

„Bitte Handy mit in den Saal bringen“

Kurz vor 23 Uhr im Berliner Admiralspalast: Die Kurt Krömer Benefizgala ist auf der Zielgeraden. Der Komiker Kurt Krömer wird zur Glücksfee. Mit dem Handy in der Hand steht er auf der Bühne, und Sekunden später klingelt es im Publikum. Die ersten Gewinner werden an diesem Abend persönlich von Kurt Krömer angerufen.

VON FLORIAN NÖLL

Am 18. Oktober wurde aus dem Comedian Krömer die selbsternannte „Mutter Teresa vom Körnerkiez“. Das Berliner Original, seit 2003 mit eigener TV-Show und seit 2007 mit „Krömer – Die internationale Show“ im Hauptprogramm der ARD zu sehen, engagiert sich seit mehreren Jahren für verschiedene Vereine rund um den Körner-Kiez im Berliner Bezirk Neukölln.

Mit Unterstützung von Künstlern wie Bernhard Brink und Sido, hatte er zu seiner Benefizgala eingeladen. Mit ihnen kamen 1700 Zuschauer in das Berliner Theater an der Friedrichstraße. Schon auf den Eintrittskarten war der Vermerk „Bitte Handy mit in den Saal bringen“ zu lesen. Und damit wurde dies wahrscheinlich zur ersten Theateraufführung, in der Handys nicht verboten, sondern explizit erwünscht waren. Unter den Zuschauern wurden im Rahmen der Tombola insgesamt mehr als 150 Preise verlost, darunter Motorroller und Gemälde, die im Vorfeld von Sponsoren gespendet worden waren. Jeder Besucher konnte teilnehmen, indem er eine SMS mit dem Wort KIEZ an eine spezielle Rufnummer sendete. Über 700 Besucher schickten eine SMS, halfen mit fünf Euro dem Körner Kiez und nahmen gleichzeitig an der Tombola teil.

Kurt Krömer wird zum Paradebeispiel für das Medium Handy im Fundraising. Einfach, schnell, und mit wenig personellem Aufwand, konnten Spenden gesammelt werden. Deshalb geht Kurt Krömer auch einen Schritt weiter. Abend für Abend sitzen während seiner Tournee hunderte von Menschen in den Konzertsälen der Repub-

lik, um seine Auftritte zu sehen. Einmal pro Show möchte er nun um Unterstützung für den Körner-Kiez bitten, natürlich per SMS. Mit wenig Aufwand wird jeder Auftritt zu einer kleinen Spendengala. Das funktioniert nicht nur, weil Kurt Krömer prominent ist. Er ist auch glaubwürdig. Authentisch kann er die Nöte und Sorgen in dem Kiez vermitteln. Er ist einer von ihnen, und er garantiert mit seinem Namen, dass die Hilfe ankommt.

Mit dieser Idee ist Kurt Krömer nicht alleine. In den USA setzten bereits mehr als 1000 Organisationen „text donations“ ein, die Sängerin Alicia Keys bereits seit mehr als einem Jahr, und nutzt dafür jeden Auftritt für einen Spendenaufruf. Über eine Million US-Dollar hat sie damit bereits gesammelt.

„Ich hätte natürlich auch eine Autogrammkarte schicken können. Doch ich will mich persönlich engagieren ...“

In Deutschland setzt bald auch Erfolgsautor und Kabarettist Dr. Eckart von Hirschhausen während seiner Tour auf die Unterstützung per SMS. Die Unterstützer erhalten als Dankeschön einen besonderen Klingelton. Dies sind die ersten Beispiele, die eine neue Möglichkeit für jede Organisation demonstrieren. Insbesondere junge Künstler lassen sich begeistern und engagieren sich mit viel Freude. Die sozialen Organisationen gewinnen einen echten Multiplikator, der für viele Kleinspender steht. „Ich hätte natürlich auch eine Autogrammkarte schicken und viel Erfolg wünschen können. Doch ich will mich persönlich engagieren“, erklärte Krömer im Vorfeld der Berliner Zeitung.

Zentrales Element jeder Kampagne ist der Spendenaufruf, das ist im SMS Fundraising nicht anders als bei anderen Instrumenten. Ein gedruckter Aufruf muss richtig gestaltet, Schlüsselwort und Rufnummer besonders hervorgehoben sein. Betrag und Kosten müssen zudem deutlich kommuniziert werden. Doch ein gedruckter Aufruf alleine stellt in diesem Kontext nur die notwendige Basis dar, zum Nachlesen des Gesagten. Es kommt darauf an, dass der Künstler auf der Bühne zum Mitmachen aufruft, möglichst mehrmals in der Show. Auch die Art des Aufrufs ist entscheidend. Wer sich die Zeit nimmt, und demonstrativ auf der Bühne selbst eine SMS versendet, ist wirklich erfolgreich.

Die Einrichtung des SMS-Dienstes ist einfach. Bis zur Freischaltung dauert es nur 14 Tage. Die Kosten sind gering, so dass ein positiver Return on Investment schon mit der ersten Aktion erreicht wird und insgesamt deutlich höher ist, als bei vielen anderen Fundraising-Maßnahmen. Natürlich kommt es auf die richtige Umsetzung an, viele Details sind wichtig. Dass ein Mitarbeiter, wie bei der Kurt Krömer Benefizgala, mit auf der Bühne sitzt, ist natürlich die Ausnahme, wenn auch eine, die sehr großen Spaß bereitet hat. □

Florian Nöll ist Geschäftsführer für Marketing und Kommunikation der spendino GmbH. Er blickt auf zehn Jahre Erfahrung in der Internet- und IT-Welt zurück. Seine beiden Mitgründer bringen fundierte Kenntnisse im Non-Profit-Sektor und der Mobilfunkbranche in das erste Unternehmen in Deutschland ein, das sich auf den Einsatz von Mobilfunktechnologien für ausschließlich soziale Zwecke spezialisiert hat. In Kombination mit Online-Spenden-Lösungen und Werkzeugen für das soziale Internet, bietet spendino ein innovatives und gleichzeitig erschwingliches Fundraising-Instrumentarium an. ▶ www.spendino.de

