

Neue Spender online gewinnen



VON NICOLAS REIS

Nicolas Reis ist Gründer und Geschäftsführer von Altruja und betreut über 500 Organisationen aus Österreich, Deutschland und der Schweiz beim Thema Online-Fundraising.
www.altruja.de

Spendensammeln über das Internet gewinnt immer mehr an Bedeutung auch für soziale Organisationen. Neue technikinteressierte Neuspender können besonders gut auf diesem Weg angesprochen werden.

Haben Sie auch gesehen, wie sich sämtliche Prominente – von George W. Bush über Bastian Schweinsteiger bis hin zu Helene Fischer – vor einiger Zeit einen Eimer Eiswasser über den Kopf geschüttet haben? Grund war die sogenannte »Ice Bucket Challenge«. Diese war dank viraler Verbreitung im Netz schon in kürzester Zeit der Sommertrend im letzten Jahr.

Das Ganze war aber auch mit einem ernstem Hintergrund verbunden: Fundraising für die Nervenkrankheit ALS. Die ALS Association konnte dank der Eiswasser-Idee in kürzester Zeit über 60 Millionen Dollar sammeln. Wahnsinn, oder?

Dieses Beispiel zeigt, was mittlerweile alles möglich ist in Sachen online Spenden sammeln und auch für die Zukunft soll sich der Trend fortsetzen. Laut der Altruja-Studie »Online Fundraising 2014« sehen fast die Hälfte der mehr als 880 befragten Non-Profit-Organisationen Online-Fundraising auf Platz 2 der zukünftig wichtigsten Fundraising-Kanäle (vgl. Grafik). Warum also nicht dieses Potential nutzen und Neuspender für Ihre Organisation im Netz genießen?

Welche Vorteile bietet Online-Fundraising?

Ein großer Vorteil, der dafür spricht, den Schritt ins Netz zu wagen, sind die durchschnittlich höheren Spenden. Online werden im Durchschnitt nämlich 80 Euro gespendet, während herkömmliche Spendenmethoden 25 bis 30 Euro erzielen.

Des Weiteren ist die Option, Online-Spenden zu sammeln mit vergleichsweise geringen Investitionskosten verbunden. Positiv beim Online-Fundraising ist au-

ßerdem, dass die Abwicklung des Spendenprozesses stark vereinfacht wird.

Durch die Erweiterung Ihres Angebots, auch online Spenden zu tätigen, können zudem neue Zielgruppen, die besonders internetaffin sind, erschlossen werden. Durch virale Verbreitung über Social-Media und Co. können Sie zudem auf Ihre Website verlinken und so die Reichweite und Bekanntheit Ihrer Organisation deutlich steigern.

Welche Anwendungsmöglichkeiten gibt es beim Online-Fundraising?

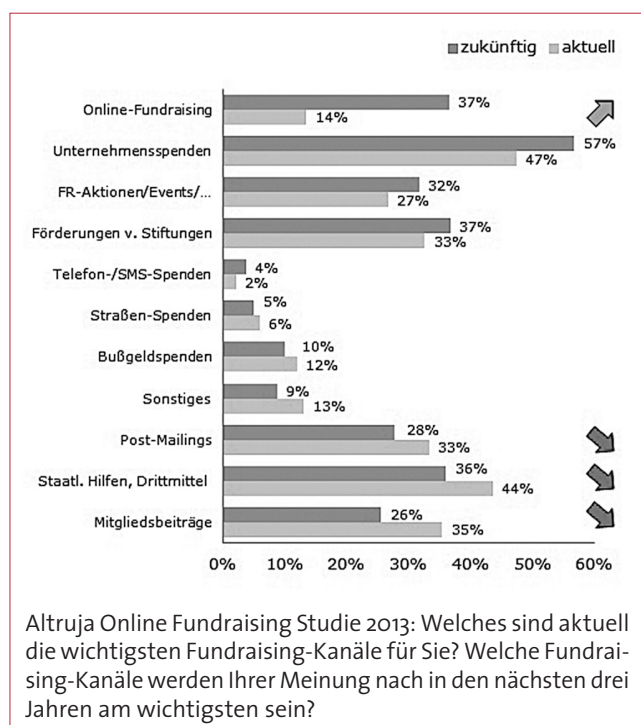
Das klassische Modell: das Online-Spendenformular. Damit kann der Besucher Ihrer Website, Sie schnell und einfach mit einer Einmal- oder Dauerspende unterstützen.

Die regelmäßige Ausführung: das Patenschafts- oder Mitgliedschafts-Tool. Mit diesem Angebot können sich Ihre Unterstützer unkompliziert als Mitglied anmelden oder eine Patenschaft übernehmen.

Die interaktive Variante: das Anlassspenden-Tool. Damit ermöglichen Sie es Ihren Spendern zu besonderen Anlässen, wie Geburtstagen, Hochzeiten oder einem Spendenlauf für Ihre Organisation Spenden zu sammeln.

Das weihnachtliche Pendant: die Online-Weihnachtsspendenaktion. Heben Sie sich doch in der Hauptspendezeit im Jahr mit einem kreativen Online-Tool von der Masse ab und bieten Sie Ihren Spendern zum Beispiel einen interaktiven Adventskalender.

