

6.2 Spenderverwaltung: Excel vs. Fundraise Plus

Zwei Fundraiser berichten über Verwaltungssoftware.

Je besser eine Organisation ihre Spender kennt, desto zielgerichteter kann sie sie ansprechen. Deshalb sind Spender-Datenbanken eine wichtige Grundlage für erfolgreiches Online-Fundraising. Es gibt kostenpflichtige Spezialsoftware, aber auch eine einfache Excel-Tabelle kann reichen. Zwei Fundraiser aus zwei Organisationen berichten.

Karsten Malige, Vorsitzender des Vereins **SyrienHilfe** berichtet:

Nutzt die SyrienHilfe spezielle Software für die Spenderverwaltung?

Wir verwalten unsere Spenderdaten einfach mit Excel. Zum einen, weil wir Excel schon hatten, wir also neue Kosten vermeiden konnten. Zum anderen lässt sich Excel wirklich leicht bedienen. Mir gefällt die tabellarische Erfassung der Spendeneingänge und auch, wie einfach man automatisch Summen bilden kann. So kann man schnell die Spenden oder die Höhe der Ausgaben über verschiedene Zeiträume überblicken. Dann wissen wir genau, wie viel wir puffern müssen, um nachhaltig Hilfe leisten zu können – nicht, dass wir urplötzlich erkennen, dass die eingehenden Spenden nicht reichen. Unsere Vorteile sind also: keine Unkosten, leichte Bedienung und gute Übersicht über Soll und Haben.

Welche Kategorien und Angaben zu Spendern und Spenden werden erfasst?

Eingangsdatum der Spende, Name des Spenders, Zweck der Spende und Höhe der Spende. Aber auch unsere Ausgaben, damit wir sehen, wann wir welchen Betrag für welches Hilfsprojekt ausgegeben haben. Viel mehr Angaben zu den Spendern erhalten wir nicht, die sensibleren Daten wie Bankverbindung oder Adresse, sofern angegeben, erfassen wir nicht. Da geht Datenschutz vor.

Wie sieht es mit der Segmentierung der Spender aus?

Weil nur ein kleiner Kreis überhaupt Zugriff auf diese Excel-Tabelle hat, erkennen wir schon beim Eingang der Spende eventuelle Mehrfachspender. Die automatische Ausfüllhilfe von Excel tut ihr Übriges. Auch sind uns einige der Spender persönlich bekannt.

Unterscheidet ihr innerhalb eures Netzwerkes bestimmte Zielgruppen?

Wir unterteilen unsere Spender nicht in Zielgruppen bzw. wenn, dann eher intuitiv. Vielleicht fehlt uns aber auch der Wille, zu viel über den Spender herauszufinden, wir setzen eher auf sein eigenes Interesse daran, uns bei unserer Arbeit dauerhaft zu unterstützen.

Werden diese Zielgruppen auf verschiedenen Kanälen angesprochen?

Dadurch, dass wir über unsere Arbeit per E-Mail, Homepage, Facebook, Twitter und in den Neuigkeiten bei betterplace.org regelmäßig berichten, erreichen wir automatisch unterschiedliche Personen und eventuell auch Zielgruppen.

Lutz Baufeld vom Spenderservice des Caritasverbands für das Erzbistum Berlin berichtet:

Die Caritas Berlin nutzt fundraising plus zur Spenderverwaltung. Warum haben Sie sich für diese Software entschieden?

Zunächst eine Vorbemerkung: Das wichtigste Instrument im Fundraising ist für den Caritasverband für das Erzbistum Berlin immer noch das Postmailing. Deswegen beziehen sich die folgenden Aussagen vorrangig auf Erfassung und -Segmentierung der Daten von Spenderinnen und Spendern, die wir per Post mit Spendenaufrufen anschreiben.

Früher haben wir die Spendenverwaltungssoftware Charity benutzt. Weil die nicht SEPA-fähig war, sind wir auf fundraising plus umgestiegen. Wichtig war uns dabei, dass wir nicht nur unsere über 100 000 Datensätze aus Charity übernehmen, sondern auch unsere Mitglieder verwalten konnten. Die Vorteile bei fundraising plus liegen für uns außerdem darin, dass wir das Programm leasen konnten und dass die Daten sehr sicher sind, da sie in einem abgesicherten Rechenzentrum gehostet werden.

Welche Kategorien und Angaben zu den Spendern erfassen Sie mit der Software?

Unser Minimum sind Nachname und Bankverbindung. Darüber hinaus, wenn vorhanden, Vorname, Adresse, Telefon, E-Mail, Geburtsdatum. Wir erfassen die Buchungen, den Spendenzweck und ob on- oder offline gespendet wurde. Außerdem die Kontaktpunkte mit den Spendern: Wann haben sie den letzten Spendenaufruf per Post erhalten? Gab es persönlichen Kontakt per Telefon oder E-Mail und so weiter. Wir vermerken zu-

dem, woher wir die Adresse haben. Zum Beispiel von einer Veranstaltung oder durch eine ehrenamtliche Tätigkeit.

Nutzen Sie die Software auch zur Segmentierung Ihrer Spender?

Ja, weil zum Beispiel für Spendenaufrufe per Post verschiedene Gruppen unterschiedlich angesprochen werden, etwa Spender, die in den vergangenen zwölf Monaten einen bestimmten Mindestbetrag gespendet haben.

Falls ja, welche Zielgruppen haben Sie innerhalb Ihres Netzwerkes identifiziert?

Wir unterscheiden zwischen denen, die das erste Mal gespendet haben, und Menschen, die uns dauerhaft mit einem bestimmten Betrag unterstützen. Zusätzlich gibt es die Gruppe der „aktiven“ und „inaktiven“ Spender. Ein „inaktiver“ Spender hat in den letzten zwölf Monaten nicht gespendet. Wir haben außerdem sogenannte Interessierte in der Datenbank. Das sind Menschen, mit denen wir Kontakt hatten, die aber bisher noch nicht gespendet haben. Bei der Vielzahl an ganz unterschiedlichen Spendenprojekten und somit auch Interessen und Vorlieben der Spenderinnen und Spender vermerken wir auch, wer für welches Projekt gespendet hat (Kinder, Obdachlose, Flüchtlinge ...).

Nutzen Sie gegenüber diesen Zielgruppen eine unterschiedliche Form der Ansprache beziehungsweise unterschiedliche Kanäle?

Unser wichtigstes Instrument ist immer noch der Spendenaufwurf per Post. Die Angeschriebenen erhalten einen Spendenbrief zu einem bestimmten Thema mit wenigen Anpassungen an die jeweilige Gruppe. Falls gewünscht, schicken wir sofort die Zuwendungsbestätigung und ein Dankeschreiben per Post. Bei einer außergewöhnlich großen Spendensumme versuchen wir, uns telefonisch/persönlich zu bedanken. Online-spenderinnen und -spender werden nicht extra angeschrieben. Sie können sich auf dem Spendenformular oder auf der Website in den Verteiler für den Newsletter eintragen. Dann erhalten sie Spendenaufrufe und Informationen aus dem Verband per E-Mail.