



*Mehr Erfolg im Fundraising:
Kampagnenfähigkeit stärken*

16.

norddeutscher
FUNDRAISING tag
23. Februar 2021
Online-Forum

Veranstalter

AGENTUR
k o | s o 


Fundraising
Akademie

Online-Spendenaktionen – Chancen durch Peer-to-Peer-Fundraising

Sonja Harken

Inhalt

- Einführung & Bestandsaufnahme
- Umsetzung : Vertrieb & Kommunikation
- Potenziale
- Strategie & Implementierung

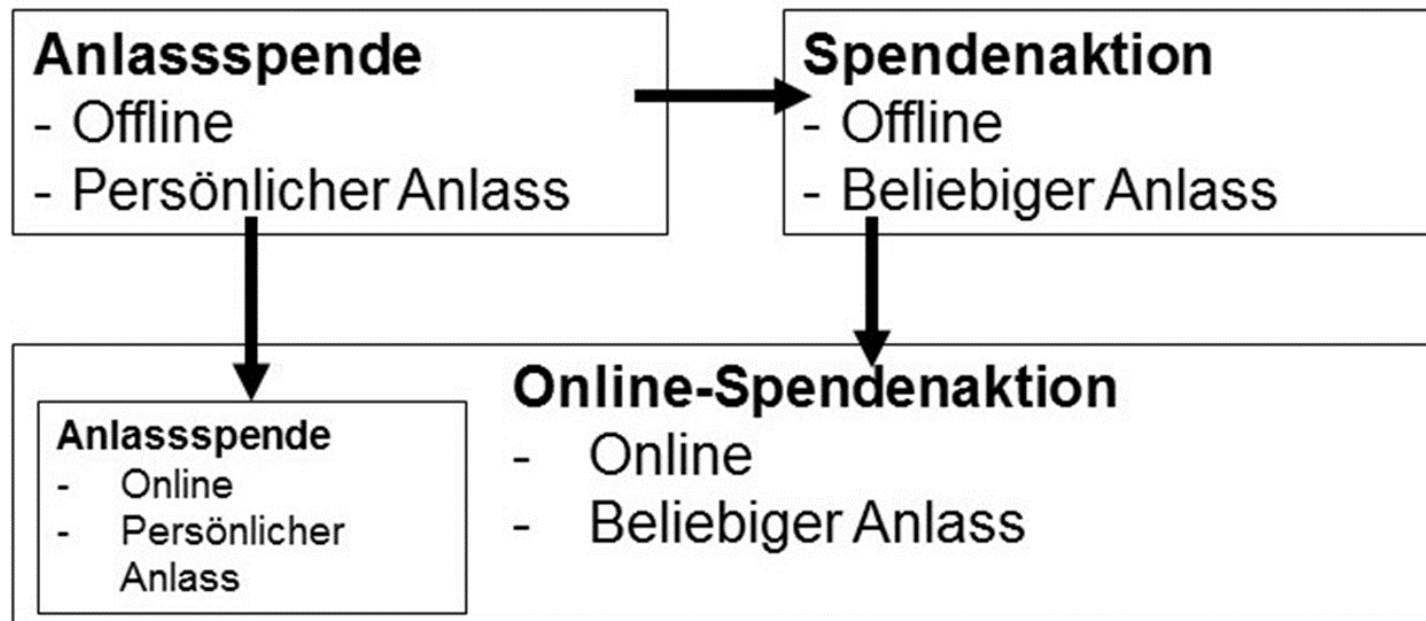
Anlasssspende

- Privatperson / Unternehmen bittet Menschen aus Umfeld zu einem persönlichen Anlass um Spenden
- Barsammlung oder Überweisung mit Stichwort

Online-Spendenaktion

- Mehr Anlässe
- Bezahlvorgang über personalisiertes Online-Spendenformular

Anlassspenden-Fundraising



Vertriebskanäle

VIVA CON AGUA SANKT PAULI

Viva con Agua de Sankt Pauli e.V. ✓

Startseite
Info
Fotos
Videos
Beiträge
Spendenaktionen
Bewertungen

Spendenaktionen

- Annas Geburtstags-Spendenaktion für Viva con Agua de Sankt Pauli e.**
Spendenaktion für Viva con Agua de Sankt Pauli e.V. ✓ von Anna Servatius
45 € (EUR) / 100 € (EUR) · Nur noch 12 Stunden!
- Patricks Geburtstags-Spendenaktion**
Spendenaktion für Viva con Agua de Sankt Pauli e.V. ✓ von Patrick Rodriguez
120 € (EUR) / 100 € (EUR) · Nur noch 36 Stunden!
- Pias Geburtstags-Spendenaktion für Viva con Agua de Sankt Pauli e.V.**
Spendenaktion für Viva con Agua de Sankt Pauli e.V. ✓ von Pia Langstrumpf
66 € (EUR) / 200 € (EUR) · 2 Tage übrig

