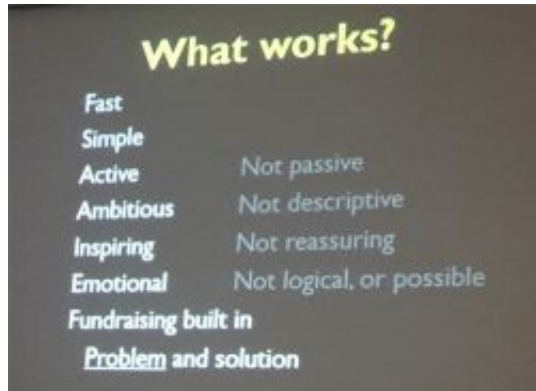


AKADEMISCHES

Warum große Ideen Menschenleben retten



Der International Fundraising Congress (IFC) ist eine Veranstaltung, bei der große Ideen Raum finden. Dort werden auch Sätze gesprochen wie: *Wenn Sie keine großen Ideen haben, sterben Menschen.* Wiebke Doktor war dabei und schaute, was dahinter steckt.

Am Ende einer Session mit einem mitreißenden Sprecher wie Alan Clayton erscheint der Satz: *Wenn Sie keine großen Ideen haben, sterben Menschen* durchaus berechtigt. An vielen Beispielen zeigt er, warum große Ideen für eine Organisation so wichtig sind. Aus Fundraising-Sicht schafft man es vor allem, mehr Menschen zu erreichen und als Unterstützer zu gewinnen. Dies wiederum macht mehr Aktivitäten und Programme möglich, um den Zweck, beziehungsweise die Vision einer Organisation zu erfüllen. Die Entwicklung einer großen Idee hat aber vor allem einen Effekt auf das Innere einer Organisation. Tragfähige Ideen müssen das Potenzial haben, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter immer wieder daran zu erinnern, warum sie sich engagieren. Sie geben eine Antwort auf die Frage: Warum es ihre Organisation geben muss. Die Formulierung einer Idee oder Vision kann dadurch verbindend wirken und neue Motivation schaffen. Dadurch strahlt die Idee nach außen und erreicht glaubwürdig die Nutzer und potenzielle Unterstützer.

Eine Untersuchung aus England stellte die Frage danach, was Fundraising in einer NPO wirkungsvoll macht und fand drei ausschlaggebende Faktoren:

1. Ein ausgereifter Plan
2. Die Organisationskultur
3. Eine verbindende, emotionale, große Idee

Große Ideen sind klar und simpel

Große Ideen entspringen nach Claytons Ansicht einem Moment großer Klarheit und Inspiration und beschreiben den innersten Antrieb einer Organisation. Sie sind simpel formuliert, ohne simpel zu sein. Zwei Beispiele:



Zum 50. Jubiläum der Cystic Fibrosis Society (Mukoviszidose) sollte ein neuer werblicher Auftritt kreiert werden. In der Befragung unter anderem von Betroffenen kam heraus, dass ein 50. Geburtstag Gefühle von Trauer oder Neid auslöst, weil viele Betroffene dieses Alter nicht erreichen. Daraus wurde der neue Antrieb, dieser Krankheit den Kampf anzusagen und einerseits Forschung, andererseits Vernetzung und Information Erkrankter zu fördern. Der Slogan des Jubiläums war gefunden: [Cystic Fibrosis is no party – We won't celebrate being 50 until everyone can.](#)

Auch der [Canal and River Trust](#), der sich für Wasserwege in Wales und England einsetzt und erst vor kurzem aus staatlicher Hand in eine Stiftung „ausgelagert“ wurde, musste sich neu definieren. Das Fundraising als neue Aufgabe sollte innerhalb der Organisation verankert werden. Mit einer Projektgruppe wurde auch hier die WARUM-Frage gestellt und in verschiedenen Bildern beantwortet, mit denen sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (hauptsächlich Ingenieure) identifizieren konnten. Ein Image-Film brachte diese Bilder zusammen und wurde zunächst intern präsentiert. Ich finde ihn ein gelungenes Beispiel dafür, dass die Organisation ganz bei sich geblieben ist und trotzdem eine große Idee präsentiert: „Our waterway network is a national treasure. It makes people's lives better. We're here to ensure that it is protected forever.“

Um große Ideen aufzuspüren und sichtbar zu machen ist es hilfreich die großartigen Momente der Arbeit zu sammeln, sogenannte Wow!-Momente. Dazu kommt die Beschreibung, wie die Arbeit der Organisation einen Unterschied macht, beziehungsweise machen kann im Leben von Menschen (Tieren, der Natur, ...). Was können wir am besten? Was tun wir wirklich gerne? Womit lassen sich auch Spender gewinnen? In der Schnittmenge dieser drei Fragen befindet sich die große Idee.

Verhindert wird eine konsequente Umsetzung und Kommunikation der Idee dann vor allem durch Kompromisse und die Befürchtung, sich angreifbar zu machen. Und wenn diese intern keine verbindende Wirkung haben. Deshalb brauchen große Ideen Menschen, die um sie kämpfen.

Hier noch ein paar Links zur Inspiration:

UNICEF: Jedes Kind hat das Recht auf eine Kindheit – wir sind dafür da, dass aus diesem Recht Wirklichkeit wird.

Oxfam: Für eine Gerechte Welt. Ohne Armut.

Macmillan Cancer Support: No one should face cancer alone.



Die Fundraising-Managerin **Wiebke Doktor** ist seit 2006 mit der Agentur [fundamente](#) selbstständig. Sie berät beim Auf- und Ausbau von Fundraising und erarbeitet dafür gemeinsam mit den Kunden schlüssige Konzepte. Sie ist Mitglied im Beirat des Deutschen Fundraisingverbandes und organisiert das Regionaltreffen in Duisburg.

(Bilder: Wiebke Doktor/privat)

Einen Kommentar schreiben