

# Patenschaften im Fundraising

Wie man vermeidet, falsche Versprechen zu verkaufen

Patenschaften sind ein beliebter Weg, Förderer langfristig zu binden. Allerdings wird das Modell auch kritisch gesehen. Auch die Climb gGmbH, die Lernferien für sozial benachteiligte Kinder anbietet, war nie ein Fan davon – und vergibt trotzdem Patenschaften. Das Konzept verfolgt eine weniger kontroverse Ausrichtung.

Von JENNIFER BUSCH

Patenschaften erfreuen sich bei Spendern großer Beliebtheit. Das Gefühl, genau zu wissen, an wen das Geld geht, ist für viele Menschen ein Grund, Patin oder Pate zu werden. Organisationen wie Plan International oder World Vision haben sehr erfolgreiche Patenschaftsmodelle. Deren Modell hat viele Vorteile, so führt eine emotionale Bindung der Fördernden zum Spendenzweck zu langfristigen Spenderbeziehungen. Andererseits haben diese Modelle auch viel Kritik erhalten. Den Paten wird eine Beziehung zum Patenkind versprochen. Das suggeriert eine Abhängigkeit des Kindes von der spendenden Person.

## Modell der Stärkenpatenschaften

Für die Organisation Climb stellte sich die Frage: Können wir ein effektives Fördermodell entwickeln, das genauso erfolgreich wie Patenschaften ist, aber keine Erwartungen bei den Förderern weckt, die wir weder erfüllen können noch gutheißen? Die Kinder, die an unseren Lernferien teilnehmen, sollen ihren Bildungs- und Lebensweg selbstständig gehen, und wir möchten ihnen nicht das Gefühl geben, dass sie von der Spendenbereitschaft einer bestimmten Person abhängig sind. Climb hat einen Weg gefunden, das Konzept von Patenschaften neu zu definieren.

Bei den Climb-Lernferien entdecken Grundschul Kinder, was sie können und wie



sie ihre Stärken nutzen, um Ziele zu erreichen. Bis heute hat Climb über 3500 Kinder gestärkt. Etwa die Hälfte unserer Kosten finanzieren wir durch Spenden. Indem wir alle Kosten pro Kind berechnen und erhaltene Mittel der öffentlichen Hand abziehen, erhalten wir die Summe von 275 Euro, für die man einem Kind die Teilnahme an den Lernferien ermöglichen kann.

## Effizientere Arbeit im Backend

Die Gründe, dieses Modell einzuführen, waren zu Beginn sehr pragmatisch: Die Abrechnung verschiedener Spendenzwecke war mühsam und kostspielig. Durch den Spendenzweck „Stärkenpatenschaft“ ist die Arbeit im Backend effizienter und kostengünstiger. Auf die Idee brachten uns unsere Netzwerkpartner der Non-Profits Aqtivator und Chancenwerk e.V.

Mit dem neuen Finanzierungsmodell musste aber auch eine neue Kommunikationsstrategie her. Denn sonst hätten womöglich viele unsere Stärkenpatenschaften

falsch verstanden. Wir wollen den Paten kein bestimmtes Kind zuweisen, sondern transparent machen, wie das Geld den Kindern zugutekommt und wie die Förderer ganz konkret ein oder mehrere Kinder unterstützen.

## Patenschafts-Kommunikation: Wirkung pro Kind

Bei Climb machen wir kaum Privatspenderfundraising. Unsere Förderer sind zum größten Teil Stiftungen, aber auch Unternehmen. Aber auch fördernde Organisationen bestehen aus Menschen, und auch sie hören gerne die Geschichte von Patricia aus Hamburg und wie sie als Zweitklässlerin bei den Lernferien gelernt hat, sich Ziele zu setzen, Pläne zu machen und diese umzusetzen. Unsere Aufforderung kommunizieren wir sehr deutlich: Mit der Stärkenpatenschaft können Sie Kindern wie Patricia helfen, sich aus Armut und Bildungsferne zu befreien. Allerdings machen wir auch klar, dass die Patenschaft ein Spendenmodell ist. Sie

ermöglicht Kindern die Teilnahme an einem qualitativ hochwertigen Ferienprogramm.

### Transparente Kostenaufstellung

Die Stärkenpatenschaft hilft uns, noch transparenter zu sein. Wir können den Förderern ganz genau aufzeigen, wie viel von der Patenschaft wofür ausgegeben wird. Wir machen klar, dass es nicht um das individuelle Schicksal des Kindes geht, sondern darum, dass es von den Lernferien profitiert.

Als wir noch für Verwendungszwecke wie Ausflüge und Mittagessen Fundraising betrieben haben, war es recht schwierig, Geldgeber davon zu überzeugen, dass wir darüber hinaus auch Mittel für unsere Verwaltung benötigen. Schließlich ist der Effekt des Geldes einfacher zu sehen, wenn es direkt bei den Lernferien ausgegeben wird. Da wir in unserem Kostenplan aufzeigen können, wie viele Overheadkosten pro Kind anfallen,

haben wir eine Möglichkeit gefunden, eine direkte Verbindung der Arbeit, die unsere Mitarbeitenden im Hintergrund leisten, zum Nutzen für das Kind aufzuzeigen.

Noch einen Vorteil hat das Modell: Wir lassen die Förderer aktiv an der Zielerreichung teilhaben. Die Lernferien an einer Climbschule sind bei 45 Patenschaften vollfinanziert. Bei einer Spende über zehn Patenschaften für Bremer Kinder wird also direkt klar, wie viel das Geld zu einer erfolgreichen Durchführung des Programms beigetragen hat. Das ist nicht nur direktes Feedback für die Spender. Diese Darstellung erleichtert es uns auch, den Überblick über unsere Fundraising-Ziele zu behalten.

Die Stärkenpatenschaften kommen gut an, weil die Angesprochenen das Konzept dahinter verstehen. Tatsächlich haben wir von keinem unserer Förderer die Frage gestellt bekommen, wie ihre Patenkinder denn nun heißen oder wie sie aussehen. Nichts-

destotrotz fördern wir die emotionale Bindung zu unseren Lernferien, erzählen gerne Geschichten von den Kindern, die tolle Entwicklungen genommen haben. Wir zeigen gerne Fotos und laden unsere Förderer dazu ein, sich die Lernferien anzuschauen und mit den Kindern zu sprechen. Aber keines der Kinder ist ihr ganz bestimmtes Patenkind. ▣



**Jennifer Busch** war bis 2013 Lehrerin an einer Hamburger Grundschule. Dort organisierte sie mit zwei Kolleginnen im Sommer 2012 zum ersten mal Climb-Lernferien für arbeitsgefährdeten Schüler. Die drei gründeten die Climb gGmbH und brachten die Idee bald in weitere Städte. Nach dem Aufbau des pädagogischen Konzepts und Projektmanagements bei Climb verantwortet Busch seit 2017 das Fundraising und die weitere Skalierung des Programms.

► [www.climb-lernferien.de](http://www.climb-lernferien.de)

## TREND 2020 – DISTANZKOMMUNIKATION

# Der TOUCHPOINT BRIEFKASTEN

wird neu entdeckt:

- als letzter frei zugänglicher Werbekanal ohne Opt-in!
- für kreative Dialogpost!

**Wir haben die optimale VERSANDLÖSUNG.**



MAILINGTAGE FRANKFURT VERPASST? · JETZT DIGITAL BESUCHEN: [www.mailingtage.de](http://www.mailingtage.de) (Hier auch nötige Tickets erhältlich)