Facebook

Albrauf-AMULT für Afrika

von Andreas Bulling und Frank Weller

Albrauf-AMULT FÜR AFRIKA

Sammelt für: Hunger in Afrika

3.343,00 €

Läuft bis: 06.06.2017 (beendet) Spendeziel: 3.333,00 €

JETZT SPENDEN

Liebe Freunde,

danke, dass Ihr Euch die Zeit nehmt, auf diese Aktionssseite zu gehen. Spendet hier direkt, schnell und sicher für unsere Spendenaktion zur Unterstützung der Menschen in Afrika. Dafür laufen wir als AMULT-Gruppe (Albmarathon-Ultra-Lauf-Treff) mit möglichst vielen Begleiterinnen und Begleitern am 13. Mai ca. 40 Kilometer auf dem Albraufgänger-Wandervogel im Landkreis Göppingen. Wir wollen damit auf die Not der Menschen in Afrika aufmerksam machen und Euch um Eure Hilfe bitten.

Vielen Dank für jeglichen Betrag und Unterstützung!

Unterstützer (44)

363,00 € ultraandi
06.06.2017 - 22:35
Sechs weitere Shirts und die Spenden vom Veranstaltungstag

Website

100km in 24h: ich laufe für eine Schule in Kamerun

Eine Spendenaktion von V. Smykalla

1.995 € gesammelt | **63** Spenden

Spenden (63) 1 von

- Anonym hat gespendet vor 1 Jahr **10 €**
- Bin sehr stolz auf dich, Hermana!
- Edrit F. hat gespendet vor 1 Jahr **50 €**
Está genial esta iniciativa! Mucho ánimo y cuentas con todo mi apoyo.
- Anonym hat gespendet vor 1 Jahr
- Sascha E. hat gespendet vor 1 Jahr

Spendenplattform

Neue Vertriebskanäle

YouTube



St. Jude PLAY LIVE on YouTube

Spendenaktion

352.850 Aufrufe

👍 6165 💬 394 ➦ TEILEN 📌 SPEICHERN ⋮

Jetzt spenden



St. Jude PLAY LIVE

Play for More Than Bragging Rights

SPENDEN

Gesamteinnahmen: 125.408 \$

Die Gesamtsumme beinhaltet Spenden von Nutzern und Unternehmen.



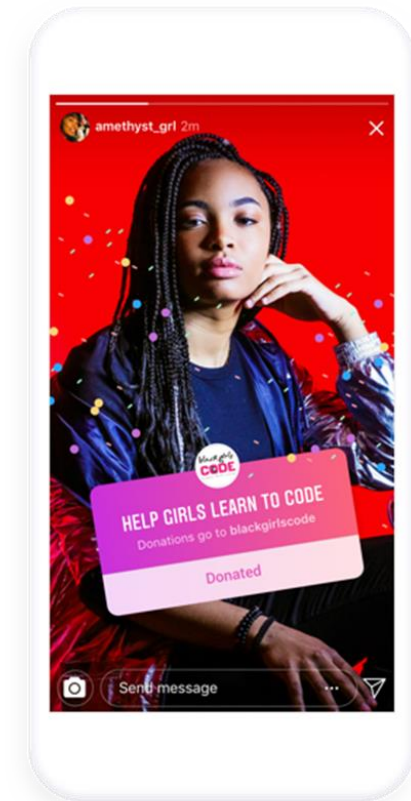
St. Jude Children's Research Hospital, Organisator

Families never receive a bill from St. Jude for treatment, travel, housing or food – because all a family should worry about is helping their child live. Donate today to help St. Jude continue its lifesaving mission: Finding cures. Saving children.®

Spendensammlung durch St. Jude Children's Research Hospital

YouTube trägt alle Transaktionskosten

To find cures and means of prevention for childhood catastrophic diseases through research and treatment



