

Quelle:

Fundraising Akademie gGmbH, Emil-von-Behring-Straße 3, D-60439 Frankfurt am Main
<http://www.fundraisingpraxis.de/72.html>

Telefon-Fundraising

Neben dem Gespräch von Angesicht zu Angesicht und dem Verschicken individueller Spendenbriefe ist das Telefonieren die persönlichste Form, um mit potenziellen Förderern in Kontakt zu treten.

Spendenwerbung am Telefon können Sie aktiv einsetzen, indem Sie selbst zum Telefonhörer greifen und potenzielle Förderer gezielt anrufen. Nutzen Sie das Telefon aber nicht nur für die Akquirierung von Spenden, sondern auch als Serviceeinrichtung für Interessenten und Förderer.

Das heißt: Führen Sie nicht nur Spendenkampagnen durch, sondern nutzen Sie die telefonische Kommunikation mit Ihren Spendern auch für folgende Zwecke:

- Übermitteln Sie Geburtstagsglückwünsche per Telefon an Ihre Mitglieder oder Förderer. Sprechen Sie die Einladung zum bevorstehenden Sommerfest aus oder berichten Sie über ein erfolgreiches Projekt. Die meisten der Angerufenen freuen sich, dass sich Ihre Organisation einmal persönlich meldet. Das trägt deutlich zum Imagegewinn und zur Spenderbindung bei.
- Begrüßen Sie Ihre Neuspender mit einer kurzen Befragung zu ihren Informations- oder Themenpräferenzen.
- Richten Sie Hotlines ein, z. B. Info-, Service- oder Spendenhotlines, die zu bestimmten Zeiten immer erreichbar sind. So hört der Anrufende nicht mehr den ärgerlichen Satz „Sie rufen außerhalb unserer Sprechzeiten an.“ Das ist für ein positives Image Ihrer Organisation wichtig.
- Setzen Sie das Telefon auch zur Rückgewinnung ehemaliger Spender ein.

Telefonische Spendenwerbung ist erlaubt! Sie können Ihre Spender auch ohne deren ausdrückliche schriftliche Zustimmung anrufen. Zwar verbietet das Gesetz gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG) das „kalte“ Anrufen, d.h. einen Erstkontakt über das Telefon mit einem Gesprächspartner im Geschäftsverkehr – dies gilt allerdings nicht für die Spendenwerbung. Allerdings sollten Sie eine so genannte Negativerklärung immer akzeptieren.

Teilt Ihnen ein Spender mit, dass er nicht per Telefon informiert werden möchte, sollten Sie das auch akzeptieren. Damit schaffen Sie eine Vertrauensbasis in der Kommunikation mit Ihren Spendern. Fügen Sie deshalb z. B. in Ihren Antwortkarten oder -coupons eine Ankreuzmöglichkeit ein, mit der der Empfänger selbst entscheiden kann, ob er von Ihnen angerufen werden möchte.