

1.3 Formen des Online-Fundraisings

Spendenformular, Aufrufen, Painless Giving und Co.

Björn Lampe, betterplace.org

Online-Fundraising ist die Kommunikation über das Internet (Website, E-Mail, Social Media etc.) mit dem Ziel, Förderer und Interessenten zur Unterstützung (Geldspende) zu gewinnen. Die Spende wird dabei direkt über das Internet ausgelöst und ist damit maßnahmenbezogen messbar (mehr über das Messen von Online-Fundraising auf Seite 147). Eine Onlinespende kann über verschiedene Wege ausgelöst werden. Nach einer aktuellen Studie von Altruja werden besonders häufig Spendenformulare auf der Website der Organisation, Spendenportale und Spendenaktionen genutzt.¹ Die folgende Übersicht zeigt diese und weitere Wege des Online-Fundraisings. Entsprechende Dienstleister folgen im nächsten Kapitel (siehe Seite 25).

Spendenformulare sind selbst programmierte oder von einem Dienstleister zur Verfügung gestellte Formulare, über die Unterstützer direkt auf der Website der Organisation spenden können. Ins Formular sind meist verschiedene Zahlungsmethoden (z. B. Bankeinzug, PayPal oder Kreditkarte) integriert. Neben einer einmaligen Spende ist oft auch eine regelmäßige (z. B. monatliche) Dauerspende möglich.

Eine Sonderform sind Spendenformulare, die auf externen Seiten eines Anbieters liegen. Meist werden sie als Pop-up-Fenster oder über einen Link aufgerufen. Sie haben den Nachteil, dass sie das Vertrauen und die Bindung des Spenders stören. Spender bevorzugen Lösungen, die direkt auf der Homepage der Organisation liegen. Das zeigen die dort durchschnittlich höheren Spenden.



Abbildung 6: Das Spendenformular von FundraisingBox.

Spendenplattformen sind Websites, auf denen Organisationen sich und ihre Arbeit meist kostenlos präsentieren und für einzelne Projekte (oder die Organisation selbst) Spenden sammeln können. Der Vorteil liegt in der

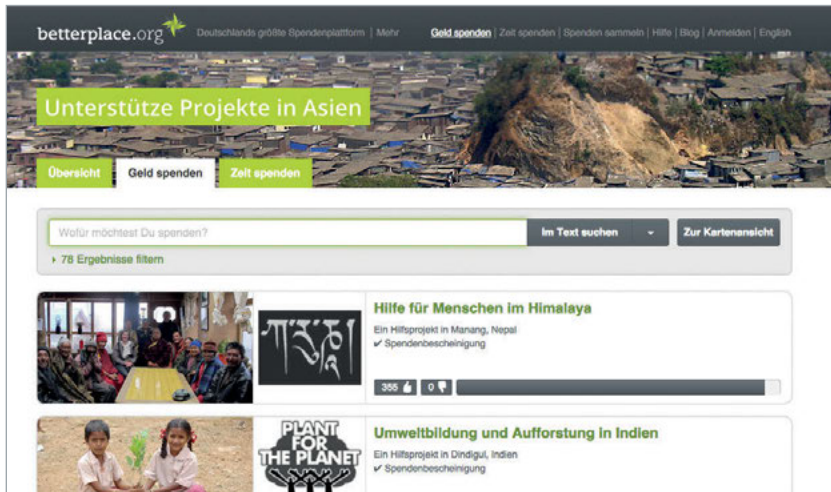


Abbildung 7: Die Regionalportalseite „Asien“ von betterplace.org.

komplett ausgelagerten Infrastruktur, da keine eigene Programmierarbeit anfällt. Besonders attraktiv ist dieses Angebot auch für Organisationen, die (noch) über keine eigene Homepage verfügen. Die meisten Spendenportale ermöglichen auch schöne Visualisierungen des Spendenstands (Spendenbarometer), was motivierend auf die Unterstützer wirkt.

Im Vergleich zum Spendenformular lassen sich die Spendenmöglichkeiten eines Spendenportals meist nicht in die eigene Homepage integrieren, sondern müssen über Verlinkungen angesteuert werden. Viele Organisationen nutzen Spendenportale deshalb auch als Ergänzung zum Fundraising auf der eigenen Website, um zusätzliche Zielgruppen anzusprechen.