Instagram

USA

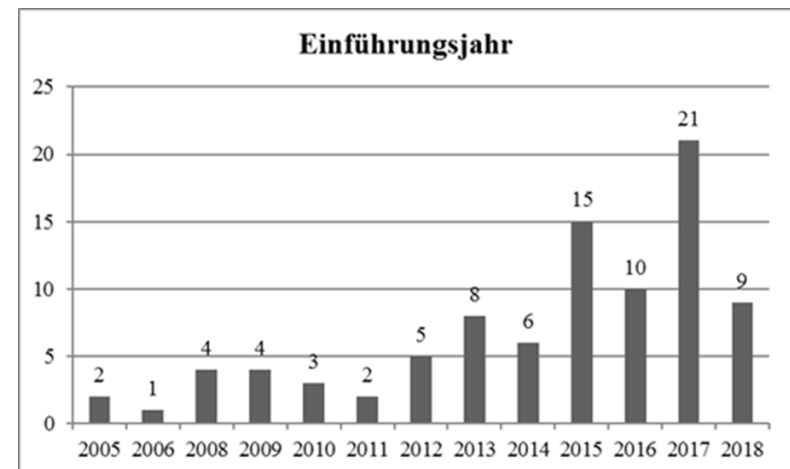
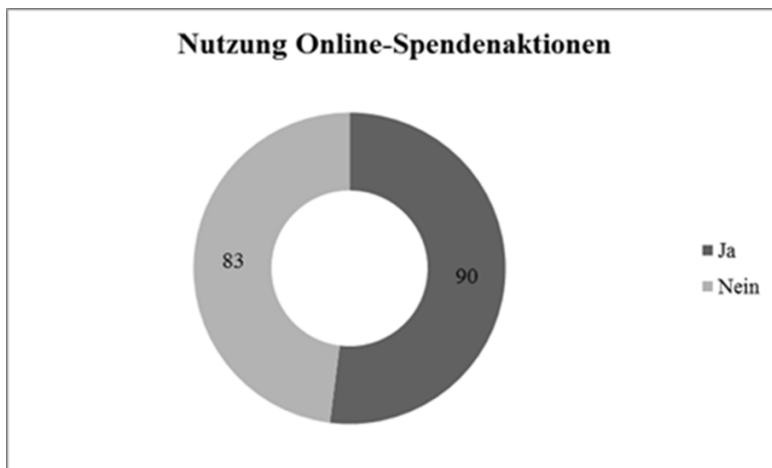
- 2015: ¼ der Online-Spenden durch P2P-Fundraising



UK

- 2010: 20.000 Teilnehmende des London Marathons starteten Online-Spendenaktion

DACH-Raum



Auswahl Vertriebskanäle

- Tatsächliche Nutzung VK:

	Website	Spendenplattform	Facebook	
Nutzungsquote	88%	80%	50%	
Aktionsstarts	Ø 13,2	Ø 5,5	Ø 4,9	Ø 19,5

- Angebotene VK:

1 Vertriebskanal	2 Vertriebskanäle	3 Vertriebskanäle
42,2%	34,4%	23,3%

- Was passt zu unserer Organisation?
- Wie ist unser zeitliches Budget?

Spendenplattform

Pro	Contra
<ul style="list-style-type: none">• Omnipräsenz• Neue Zielgruppen erreichen• Geringer administrativer Aufwand• Geringe Kosten	<ul style="list-style-type: none">• Konkurrenz vieler Projekte• Spenderdaten „gehören“ der Plattform• Spenderkommunikation fast ausschließlich über Plattform → mehr Aufwand• Spender sollen auf eigene Kanäle geleitet werden

Facebook

Pro	Contra
<ul style="list-style-type: none">• Omnipräsenz• Hohe Attraktivität für Social-Media-affine (junge) Zielgruppen• Geringe Kosten• Zukunftsträchtig• Stetige Weiterentwicklung der Tools	<ul style="list-style-type: none">• Facebook gibt keine Spenderdaten weiter• Kommunikation mit Spendern fast unmöglich → keine Spenderbindung• Registrierungsprozess

Website

Pro	Contra
<ul style="list-style-type: none"> • Volle Kontrolle über die Tools • Alle Spenderdaten vorhanden → Bindung • Betreuung / Beratung der Initiatoren möglich • Spender werden auf eigenem Kanal gehalten 	<ul style="list-style-type: none"> • (Kosten des Spendentools) • Ggf. weniger Traffic

Werbung / Kommunikation

- Passende Kommunikationskanäle für den jeweiligen Vertriebskanal wählen.
- Qualität vor Quantität
- Meistgenutzte Kommunikationskanäle: Website, Social Media, E-Newsletter
- Fokus auf Online-Kanäle
- Junge Zielgruppen einbeziehen.
- Kommunikationsmaßnahmen = mittelfristige Investition

