

AKADEMISCHES

Die drei Erfolgsgeheimnisse regionaler Fundraiser

Die Direktorin der Stiftung, der eine 900 Jahre alte Burg gehört, blickt hinab ins Tal zu den Dörfern und kleinen Gewerbegebieten. Hastig lehrt sie den Becher Kakao, denn ihre Zeit ist knapp.

Neben ihr dröhnt ein Presslufthammer, ein Betonmischer fährt vor, Rufe schallen über den Hof. Die Burg wird saniert. Ein Riesenprojekt, das 7,5 Mio. Euro verschlingt. Moderne Architektur mit Glas und Beton trifft auf Türme und Zinnen des Mittelalters. Selbstverständlich koordiniert sie die Bauarbeiten. Parallel dazu steuert sie die neue Ausstellung im Museum. Zudem verantwortet sie Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising der Stiftung. Weitere Mitarbeiter oder gar ein extra Budget fürs Fundraising gibt es nicht. Das wird perspektivisch auch so bleiben. Allein schon der gedruckte Jahresbericht muss sich über Spenden tragen. Externe Fundraiser haben abgewunken, rein auf Provisionsbasis zu arbeiten.

Zufrieden ist sie mit den bisherigen Spendeneinnahmen aus ihren Mailings nicht. Damit kann sie keinen großen Sprünge machen. Sie weiß längst, dass sie sich mehr mit ihrer Person einbringen muss. Denn sie ist das Gesicht der Stiftung, allen im Umkreis bekannt. Sie wird geschätzt. Nachgefragt. Manche Mittelständler und Banken aus der Region sind offen für ihre Anfragen und warten nur auf ihre fortführende Gespräche. Einige Spender haben ihr signalisiert, dass sie ihr mehr geben würden, wenn sie nur mit ihnen spricht. Das Land honoriert ihre Initiativen. Das alles ist wertvoll und schön, doch eher ein Sammelsurium, denn eine schlagkräftige Gemeinschaft. Doch genau die braucht sie für ihre Stiftung. Das ist ihre einzige Chance als regionale Fundraiserin, nennenswerte Spendenerfolge anhaltend zu erzielen. Ohne viel Geld, ohne hauptamtliche Kollegen, mit ihrer bemessenen Zeit.

Also nimmt sie Anlauf, eine starke Community für ihre Stiftung aufzubauen. Sie will nun gezielt ihre eigene Persönlichkeit als Instrument zu Aufbau und Gestaltung eines Beziehungsgeflechtes einsetzen, in dem die einzelnen über das Anliegen verbundenen Akteure loyal zueinander stehen.

Dazu hakt sie nach. Welche Kompetenzen muss sie als regionale Fundraiserin mitbringen, um eine menschliche Gemeinschaft aufzubauen, die durch ihr gemeinsames Ziel zusammenhält und zusammenarbeitet? Welche Verhaltensweisen muss sie als Fundraiserin für diese klassische Führungsaufgabe weiter vertiefen? Wie kann sie zu einer Führungspersönlichkeit und Anführerin werden?

Zur Beantwortung dieser Fragen betrachte ich die wahren Stolpersteine bei der Umsetzung von Vorhaben. Die sind, leider, nicht Mechanismen oder Instrumente, sondern die eigene Persönlichkeit und die Bereitschaft, ernsthaft an der eigenen Persönlichkeitsentwicklung zu arbeiten.

Selbsterkenntnis ist die unabdingbare Voraussetzung für Persönlichkeitsentwicklung, ja Veränderungen überhaupt. Denn Veränderung beginnt immer bei uns als Einzelperson und nicht beim Anderen oder gar gleich bei einer ganzen Organisation.

Die Rolle als Anführer anzunehmen, betrachte ich als enorm anspruchsvollen persönlichen

Transformationsprozess. Wer allerdings bereit ist, die eigene Selbstzufriedenheit abzulegen und sich auf den Weg voller Veränderungen begibt, findet drei Disziplinen, in denen er lernen kann, nicht nur ein guter, sondern ein hervorragender Anführer bzw. regionaler Fundraiser zu werden.

Die drei Übungsfelder für regionale Fundraiser heißen: Sich selbst zu managen – Sein Netzwerk managen – Sein Team managen.

Managen ist für mich die Summe der Steuerungs- und Führungstätigkeiten, mit denen sich jeder um Routine und Innovation, Kontinuität und Wandel, Verwalten und Erneuern bemühen kann. In dem Spannungsfeld bewegen sich regionale Fundraiser.

Sich selbst zu managen schließt die notwendigen Veränderungen im eigenen Selbstbild und der eigenen Selbstwahrnehmung ein, um sich als Fundraiser mit anderen zu verbinden und sie zu beeinflussen. Zum Managen des eigenen Netzwerkes zähle ich alles, was die Arbeit eines Fundraisers mit den Playern in seinen Netzwerken geschmeidig macht. Zum Management des eigenen Teams und der Arbeit innerhalb der Organisation gehören all die Fähigkeiten, um aus Individuen Hochleistungsteams zu bilden, die mehr sind als die Summe der einbezogenen Einzelpersönlichkeiten.

Alexandra Ripken



Alexandra Ripken führt die Fundraisingberatung „Ziel & Plan“, die sich auf regionales Fundraising spezialisiert hat. Eine Vertiefung, wie Sie sich selbst, Ihr Netzwerk und Ihr Team managen, bietet ihr aktuelles Buch [„Der regionale Fundraiser, eine Systematik zum strategischen Netzwerken in der Region“](#).

Einen Kommentar schreiben