Spendenaktionen sind selbst programmierte oder von Dienstleistern bereitgestellte Module, die es Unterstützern erlauben, individuelle Spendenseiten zu einem bestimmten Anlass (z.B. Geburtstag, Marathonlauf, Trauerfall o. ä.) anzulegen. Das Fundraising liegt in der Hand des Unterstützers, der zu diesem Zweck Freunde, Verwandte und Bekannte als Spender für ein bestimmtes Hilfsprojekt motiviert.

Dieses altbekannte Konzept erfreut sich auch im Internet steigender Beliebtheit, insbesondere da Freunde aus aller Welt unkompliziert mitmachen können. Plattformen wie JustGiving in Großbritannien sind mit Spendenaktionen sehr erfolgreich. In den USA arbeiten einige Organisationen (z.B. charity: water) fast ausschließlich mit dieser Art des Online-Fundraisings.

Spendenshops geben der Unterstützerin die Möglichkeit, konkrete Produkte, die in Hilfsprojekten benötigt werden, zu „kaufen“. So kann sie für Medikamente, Woldecken oder größere Anschaffungen wie einen Brunnen spenden, indem sie diese virtuell kauft. Organisationen wie UNICEF oder Oxfam erzielen damit seit Jahren gute Ergebnisse.

Der Vorteil für den Spender liegt sowohl bei der Transparenz in der Spendenverwendung als auch im Spaßfaktor, da die meisten Spendenshops das Verschenken der „Einkäufe“ in Form von Urkunden o.ä. ermöglichen. In der festgelegten Spendenverwendung sehen manche Organisationen auch gleichzeitig den größten Nachteil, da der freie Einsatz der Spenden meist nicht möglich ist (Zweckbindung).

Aufrunden und spenden beim Online-Einkauf kann man in zahlreichen Online-Shops (z.B. connox.de). Im Bezahlprozess wird dann zusätzlich zum eigentlichen Kauf eine Spende an eine ausgewählte (oder vom Käufer auszuwählende) Organisation ausgelöst – die Online-Variante der von der Supermarktkasse bekannten Spendendose. In beiden Fällen wird die Hürde zur Spende minimiert, da die Geldbörse ohnehin schon offen ist. Eine bekannte Form dieser Spendenart ist die „Kompensationsspende“ für Umweltprojekte bei der Buchung von (Flug-)Reisen. Inzwischen bieten einige



Abbildung 8: Der Spenden-Shop von Oxfam Unverpackt.

Fundraising-Formen im Überblick

Form des Online-Fundraisings	Auf eigener Homepage integrierbar	Art der Spenden	Spenderdaten verfügbar	Zweckbindung
Spendenformular	ja	alle	ja	nein
Spendenportale	zum Teil	alle	zum Teil	nach Anbieter
Spendenaktionen	zum Teil	alle	nach Anbieter	nach Anbieter
Spendenshop	ja	alle, eher kleinere	ja	zum Teil
Einkaufs-Spenden	nein	Mikrospenden	nein	nein
Affiliate-Spenden	als Link	Mikrospenden	nein	nein
Painless Giving	nein	Mikrospenden	nein	nein

Dienstleister fertige Module für gängige Online-Shopsysteme an. Doch viele Unternehmen scheuen das Online-Aufrufen, da sie den Käufer nicht vom eigentlichen Kauf ablenken wollen. Das Thema Inkasso bei Nichtbezahlung ist ebenfalls eine Herausforderung.