Potenziale

- Hohes Spendenvolumen einzelner Aktionen
(= Großspende)
- Steigerung von Vertrauen & Bekanntheit der Organisation
 - Peer-Empfehlungen = vertrauenswürdige Werbung
- Erschließung vielfältiger, neuer Zielgruppen
 - Initiator generiert kostenlose Erstspender

Potenziale

- Bindung der neuen Spender
 - Andere Gebe-Logik
 - Hohe Bindungsraten

- Aktive Involvierung bestehender Unterstützer

Strategie

Analyse

- SWOT
- Zielgruppen
- Vertriebspolitik
- Kommunikationspolitik
- Personalressourcen

Planung

- Vertriebs- & Kommunikationskanäle
- Personelle Zuständigkeit
- Budgets
- Zielfestlegung
- Betreuungskonzept
- Bindungskonzept

Strategie

- Controlling: Entscheidungsgrundlagen für zukünftige Maßnahmen generieren
 - Kennzahlen produzieren
 - Umwandlungsquoten (z.B. Bindungsquoten)
 - Responsequoten
 - Kostenauswertungen
 - Online-Kennzahlen (z.B. Besucher auf Aktionsseiten)

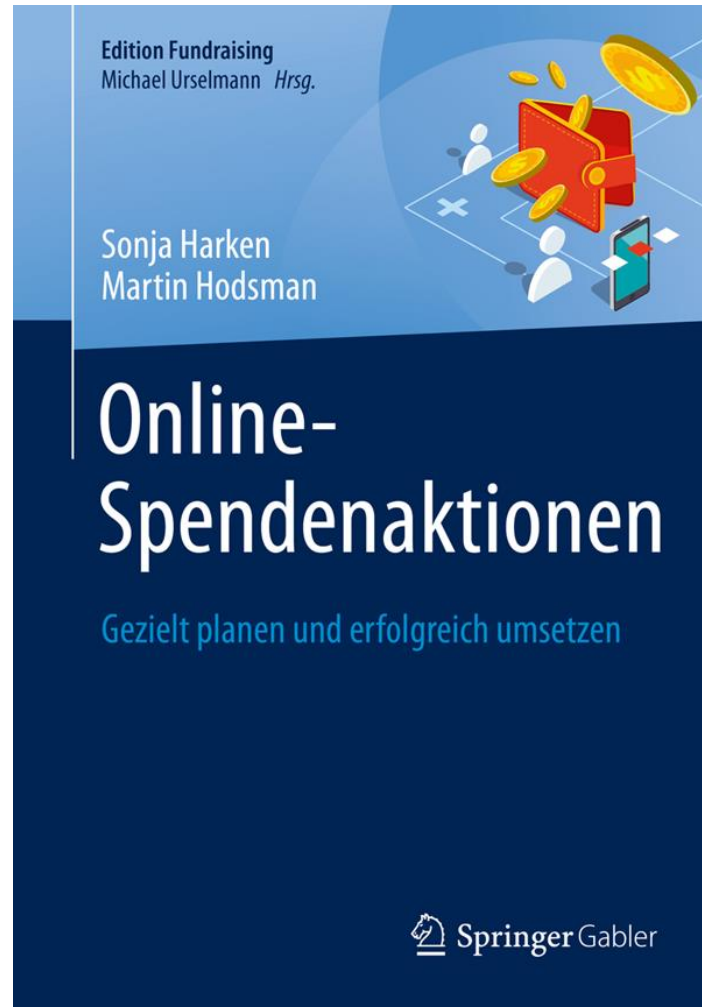
Implementierung

- Kontakte aktivieren
 - Ehrenamtliche
 - Mitarbeitende
 - Spender

- Eigene NGO-Aktion starten

Implementierung

- Kampagnen: aktive Einbindung von Unterstützern, Unternehmen, Schulen
- Einfach loslegen!



<https://www.springer.com/de/book/9783658264024>

<https://amzn.to/2P2Cthm>

Fragen?

Kontakt: www.linkedin.com/in/sonja-harken

Quellenangaben Screenshots

- Vertriebskanäle

<https://www.aktion-deutschland-hilft.de/de/aktiv-helfen/interaktiv-helfen/starte-deine-spendenaktion?cfd=so164#cff>

https://www.facebook.com/pg/vivaconagua/fundraisers/?ref=page_internal

<https://www.betterplace.org/de/fundraising-events/30056-100km-in-24h-ich-laufe-fur-eine-schule-in-kamerun>

- Neue Vertriebskanäle

<https://www.youtube.com/watch?v=NGQ2Zhrkk4o>

<https://socialgood.fb.com/instagram-donation-sticker/>

- NYC Marathon

<https://www.nyrr.org/tcsnycmarathon>