

Raus aus der Routine!

So holen Sie die Kreativität in Ihren Fundraising-Alltag

Kaum ein anderer Bereich war in den vergangenen Jahren so fundamentalen Veränderungen ausgesetzt wie das Fundraising – sei es die Suche nach einer effektiven Ansprache der Millennials, das Inkrafttreten der DSGVO oder die zunehmende Digitalisierung. Und von kaum einem anderen Bereich wird erwartet, diesem Wandel rasch und mit neuen Ideen zu begegnen. Wie schafft man es also, dem immensen Anpassungsdruck gerecht zu werden? Die Antwort ist so simpel wie herausfordernd zugleich: Holen Sie die Kreativität in Ihren Fundraising-Alltag.

Von **MARKUS FEILER**

Obwohl es eine Vielzahl von Definitionsansätzen gibt, werden zwei Hauptmerkmale immer wieder genannt: neu und nützlich. Der Kreativitätsforscher Siegfried Preiser beispielsweise sieht eine Idee als kreativ an, wenn diese neu ist und als sinnvoller Beitrag zur Problemlösung angesehen wird. Wie in der Kunst liegt jedoch das, was als neu und nützlich angesehen wird, im Auge des Betrachters. Hier tut es gut, die eigenen Spenderzielgruppen im Blick zu behalten. Denn eins ist unbestritten: Für diejenigen, die ihre Spender besonders erfolgreich ansprechen und sich von den anderen abheben möchten, heißt es jetzt, aus der Routine herauszukommen.

Was heißt eigentlich kreativ?

Damit kein Missverständnis entsteht: Routine hat im organisationalen Alltag ihre Berechtigung und ihren Mehrwert. Wenn es jedoch darum geht, Neues zu kreieren, wird dies in den allermeisten Fällen eines Ausbrechens hieraus und neuer Denkweisen bedürfen. Der bekannte Kreativitätsforscher Edward de Bono, auf den zahlreiche Kreativitätstechniken wie beispielsweise die



„6-Denk Hüte“ zurückgehen, unterscheidet in diesem Zusammenhang zwischen lateralem (seitlichem) und vertikalem (senkrechtem, geradlinigem) Denken. Bleibt das vertikale Denken in der gewohnten Richtung, hebt sich das laterale Denken durch kreative

Sprünge und völlig neue Ideen ab. Allerdings ist anzumerken, dass sich der praktische Nutzwert neuer Ideen häufig erst dann optimal entfaltet, wenn diese an bestehende Prozesse angeknüpft werden können.

Warum ist Raum geben so wichtig?

Kreativität beginnt mit Wahrnehmen. Wir müssen uns bewusst werden, was um uns herum passiert, um Verbindungen herzustellen und zu erkennen, wo es Änderungsbedarf gibt. Hierbei gehört die Identifikation von Trends genauso dazu wie das Wahrnehmen der Ideen des Teams und des eigenen Selbst. Allzu oft sind wir mit den alltäglichen Aufgaben überlastet. Umso wichtiger ist es, Räume zu schaffen und sich Zeit für kreative Ideenfindung zu



Buchtipp
Kreativität lässt sich nicht erzwingen. Trotzdem kann man Kreativität lernen und trainieren. Schlussendlich beruht Kreativität nämlich auf einem Gerüst aus Systematik und Disziplin. Unser Tipp: Lilo Endriss. Fahrplan für den Flow. Kreative Blockaden analysieren und mit Coaching auflösen. Springer Verlag. 2019. 208 Seiten. ISBN: 978-3-65825-737-8. [D] 37,99 €, [A] 39,06 €, CHF 53,10.

nehmen. Dies können beispielsweise regelmäßige Kreativmeetings, die Einrichtung einer Ideenbox als eine Art Kreativ-Hub, aber ebenso das Einplanen eines Risikobudgets für die Erstellung von Prototypen oder den Test neuer Fundraising-Maßnahmen sein. Beziehen Sie zudem Ihre Spender mit ein, fördern Sie Feedbacks und Anregungen und verbinden Sie diese mit Informationen aus Ihrem Berichtswesen.

Welchen Nutzen haben Kreativitätstechniken?

Der Nutzen von Kreativitätstechniken, also Methoden und Konzepten, die kreative Gedanken und Ideen fördern sollen, wurde in Literatur und Praxis immer wieder kritisch hinterfragt. Und dies häufig zu Recht. Denn nicht jede Kreativitätstechnik passt zu jeder Situation und nicht zu jedem Team. Wer kennt nicht die vielen neuen Ideen aus

Brainstorming-Sitzungen, die jedoch alle wieder im Sande verlaufen? Entweder, weil sich keiner zuständig fühlt, die Zeit oder das Geld fehlen oder die Organisationskultur damit überfordert ist. Doch dies muss nicht sein. Setzen Sie Kreativitätstechniken gezielt ein und nutzen Sie diese als ein zusätzliches Instrumentarium zu Ihrem ohnehin vorhandenen Know-how. Erschaffen Sie neue Möglichkeitsräume für Ihre Fundraising-Arbeit und begreifen Sie Kreativitätstechniken als eine methodische Hilfestellung, die Sie situativ und effektiv einsetzen – für Sie allein oder gemeinsam mit Ihrem Team.

Kreativität in den Alltag holen

Wie so oft liegt der Schlüssel zum Erfolg nicht in einer einmaligen „Hauruck-Aktion“. Vielmehr bedarf es einer kontinuierlichen Sensibilisierung für das Thema Kreativität, die auf individueller und auf institutionel-

ler Ebene stattfindet. Geben Sie kreativem Potenzial wieder mehr Raum, nutzen Sie Kreativitätstechniken und schaffen Sie im Sinne eines umfassenden Kreativitätsmanagements Rahmenbedingungen, um für sich und Ihr Team die Kreativität in Ihren Fundraising-Alltag zu holen. ■



Markus Feiler ist Leiter Marketing & Kommunikation der International Campaign for Tibet in Berlin. Seit 2006 setzt er sich dort für den Schutz der Menschenrechte ein, spricht als Experte

und leitet Workshops zu den Themen Kreativität, Fundraising und Strategie. Er studierte Wirtschaftswissenschaften, war Meisterschüler am Institut für Aikido-Zen und ist zudem als freischaffender Künstler tätig.

► www.markusfeiler.com

GRÜN
SOFTWARE AG

GRÜN VEWA7 optimiert Ihre Fundraising-Aktivitäten und Spendenprojekte

Marktführende Branchensoftware für Spendenorganisationen

- Spendenverwaltung & CRM
- Fundraising (Kampagnen, Aktionen)
- Online & Offline Multi-Channel-Marketing
- Dauerspendsenzusagen (Projektpaten, etc.)
- Spendenverbuchungen
- Nachbearbeitung (Quittierung & Bedankung)
- Spenderkommunikation
- Fakturierung & Warenwirtschaft

