

## **FUNdraising ist Teamarbeit**

### **Fundraising-Plot**

Für eine erfolgreiche Fundraising Kampagne braucht man tolle künstlerische Programme oder Bauprojekte. Also einen guten Plot. Das Leading Team bildet man aus dem/der FundraiserIn, einem gut aufgestellten Unterstützer-Netzwerk und der künstlerischen Leitung. Stars und Zugpferde im Team zu haben, ist wunderbar und unbezahlbar. Sie garantieren nicht nur ausverkaufte Häuser, sondern auch ausreichend Spendengelder. Auf der Fundraising-Besetzungsliste dürfen eine große Portion Extrovertiertheit, viel Liebe zum künstlerischen Programm und eine doppelte Menge Frustrationstoleranz nicht fehlen. Den Probenprozess zeichnen strukturiertes Vorgehen, Planung und Professionalität aus. Unter ständiger Überwachung der Proben-Bedingungen ergibt das die perfekte Fundraising-Premiere, die man wie bei jeder Premierenfeier am besten mit einer Flasche Champagner feiert. Oder auch mit zwei! Aber Achtung! Das Fundraising-Skript klingt leicht, ist aber bisweilen knifflig und man kann manchmal auch den Text vergessen. Fundraising ist harte Arbeit und macht zwischendurch bisweilen keinen Spaß. Aber wenn alles klappt, dann wird die Fundraising-Premiere ein wunderbares Fest, mit Standing Ovations und vielen Vorhängen. Bravo!

### **Wie wird man Fundraiserin?**

Ich bin durch meine Diplomarbeit an der Wirtschaftsuniversität Wien zum Fundraising gekommen. Als Abschlussthema habe ich mir „Kultur-Sponsoring im Bereich der Darstellenden Kunst“ ausgesucht. Damit mir die Arbeit Spaß macht, habe ich eine Fragebogen-Erhebung in ganz Österreich durchgeführt. Kommunizieren und in Kontakt treten haben mir schon immer Freude bereitet. Beides braucht man beim Fundraising.

### **Kultur-Sponsoring**

Danach habe ich einem Job im Bereich Kultur gesucht und Sponsoring war ein Thema, das ich in meinem Portfolio hatte. In einem großen Wiener Theater, dem Theater in der Josefstadt, habe ich begonnen zu arbeiten. Neben anderen Themen war ich auch für Sponsoring verantwortlich. Meine Herangehensweise an das Thema war eine mit FUN. Ich habe Sponsoren gesucht, die zum Inhalt der Stücke gepasst haben. Das hat mir Spaß gemacht und auch den Unternehmen, für die das neu und ungewöhnlich war. Bei „Das verflixte siebte Jahr“ (nach dem Film mit Marilyn Monroe) wurde im Werbespot, der im Stück vorkommt und auf der Bühne gezeigt wird, mit real existierendem Waschmittel gewaschen. Product Placement am Theater. Bei „Der Tag an dem der Papst gekidnappt wurde“ war ein Security-Unternehmen mit an Bord. Nach dem Motto: Mit unserem Sicherheitsdienst wäre das nicht passiert! Bei der Produktion „Arsen und alte Spitzen“

(13 Leichen im Keller) war ein Bestattungsinstitut als Kooperationspartner dabei. Mit echtem Sarg bei der Premierenfeier. Ein bisschen schwarzer Humor muss auch sein. Für die zweite Spielstätte des Theaters in der Josefstadt, die Kammerspiele, hat das sehr gut funktioniert und es hat Spaß gemacht.

### **Spenden sammeln**

Fundraising ist aber nicht nur Sponsoring. Sondern Fundraising ist auch Spenden-Sammeln. In meinem Fall für die neue Bestuhlung des Theaters in der Josefstadt. Ein Projekt für das das Theater € 300.000 gebraucht hat. Gesammelt habe ich innerhalb kurzer Zeit € 400.000. Das Projekt hat den 1. Preis bei den Österreichischen Fundraising Awards gewonnen. Als erste und bisher einzige Kultur-Fundraising Kampagne. Den Preis in Empfang zu nehmen, hat Spaß gemacht, das war ein schöner Moment. Die Trophäe steht in meinem Büro und wenn die Sonne auf sie scheint, leuchtet die Wand wie ein Regenbogen. Damit es dieses Leuchten gibt, braucht man eine Vision und einen ganz starken Glauben an ein Projekt. Vor allem dann, wenn es keinerlei Vorzeigeprojekte innerhalb der Organisation gibt.

