GRÜN spendino

Fundraising Tipp
September 2016

VON DER SPENDERGEWINNUNG BIS ZUR SPENDERBINDUNG

Wie Sie neue Spender finden, überzeugen und dauerhaft an sich binden.

Von der Spendergewinnung bis zur Spenderbindung

Online-Fundraising ist für einige ein abstrakter Begriff, für andere eine Berufung aus Leidenschaft. Die Herausforderungen an das Online-Fundraising wachsen stets. Das Gewinnen von Aufmerksamkeit für Ihre Projekte steht ganz vorne auf der Prioritäten-Liste. Wir erinnern uns an die Ice Bucket Challenge, die 2014 innerhalb von 5 Wochen über 41 Millionen Dollar in die Kassen der ALS Association spülte. Sicher, das funktioniert nicht immer, doch wenn Sie die wichtigsten Basics beachten, dann ist Online-Fundraising bald kein abstrakter Begriff mehr für Sie. Deshalb geben wir Ihnen heute einen Überblick über die wichtigsten Säulen in Sachen Spendergewinnung und Spenderbindung.

1 Konkrete Projekte

Wenn Sie Neuspender gewinnen wollen, gehen Sie immer mit konkreten Projekten auf die Menschen zu. Nur wenn Sie den Leuten verdeutlichen, wofür Sie Geld brauchen, werden sie bereit sein, Sie zu unterstützen.

Visualisieren Sie Ihr Anliegen. Bilder sprechen Emotionen eher an als reiner Text. Zeigen Sie Bilder aus Ihren Projekten, die vor Ort entstanden sind oder den gewünschten Soll-Zustand zeigen und direkt die Gefühle Ihrer Unterstützer ansprechen.

Setzen Sie nicht ausschließlich auf Geldspenden, auch wenn es darum natürlich in erster Linie geht. Beziehen Sie auch Sachspenden immer wieder mit ein. Für Ihr Tierheim fehlen noch Körbchen und Futter für die Neuankömmlinge? Sie wollen Lesezeiten für Kinder in Ihrer sozialen Einrichtung anbieten, aber in den Bücherregalen herrscht gähnende Leere? Warum nicht mal eine kleine Videotour durch Ihre Räumlichkeiten machen und so auf die dringenden Notwendigkeiten hinweisen?

2 Konkrete Ziele

Aufrufe für konkrete Projekte besonders in Ihren Mailings, online und natürlich auch off-

line, erweisen sich oftmals als hilfreich: Geld braucht jede Organisation, auch wenn sie ausschließlich ehrenamtlich agiert.

Doch was macht Ihr Ziel so besonders? Wo genau wird die Hilfe gebraucht? Wie viel wird genau benötigt? Gibt es vielleicht bereits einen Zwischenstand und wurde damit bereits ein (Teil-) Ziel realisiert? Entwickeln Sie eine Zielliste mit Zwischenstationen, z. B.:

„Schon 1.000 Euro von benötigten 10.000 Euro gesammelt! Damit konnten wir bereits 50 Kinder zur Schule schicken. Helfen Sie mit, damit wir unser Ziel erreichen, 500 Kindern eine schulische Bildung zu ermöglichen."

Ziele wirken motivierend. Und auf diese Weise lassen Sie Ihre Spender (und die, die es werden wollen) an den Teilerfolgen teilhaben.

3 Aktualität

Halten Sie Ihre Webseite aktuell und zeigen Sie auch hier, was mit den bisher eingegangenen Geld- und Sachspenden realisiert werden konnte. Sie setzen sich im Ausland für den Bau von Schulen und den Ausbau von Unterricht ein? Verwenden Sie Links mit den genauen Koordinaten oder binden Sie Online-Landkarten auf Ihrer Webseite ein, damit die potentiellen Spender sehen, wo genau etwas gebaut werden soll. Auf diese Weise erzeugen Sie Nähe zu Ihren Interessenten.

Auch Zwischenstände sollten Sie posten, um die Projekte auf diese Weise nachhaltig in Erinnerung zu halten, Fortschritte zu zeigen und Motivation zu schüren (z. B. auch für größere Spenden).

Sie wissen ja: Der Weg ist das Ziel. Gestalten Sie ihn entsprechend. Eventuell können Sie ein Live-Spendenbarometer einbauen und so zeigen, wie nahe Sie Ihrem Ziel bereits sind. Besonders im Endspurt wird dann gerne die Spendensumme noch erhöht.

4 Durchblick schaffen

Die Auswertung von Marketingmaßnahmen gehört zum täglichen Handwerk des Online-Fundraisers. Statistiken sind für Ihr Marketing natürlich immer wichtig, nicht nur im Online-Fundraising. Aber nirgends ist es so einfach,

wie online! Nutzen Sie vor allem die Möglichkeiten der automatischen Statistikauswertung, wie z. B. im Cockpit bei GRÜN spendino, das natürlich in all unseren Paketen inklusive ist.

Falls der Anbieter Ihres Online-Spenden-Formulars diese nicht anbietet, dann erstellen Sie sie einfach selbst: Wann spenden Ihre Spender? An welchen Tagen sind sie besonders häufig online, eher wochentags oder eher am Wochenende? Für welche Projekte spenden sie derzeit besonders viel? Was haben Sie hier in Sachen Marketing anders gemacht, als für andere Projekte? Gab es einen neuen Kanal, über den Sie geworben haben, den Sie ansonsten so nicht nutzen?