Affiliate-Spenden ist das Spenden von Provisionen, welche bei Einkäufen in Online-Shops gezahlt werden. Im Normalfall werden diese Provisionen an die Betreiber von Websites gezahlt, die auf einen Online-Shop verlinken und dort einen Kauf auslösen. Klicke ich zum Beispiel bei Spiegel Online auf einen Affiliate-Link zu Amazon.de und kaufe dort ein Produkt, so erhält Spiegel Online einen kleinen Prozentsatz (meist 3–5%) des Amazon-Einkaufs als Provision. Dieses Prozedere kann mithilfe von speziellen Dienstleistern genutzt werden, um Spenden für gemeinnützige Organisationen zu sammeln. Dazu muss der gewünschte Artikel über einen speziellen Spenden-Affiliate-Link angesteuert werden. Für den Käufer ändert sich nichts (auch der Preis erhöht sich nicht), mit jedem Einkauf löst er aber eine kleine Spende aus. Die Herausforderung für die teilnehmenden Organisationen besteht darin, die eigenen Unterstützer regelmäßig daran zu erinnern, beim Online-Shopping den Affiliate-Link bzw. -Shop zu nutzen.

Painless Giving bedeutet „schmerzloses Geben“ und meint Spendenarten, bei denen Spenden generiert werden, ohne dass der Unterstützer direkt Geld geben muss. Beispiele sind das Affiliate-Spenden oder der Kauf eines Produktes, bei dem ein Prozentsatz des Kaufpreises als Spende abgegeben wird.

Das Spenden von Treuepunkten ist in diesem Bereich besonders erfolgreich, zum Beispiel bei PAYBACK oder der Deutschen Bahn. Die dort gesam-

melten Punkte können als Spenden für ausgewählte Organisationen eingelöst werden. Wegen des geringen Wertes einzelner Punkte werden hier meist kleine und kleinste Spenden (Mikrospenden) ausgelöst. Aber durch die Vielzahl der Kunden dieser Unternehmen erreichten die insgesamt gespendeten Punkte oft Werte von mehreren Millionen Euro.²

Die genannten Arten unterscheiden sich bezüglich der Integrationsmöglichkeiten in die eigene Homepage, der zu erwartenden Größenordnungen der Spenden, der Weitergabe der Spenderdaten und der Zweckbindung der Spenden. Einen Überblick findest du in der Tabelle auf Seite 26.

Viele Organisationen nutzen die aufgeführten Spendenformen parallel oder ergänzend, um verschiedene Zielgruppen zu erreichen. Alle Kanäle gleichzeitig und in gleicher Intensität zu bespielen, schaffen wegen des zeitlichen und personellen Aufwands nur wenige Organisationen.

Was ist mit Crowdfunding?

Crowdfunding ist keine Art des Spendens (siehe Vorwort), da eine materielle Gegenleistung erbracht wird. Dennoch ist Crowdfunding für gemeinnützige Organisationen eine Option, um im Internet Geld zu sammeln. Eine mögliche, aber seltene Spielart, sind Crowdfunding-Kampagnen, bei denen nur ein minimaler Gegenwert erbracht wird. Zum Beispiel bekommt der Unterstützer einen Schlüsselanhänger oder die Einladung zum Tag der offenen Tür.

Klassisches Crowdfunding zeichnet sich durch eine begrenzte Zeitdauer, eine echte Gegenleistung und das Alles-oder-nichts-Prinzip aus. Wird die avisierte Summe nicht im angegebenen Zeitraum erreicht, geht das Geld zurück an die einzelnen Unterstützer.

Da Crowdfunding im Normalfall aber Teil des wirtschaftlichen, steuerpflichtigen Betriebs ist, muss man vorsichtig sein, um am Ende nicht mit einer Steuerschuld oder dem drohenden Verlust der Gemeinnützigkeit konfrontiert zu werden.³ Vor dem Start einer Crowdfunding-Kampagne sollte also ein Steuerberater zu Rate gezogen werden.

Generell unterscheiden sich Crowdfunding und Fundraising aber auch in ihrer strategischen Ausrichtung: Crowdfunding dient der Finanzierung klar abgegrenzter Projekte in einem kurzen Zeitraum, während sich Fundraising auf eine dauerhafte Finanzierung aller (Projekt-)Kosten einer Organisation bezieht.

Literaturhinweis:

Stiftung & Sponsoring, Rote Seiten, 1/2015 „Crowdfunding und Crowdinvesting“

1.4 Werkzeuge fürs Online-Fundraising

Anbieter, Kosten und Funktionen.