### **Vorbereitung, Planung, Professionalität**

Um im Fundraising erfolgreich zu sein, braucht man Wissen und Know-How, wie Prozesse funktionieren und worauf es beim Fundraising ankommt. Das heißt, man muss Kurse besuchen, lernen, lesen. Alles Dinge die ich gerne mache. Ich habe Spaß am Lernen. Man muss bis ins kleinste Detail planen und KollegInnen, KünstlerInnen und die eigene Direktion überzeugen, dass Fundraising funktionieren wird. Ich habe relativ lange dazu gebraucht, aber ich habe das Produkt, also das Theater, geliebt und ich habe an Sponsoring und Spenden sammeln geglaubt. Irgendwann versetzt der Glaube dann bekanntlich Berge. Mein Glaube hat die Buchungszeilen am Bankkonto versetzt und er hat vielen Menschen unglaubliche Momente geschenkt: Nämlich all den SpenderInnen, die ich als „Danke“ dann in das Theater geladen habe und denen ich in einer Bühnenführung einen „Blick hinter die Kulissen“ ermöglicht habe. Die selber auf der Bühne stehen durften, Fotos mit SchauspielerInnen bekommen haben und glücklich waren. Das waren schöne Momente.

### **Glücksmomente und nicht Geld-Keilen**

Und genau um diese Momente geht es im Fundraising. Dass Sie diese Momente ermöglichen können. Das ist das was Sie verkaufen: Glücksmomente. Sie keilen nicht und Sie sind auch keine BittstellerIn. Sie verkaufen Einzigartigkeit, tolle Momente, hervorragende KünstlerInnen oder einzigartige Kunstwerke und spannende Konstellationen. Sie verkaufen Dinge, die man sich im Supermarkt, an Ihrer Theaterkassa oder in Ihrem Museumsshop nicht kaufen kann. Erst mit dieser inneren

Einstellung haben Sie gute Voraussetzungen geschaffen. Erst wenn Sie diese innere Einstellung an das künstlerische Team Ihres Hauses weitergegeben haben, so dass diese dort nachhaltig eingesickert ist, dann werden Sie erfolgreich sein.

### **Fundraising ist Teamarbeit**

Wenn Ihre Intendantin oder Ihr Direktor nicht bereit ist, zu Sponsorgesprächen mitzugehen, seine/ihre künstlerischen Projekte zu präsentieren und den Zaubersatz „Bitte unterstützen Sie uns!“ zu sprechen, sind Sie in dem, was Sie finanziell erreichen können, immer limitiert. Fundraising ist Teamarbeit. Alleine werden Sie beim Generaldirektor eines großen Unternehmens als FundraiserIn keinen Termin bekommen und in der Marketingabteilung ist das große Geld nicht zu Hause. Unglaublich erfolgreich sind Sie dann, wenn es zusätzlich Menschen gibt, die Sie bei Ihrem Fundraising-Vorhaben unterstützen: Ihr Unterstützer-Netzwerk. Menschen die Ihnen Türen zu potentiellen Sponsoren oder GroßspenderInnen öffnen: Direkt in die Vorstandsetage. UnterstützerInnen, die Ihnen die „Rutsche“ legen und die im besten Fall mit Ihnen gemeinsam für Ihre Organisation um Geld fragen. Das ist die Königsdisziplin.

### **Übung macht den Meister**

Sie sehen, der Weg zu erfolgreichem Fundraising ist lange und nicht immer nur rosig. Sie haben viele Widerstände, Sie holen sich auch viele Absagen und es ist viel Arbeit. Nicht einfach nur ein paar Leute anrufen, wie sich das manche Vorgesetzte vorstellen. Aber wenn Sie Ihr Ziel erreicht haben, wenn sich das Bankkonto füllt, wenn Sie sehen wie glücklich die Menschen sind, an Ihrem Haus teilzuhaben, dann hat es wirklich Spaß gemacht. Und wie vieles im Leben, gehören auch Übung und Praxis dazu. Goethes „Faust“ lernt sich auch nicht in einer Woche. Einen gewissen Frustrationspegel müssen Sie mitbringen. Reden müssen Sie auch gerne und menschenscheu dürfen Sie auch nicht sein. Aber dann klappt es. Und wie bei jeder Theater-Produktion gibt es auch Regisseure oder Souffleusen, die mit Rat und Tat zur Seite stehen. Toi, Toi, Toi!

© Irene Knava, Mai 2009