Steuern Sie so, wann Sie den nächsten Newsletter versenden oder den Facebook Post verfassen, damit Sie Ihre Spender auch dann erreichen, wenn Sie online sind. Zwar kosten solche Auswertungen zunächst Zeit, sparen Ihnen jedoch anschließend weniger erfolgsversprechende Marketingmaßnahmen und damit auch bares Geld. Denn was nützt die beste Kampagne, wenn sie Ihre Zielgruppe nicht erreicht?

5 Reichweite

Vor allem in sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram und Co. geht es um die ständige Aktivität seitens Ihrer Spender. Denn Nutzer, die bereits für Sie gespendet haben, können die Vertrauensbasis weitertragen und so ebenfalls Neuspender für Sie gewinnen.

Vielleicht ist es Ihnen sogar möglich, Ihr Formular bei Kooperationspartnern einbinden zu lassen. Bei GRÜN spendino gibt es ein extra Formular dafür, das natürlich ebenfalls an das Design Ihres Partners angepasst werden kann. Je weiter Sie Ihre Ideen streuen können, umso besser.

6 Sicherheit und Vertrauen

Sie stehen für Transparenz, Nachhaltigkeit und Effizienz und tragen das Spendensiegel vom DZI oder sind Mitglied beim Deutschen Spendenrat e.V.?

Zeigen Sie Ihren Spendern, dass Sie mit den Mitteln, die man Ihnen zukommen lässt, vertrauensvoll umgehen. Integrieren Sie die vertrauensbildenden Zeichen in Ihre Kommunikation.

Auch eine sichtbar verschlüsselte SSL-Verbindung Ihrer Spendenwebseite schafft die entsprechende Vertrauensbasis und gibt dem Spender ein zusätzliches Sicherheitsgefühl.

Die Online-Spenden-Formulare von GRÜN spendino sind selbstverständlich verschlüsselt, doch auch hier können Sie selbst noch optimieren: Verschlüsseln Sie Ihre eigene Webseite und zeigen Sie dem Spender die sichere Verbindung so auch in der URL-Leiste an.

7 Vertrauensbasis ausbauen

Neuspender gewinnen ist schwer. Man muss Vertrauen schaffen, die Spender für das eigene Anliegen begeistern, möglichst viele Kommunikationswege nutzen etc. Dabei vergessen allerdings auch manche Spendenorganisationen genau diejenigen, die bereits für sie gespendet haben. Dieses Vertrauen des Spenders hat man bereits erlangt und jetzt heißt es, das gewonnene Spendervertrauen nicht wieder zu verlieren. Dazu ist es sinnvoll, diese Spender immer wieder auf dem Laufenden zu halten und so die geschaffene Basis weiter auszubauen, um die Aufmerksamkeit nicht zu verlieren. Selbstverständlich sollten Sie jedem Spender danken! Immer!

Sie nutzen ein Online-Spendenformular, z. B. von GRÜN spendino? Der Spender erhält zwar automatisch eine Danke-Mail, doch Sie machen immer nochmal mehr Eindruck, wenn Sie den Spender nachträglich zusätzlich persönlich kontaktieren, sich bedanken und vielleicht berichten, was seine Spende ermöglicht hat. Haben Sie bereits Mehrfachspender? Berücksichtigen Sie diese und gehen Sie auch darauf ein, dass Sie sich der mehrfachen Spenden bewusst sind.

8 Wertschätzung

Der Spender fühlt sich wertgeschätzt, wenn er nicht nur eine Standard-Mail erhält sondern auch eine entsprechende Ansprache in (weiteren) Mailings erhält. Auf jede Online-Spende sollte zumindest ein Dankeschön offline folgen. Aber bedrängen Sie Ihren Spender nicht mit unzähligen Briefen. Bedenken Sie, er hat online gespendet und präferiert vielleicht die Infos per E-Mail, anstelle eines Briefes, der zudem

sogar mehr kostet. Im schlimmsten Fall frisst allein das Porto den online gespendeten Betrag auf. Das kommt bei Ihrem Unterstützer nicht gut an. Fragen Sie doch einfach mal nach seiner Meinung? Will er die Informationen zu dem Projekt, das er unterstützt, lieber per E-Mail oder per Post? Das zeigt ihm sogar, dass seine Meinung von Relevanz für Sie ist.

Auch kleine Beträge machen auf Dauer eine ordentliche Summe aus und Mehrfachspender können zu Dauerspendern werden, mit deren Spende Sie regelmäßig rechnen können: langjährige Spender, die jeden Monat 20 Euro überweisen oder einziehen lassen, spenden aufs Jahr gesehen also 240 Euro. Wenn wir bedenken, dass die durchschnittliche Online-Spende über GRÜN spendino 2015 bei 109 Euro lag, ist es doch ein Extra-Dankeschön wert. Nehmen Sie sich die Zeit für Ihre Mehrfach- und Dauerspender! Erzählen Sie, was die Gesamtsumme, die Ihr Spender Ihnen bislang zukommen ließ, schon bewirken konnte. Umwerben Sie ihn mit Ihrer persönlichen Aufmerksamkeit. ■

Gerne senden wir Ihnen weitere Informationen über GRÜN spendino per E-Mail an partner@spendino.de

Oder rufen Sie uns direkt an. Adina Kindler freut sich auf Ihre Anruf per Telefon: 0800 00 44 533

Bildnachweis: shutterstock.com #380607631 by Rawpixel.com