Leonie Gehrke, betterplace.org

Es gibt eine ganze Reihe von Anbietern, die Tools fürs Online-Fundraising zur Verfügung stellen. Das Sortiment wird schnell unübersichtlich: Es reicht von Online-Tools wie Spendenformularen für die Homepage über Projekt- und Aktionsseiten auf Spendenplattformen bis hin zu Einkaufsportalen, die ihre Provisionen zu Spenden wandeln (siehe Übersicht Seite 20). Ehe deine Organisation sich für einen Anbieter entscheidet, sollten unbedingt die Anforderungen ans Fundraising-Tool definiert werden. Folgende Leitfragen können dabei helfen:

- Form des Fundraisings: Willst du ausschließlich über die Homepage deiner Organisation Spenden sammeln oder auch über eine Projektseite auf einer Spendenplattform?
- Zahlungsweisen: Welche Zahlungsmöglichkeiten möchtest du deinen Spendern anbieten?
- Kosten: Wie viel Budget ist für kostenpflichtige Tools eingeplant?
- Spenderdaten: Wie wichtig ist der direkte Zugang zu Spenderdaten (Name, Adresse, Höhe der Spende) und deren Verwaltung?
- Absender der Spendenbescheinigung: Wer soll die Spendenbescheinigung ausstellen? Der Anbieter oder deine Organisation?
- Mehrsprachigkeit: Möchtest du auf mehreren Sprachen Spenden sammeln?
- Für mobile Geräte optimiert: Soll das Tool auch auf dem Tablet oder Smartphone gut aussehen?

Die wichtigsten Anbieter von Online-Fundraising-Tools im Vergleich¹

Anbieter	Aktion HelpDirect e. V.	Altruja GmbH	Alvarum SAS	Ammado AG
Form	Spenden-plattform	Online-Tool	Spendenaktion (Portal)	Spenden-plattform
Einrichtungspreis	gratis	99 Euro ⁷	290 Euro	gratis
Sonstige Kosten	Gebühren für Kreditkarte und PayPal	ab 29 Euro monatl.	5 % zzgl. MwSt. und 1,9 % Gebühr	5 % Bearbeitungs-gebühr 2,5 % für On-linespenden
Zielgruppe	kleine, mittlere NPOs	NPOs, Unternehmen, Parteien	kleine, mittlere, große NPOs	internationale NPOs mit entsprechendem Nachweis der Anerkennung
Zahlungsweise ²	Kreditkarte, PayPal, Lastschrift, Sofort Überweisung, Sonstige	Kreditkarte, PayPal, Lastschrift	Kreditkarte, Lastschrift, Sofort Überweisung, Sonstige	Kreditkarte, PayPal, Lastschrift, Sonstige
Spenderdaten ³	✓	✓	✓	✗
Spenden-bescheinigung ⁴	✓	✓	✗	✓
Fundraising-Event ⁵	✓	✓	✓	✓
Mehrsprachigkeit	✗	✓	✓	✓
Für mobile Geräte optimiert ⁶	✗	✓	✓	✓

1 Dieser Überblick stellt eine Auswahl einzelner Anbieter und ihres Angebots dar. Wir erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

