Aus: Fundraising-Wiki - http://www.fundraising-wiki.de

Der **?typische Spender?** vereint die relevanten Kriterien in sich, die bei der Auswahl der für das Fundraising wichtigen Zielgruppe massgeblich sind. Der ?typische Spender? lässt sich zum einen allgemein auf Basis langjähriger, relativ stabiler Erfahrungswerte beschreiben. Dies stellt quasi das Skelett als tragende Struktur des zu ermittelnden typischen Spenders dar. Zum anderen werden die Erkenntnisse der empirischen Spendenmarktforschung unter Berücksichtigung der jeweiligen Themen und Ziele der betreffenden Organisation (NPO) hinzugezogen. Dies ist nunmehr das Gewebe, das den ?typischen Spender? zum einem schlüssigen Ganzen komplettiert. Daraus ergibt sich, dass der ?typischen Spender? bei den unterschiedlichen Organisationen jeweils anders beschrieben wird, besser, beschrieben werden muss. Der für eine bestimmte Organisation ?typische Spender? sollte, sofern er einmal ermittelt wurde, nur behutsam an aktuelle Entwicklungen und Begebenheiten angepasst werden, um so eine Kontinuität bei der Fundraisingarbeit zu gewährleisten.

Je kleiner die Spenden sammelnde Organisation ist, desto weniger Aufwand wird sie betreiben, bzw. betreiben können, ihren ?typischen Spender? zu beschreiben. Hier hilft die Orientierung an dem, was allgemein als ?typischer Spender? beschrieben wird:[1]

- Spender sind zumeist weiblich.
- Spendenentscheidungen werden zumeist von Frauen getroffen.
- Spender sind zumeist älter als 50 Jahre.
- Spender sind häufig religiöse Menschen.
- Spender verfügen häufig über eine überdurchschnittliche Bildung.
- Spender sind vielseitig interessiert.
- Spender verfügen häufig über ein überdurchschnittliches Einkommen.
- Spender leben zumeist in kleinen und mittelgroßen Städten.
- Spender leben häufig in Ein- oder Zweifamilienhäusern.
- Spender unterstützen zumeist mehrere Organisationen gleichzeitig.

Einzelnachweise

1. ? * Barbara Crole: *Profi-Handbuch Fundraising: Direct Mail - Spenden erfolgreich akquirieren*. Walhalla u. Pretoria Verlag, Regensburg 2007, ISBN 978-3-8029-7420-5, S. 30f.
   * Nicole Fabisch: *Fundraising: Spenden, Sponsoring und mehr....* 2. vollständig überarbeitete Auflage. Deutscher Taschenbuch Verlag, München 2006, ISBN 978-3-423-50859-9, S. 130.

Lizenz: Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland (CC-BY-SA-3.0 DE) sofern nicht anders angegeben (siehe hierzu: http://www.fundraising-wiki.de/s/Fundraising-Wiki:Lizenzbestimmungen) .