

Bernhard Bircher-Suits

# DIE GOLDENEN REGELN BEI TELEFON-SPENDENKAMPAGNEN

**Wer beim Telefon-Fundraising einige Regeln beachtet, kann das Spendenvolumen vervielfachen – das zeigt das Beispiel der Tierschutzorganisation «Vier Pfoten».**



«Vier Pfoten» betreut bestehende Förderer mit Hilfe der externen Call-Agenten von Corris.

Schweizerinnen und Schweizer haben im 2013 verschiedenen Hilfswerken gegen 1,7 Milliarden Franken zukommen lassen. Das sind gemäss der Zewo-Stiftung in Zürich rund drei Prozent mehr als im Vorjahr. Die Call-Agenten der Fundraising-Agentur Corris AG in Zürich sind Teil dieser Erfolgsgeschichte. Sie führen im Auftrag von Non-Profit-Organisationen Spendenkampagnen durch.

Das Ziel eines Gesprächs mit bestehenden Förderern einer Organisation ist es, ihnen für die bisherige Unterstützung zu danken, sie über ein aktuelles Kampagnenthema zu informieren und nach Möglichkeit den Förderbeitrag zu erhöhen. Aufgrund seiner langjährigen Erfahrung als Leiter des Corris-Callcenters weiss Rui Biagini (40): «Wer engagierte Menschen als treue Spender an seine Organisation binden will, muss Kopf und Herz ansprechen.» Call-Agenten würden am Telefon nur brillieren, wenn sie viel Herzblut für die Sache mitbringen und viel Hintergrundwissen über die Organisation und ihre Projekte im Kopf haben. Biagini sagt: «Wir legen bei der Rekrutierung unserer Call-Agenten grossen Wert auf ein überdurchschnittliches Bildungsniveau und eine hohe Affinität zu den Themen unserer Auftraggeber – ausschliesslich Non-Profit-Organisationen.»

## Mit ehrlichen Gesprächen Kopf und Herz ansprechen

Im Callcenter mit rund 25 Arbeitsplätzen arbeiten denn auch viele Studenten, die sich mit wohltätigen Organisationen identifizieren können. Ein ehemaliger Student ist auch Yannick Arnold (24). Der Assistent des Callcenter-Leiters erklärt: «Der direkteste Weg in den Kopf und ins Herz der Spender führt über ein ehrliches Gespräch.» Kein Spendenbrief und keine Anzeige schaffe es, eine ähnlich tiefe emotionale Bindung zu erzeugen wie ein aufrichtiges und freundliches Telefongespräch.

Das hat auch die international tätige Tierschutzorganisation «Vier Pfoten» erkannt. Die Organisation mit Hauptsitz in Wien und einer Niederlassung in Zürich hatte sich bereits im 2003 entschieden, ihren bestehenden Stamm an Förderern mit Hilfe von externen Call-Agenten zu betreuen. Die Tierfreunde hatten zuvor im Rahmen von «Vier Pfoten»-Infostand-Kampagnen einer regelmässigen Spende per Lastschriftverfahren/DebitDirect zugestimmt. Susanne Prochnow, Fundraiserin bei «Vier Pfoten» Schweiz, sagt über die abgeschlossene Telefon-Kampagne mit Corris im Jahr 2013: «Rund 40 Prozent der Kontaktierten erhöhten ihren Spendenbeitrag.» Die Gewinnschwelle wird damit sofort erreicht. Aufgrund des eingesetzten Lastschriftverfahrens erzielt «Vier Pfoten» langfristig einen ungewöhnlich hohen Return on Investment. ■

Bernhard Bircher-Suits ist Leiter Kommunikation und PR bei Corris.

## Tipps für Upgrading-Spendenkampagnen am Telefon

- **Es braucht einen einfach verständlichen, emotionalen Aufhänger.**
- **Ein detaillierter Gesprächsleitfaden sowie FAQ sind wichtig.**
- **Informierte und engagierte sowie laufend geschulte Callcenter-Agenten erhöhen die Glaubwürdigkeit und stärken das Vertrauen.**
- **Jede Spendenerhöhung schriftlich bestätigen.**
- **Faire Löhne auf Zeitbasis und keinesfalls nur erfolgsabhängig.**
- **Mitarbeiter müssen kompetent auf Fragen und Bedürfnisse der Spender eingehen können.**
- **Die Datenselektion muss laufend in bestimmten Intervallen erfolgen.**