

Visie op fondsenwerving

Dennis Waitley is een van de bekendste Amerikaanse adviseurs en auteurs op het gebied van fondsenwerving. Waitley was in de jaren zestig al zeer succesvol wat betreft de fondsenwerving voor het Salk Instituut voor biologisch onderzoek in Californië. Waitley was hierbij in staat om grote geldbedragen in te zamelen, welke elke verwachting van de betrokkenen te boven ging. De manier om deze inkomsten te realiseren werden in de loop van de tijd echter steeds onconventioneler. Hierbij heeft hij de Wet van Waitley opgesteld:

“wanneer mensen de keuze hebben tussen een vrolijke onderneming of een waardevolle actie of een goed doel, dan zullen de meesten kiezen voor de vrolijkheid”

In de kern van deze bewering ligt een duidelijk feit dat mensen principieel alleen maar iets vrijwillig doen, als zij er zelf een voordeel bij hebben. Een mens handelt hierbij niet uit puur onbaatzuchtige motieven, maar wordt gemotiveerd door hetgeen er tegenover staat. Er zijn hierbij verschillende manieren waar mensen hun voldoening uit halen. Deze kunnen emotioneel zijn (het gevoel iets goeds gedaan te hebben), religieus (de hemelse belofte), maar kan ook voortkomen uit een behoefte voor respect, waardering en eigenwaarde.

Deze zaken zouden fondsenwerfers aan het denken moeten zetten. Vergelijk hierbij bijvoorbeeld een acceptgiro per post of een collecte aan de deur met het verzoek om geld over te maken voor een bepaald doel eens met een Derby Duck Race. Met de acceptgiro per post wordt enkel een lage vorm van emotionele motieven bereikt. Bij een Derby Duck Race echter worden de donateurs en sponsors betrokken bij een evenement met een hoge belevingswaarde en waarbij de koppeling met het goede doel voor alle betrokken partijen een positieve impuls zal krijgen.

Welke alternatieven kunnen de volgende beweringen waarmaken?

- Eenvoudig
- Beproeft
- Aantrekkelijk voor de media
- Sympathiek
- Goede verhouding tussen inspanningen en resultaat

