einem enthusiastischeren: „Es erfüllt uns mit großer Freude / es macht uns stolz / wir finden es toll / es ist ein Segen, ... dass Sie sich engagieren“. Ihre Freude überträgt sich auf die Spenderinnen und verstärkt die Anerkennung.

### Kurze, anschauliche Sätze

Ein Dankbrief mit Wirkung ist anschaulich und versteckt sich nicht hinter Kompetenzgebaren. Eliminieren Sie dröge „Bürokratiesprache“ sowie generell alle Worte mit mehr als 20 Buchstaben. Schreiben Sie in kurzen,

anschaulichen Sätzen, die jede und jeder versteht, der nicht täglich mit Ihren Projekten zu tun hat. Seien Sie dabei so konkret wie möglich. Nur dann erzeugen Sie Bilder im Kopf, die bleiben.

Testen Sie es aus: Was sehen Sie vor Ihrem geistigen Auge, wenn Sie folgendes Wort lesen: *Gesundheitsversorgung*? Welche Bilder entstehen jetzt: Krankenhaus, Ärztin, Pfleger, Mullbinde, Aspirin?

### Emotionale Geschichten funktionieren

Ein Dankbrief mit Wirkung berührt die Herzen und nicht den Verstand! Storytelling ist nicht den Spendenaufrufen vorbehalten. Erzählen Sie eine emotionale Geschichte, statt nüchtern zu berichten. Geschichten gehen ins Herz – auch beim Danken. So also besser nicht: *„Dank Ihrer Spende steuern wir auf unser gemeinsames Ziel zu: ein inklusives Bildungssystem, die uneingeschränkte*

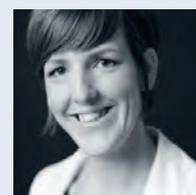
*Teilhabe am Arbeitsleben sowie Barrierefreiheit. Dafür haben wir in inklusive Technik investiert.“* Stattdessen: *„Das Vorlesegerät war die ersehnte Rettung. Endlich konnte Lena ihren Abschluss machen – zusammen mit nichtblinden Mitschülerinnen und Mitschülern. ‚Es war schön, Teil einer ‚normalen‘ Klasse zu sein‘, berichtet Lena und strahlt dabei. Jetzt freut sie sich auf ihr Informatikstudium. Sie kann kaum erwarten, dass es losgeht. Die Freude von Lena geben wir gerne an Sie weiter. Dank Ihrer Spende...“*

### Authentisch sein

Die allerwichtigste Regel aber ist diese: Seien Sie authentisch. Denken Sie beim Schreiben eines Dankbriefes nicht an eine anonyme Masse vieler Spenderinnen und Spender, denen Sie gleichzeitig schreiben. Stellen Sie sich stattdessen vor, wie Ihnen eine Person gegenübersteht und 50 Euro

in die Hand drückt. Was würden Sie dieser Person sagen, um ihr zu danken?

Wenn Sie sich von Herzen über dieses Geldgeschenk freuen, bringen Sie genau diese Freude zum Ausdruck. Berichten Sie von einer Begebenheit, die Sie selbst in Ihrer Organisation zuletzt berührt und begeistert hat. Dann finden Sie schnell die richtigen Worte. Dann macht Danken Spaß. Beiden Seiten. ▣



Dipl.-Psych. **Danielle Böhle** berät seit mehr als zehn Jahren gemeinnützige Organisationen mit ihrer Agentur „Goldwind“. Die Expertin für psychologisch wirksame Spenderkommunikation

unterstützt ihre Kunden mit viel Leidenschaft bei Spenderansprache und Spenderbindung. Für den organisationsspezifischen Einblick in die Spenderpsychologie führt sie Spenderbefragungen durch.

► [www.goldwind-bewirken.de](http://www.goldwind-bewirken.de)

# Face to Face Fundraising.

Qualitativ. Transparent. Digital.

## Voiss

voiss.ch