2 Es werden nur die Zahlungsarten Kreditkarte, Lastschrift, PayPal, Giropay und Sofort Überweisung betrachtet.

3 Zugang zu den Spenderdaten (z.B. Name, Anschrift).

4 Versand der Spendenbescheinigung erfolgt durch den Anbieter.

5 Anlassbezogenes Spendensammeln, z. B. Geburtstag, Marathon.

6 Homepage/Formular passt sich automatisch Bildschirmgrößen an. Spenden auch über Smartphone und Tablet.

Bank für Sozialwirtschaft AG	betterplace.org (gut.org gAG)	FundraisingBox (Wikando GmbH)	GLS Gemeinschaftsbank eG	Grün Spendino (Grün Software AG)
Online-Tool	Spendenplattform	Online-Tool	Spendenplattform	Online-Tool
100 Euro für das optionale Kreditkarten-/ 50 Euro für das optionale PayPal-Modul	gratis	gratis	gratis	100 Euro
15 Euro zzgl. Gebühren für Kreditkarte sowie PayPal	gratis	29–300 Euro	Gebühr bzw. Fixkosten	25–249 Euro
Kunden der Bank für Sozialwirtschaft	kleine, mittlere NPOs, auch ohne anerkannte Gemeinnützigkeit	große NPOs ⁸	gemeinnützige Mitglieder der GLS Bank	kleine, mittlere NPOs
Kreditkarte, PayPal, Lastschrift, Sofort Überweisung, Sonstige	Kreditkarte, PayPal, Lastschrift, Giropay	Kreditkarte, PayPal, Lastschrift, Sofort Überweisung, Sonstige	Kreditkarte, Lastschrift, Giropay	Kreditkarte, PayPal, Lastschrift, Sofort Überweisung
✓	✓	✓	✓	✓
✗	✓	✓ ⁹	✗	✗
✗	✓	✓ ¹⁰	✓	✗
✓	✓	✓	✗	✓
in Planung	✓	✓	✗	✓

7 Optional, gratis bei eigener Integration.

8 Für kleine und mittlere NPOs wird die separate Plattform fundraisingbox starter angeboten.

9 Ohne Pufferkonto, wird im Namen der Organisationen erstellt.

10 Eine separate Plattform für Fundraising-Events bietet Wikando mit helpedia.de.

2. Crowdfunding-Plattformen

Streng genommen zählt Crowdfunding nicht zum Online-Fundraising (siehe Übersicht Online-Fundraising Seite 24). Dennoch bieten einige Crowdfunding-Plattformen auch die Möglichkeit einer Spende an.

Anbieter	ecocrowd Crowdfunding- Plattform der Deutschen Umweltstiftung	gemeinschaftscrowd GLS Treuhand	Startnext Crowdfunding GmbH
Form	Crowdfunding-Plattform	Crowdfunding-Plattform	Crowdfunding-Plattform
Einrichtungspreis	gratis	gratis	Crowdfunding: gratis Crowdinvesting ¹² : 595 Euro
Euro/Monat	8 % der Finanzierungssumme (nur bei erfolgreichem Projekt) und PayPal-Gebühr	10 % der Finanzierungssumme (nur bei erfolgreichem Projekt)	4 % der Finanzierungssumme (nur bei erfolgreichem Projekt) + ggf. freiwillige Provision
Zielgruppe	nachhaltige Projekte	in Deutschland als gemeinnützig anerkannt	kreative und nachhaltige Ideen von Künstlern, Kreativen und Gründern
Zahlungsweise	PayPal, Sofort Überweisung	Kreditkarte, Giropay	Kreditkarte Überweisung, Lastschrift, Sofort Überweisung, Sonstiges
Spenderdaten	✓	✓	bei erfolgreichem Projekt
Spendenbescheinigung	✗	✗	✗
Fundraising-Event	✗	✗	✗
Mehrsprachigkeit	✗	✗	✓
Für mobile Geräte optimiert	✓	✗	in Planung

¹² Investition in Start-ups oder Unternehmen und Beteiligung am möglichen Gewinn.

3. Shops for Good/Affiliate-Spenden

Diese Anbieter ermöglichen das Spenden von Provisionen, welche bei Einkäufen in Online-Shops gezahlt werden (siehe Übersicht Online-Fundraising Seite 20).

Anbieter	Bildungsspendergemeinnützige Unternehmergesellschaft	boost Boost Engagement FBX gemeinnützige GmbH	elefunds Stiftung gemeinnützige UG	Schulengel GmbH
Voraussetzung zur Teilnahme	in Deutschland als gemeinnützig anerkannt	in Deutschland als gemeinnützig anerkannt	bestehende Kooperationen im Bereich E-Commerce	in Deutschland als gemeinnützig anerkannt
Art der Spende	Spenden aus Marketingprovisionen der Shops	Spenden aus Marketingprovisionen der Shops	freiwilliges Aufrunden und Spenden statt Prämienprinzip	Spenden aus Marketingprovisionen der Shops
Anzahl teilnehmender Shops	1.672 (u. a. Amazon, JAKO-O, Expedia)	über 500 Partner-Shops (u. a. Amazon, OTTO, Lieferando.de uvm.)	160 (u. a. Connox, Heise, Glücksmacher, kartenmacherei)	etwa 1.300 Partner-Shops (u. a. Amazon, eBay, myToys)