In fünf Schritten können Sie zu einem erfolgreichen Online-Fundraising für Ihre Organisation gelangen:



Schritt 1: Passen Sie Ihren Online-Auftritt an!

Die Website ist das Herzstück Ihres Online-Fundraisings. Daher sollten Sie sich zunächst auf den Online-Auftritt Ihrer Organisation konzentrieren. Entwickeln Sie konkrete Ziele für Ihre Website. Fragen Sie sich, worauf das Augenmerk bei Ihrer Website liegen soll. Ist es beispielsweise Ihr vorrangiges Ziel die Zahl der Newsletter-Abonnenten zu erhöhen oder soll vor allem das Spendenvolumen erhöht werden? Wichtig ist außerdem, die Website intuitiv und benutzerfreundlich zu gestalten. Stellen Sie den Besuchern alle wichtigen Informationen über den Zweck Ihrer Organisation schnell und eindeutig zur Verfügung. Die Spender sollen sich schließlich gut aufgehoben fühlen.

Schritt 2: Bringen Sie Traffic auf Ihre Website!

Wenn Sie ein Konzept für Ihre Website gefunden haben, dürfen Sie nicht vergessen, auch ausreichend auf diese zu verlinken. Schließlich bringt Ihnen die beste Website nichts, wenn sie keine Besucher hat. Setzen Sie sich deswegen vor allem mit dem Thema Suchmaschinen-Marketing auseinander. Dies ist ein besonders wichtiges Werkzeug, um Neuspender zu erreichen. Auf jeden Fall sollten Sie Ihre Unterstützer mit einem Newsletter auf Ihre Website bringen. Die eingangs erwähnte »Ice Bu-

Schritt 3: Bleiben Sie sicher!

Haben Sie Ihren Online-Auftritt fit gemacht für Ihr Online-Fundraising? Dann geht's weiter mit dem Spendenprozess. Hierbei sollte die Sicherheit im Vordergrund stehen. Achten Sie auf Datenschutz, SSL-Verschlüsselung und PCI-Zertifizierung. Bei einer Zusammenarbeit mit einem externen Anbieter, sollten Sie darauf achten, dass diese ihren Serverstandort in Deutschland haben. Damit unterliegen sie dann dem deutschen Datenschutzgesetz. Stellen Sie dazu umfassende Informationen auf Ihrer Website bereit. Schließlich wollen Sie das Vertrauen Ihrer Spender gewinnen. Gerade im Internet kann das entscheidend sein bei der Entscheidung des Spenders, Sie zu unterstützen. Unterstreichen Sie Ihre Seriosität außerdem mit Spenden- und Transparenzsiegel sowie Referenzen von namhaften Fürsprechern.

Schritt 4: Verfolgen Sie ein Konzept!

Das A und O beim Online-Fundraising ist, neben Website und Sicherheit, außerdem ein umfassendes Konzept zu entwickeln. Denken Sie daran: Online-Fundraising ist kein Selbstläufer. Ein gewisses Know-how sowie die Bereitstellung von Ressourcen ist auch beim Spendensammeln im Netz erforderlich.

cket Challenge« hat es uns gezeigt: Social-Media kann große Wellen schlagen. Nutzen sie die Kommunikationsfreude Ihrer Spender und steigern Sie so Ihre Bekanntheit bei Neuspendern. Hierbei können voreingestellte Bookmarks helfen, die Ihre Unterstützer dann leicht teilen können. Web-Banner können ebenfalls gute Zubringer auf Ihre Website sein und genauso Neuspender erreichen. Fragen Sie Ihre Partner oder Unterstützer, ob Sie Ihren Banner auf ihrer Website integrieren können.

Beides können Sie sowohl intern als auch extern erlangen. Unabdingbar ist außerdem eine klare Zielsetzung und ein davon abgeleiteter Maßnahmenplan. Versuchen Sie Ihre Online-Fundraising-Ziele zu konkretisieren. Legen Sie beispielsweise fest, wie viele Neuspender bis zum Ende des Jahres gewonnen werden sollen oder wie hoch das Gesamtspendenvolumen in diesem Jahr ausfallen soll. Um die festgelegten Ziele zu erreichen, legen Sie am Besten in einem ausführlichen Maßnahmenplan die Verantwortlichen, deren Aufgaben, sowie einen detaillierten Zeitplan fest.

Schritt 5: Behalten Sie den Spender im Fokus!

Beim Online-Fundraising steht, wie auch beim Offline-Fundraising, der Spender im Mittelpunkt. Passen Sie deswegen die Website, den Spendenprozess und Ihr Konzept an Ihre Zielgruppe an. Bieten Sie Ihren Spendern zum Beispiel verschiedene Zahlungsoptionen. Laut der Altruja Online-Fundraising-Studie nutzten im Jahr 2013 mehr als die Hälfte aller Spender das Lastschriftverfahren, die höchsten Einzelspenden waren bei der Zahlung per Kreditkarte zu verzeichnen. Ein guter Tipp ist es außerdem einen »Jetzt-Spenden-Button« in Ihre Website einzubinden. Dieser sollte auf Ihrer Startseite und auf allen Unterseiten Ihrer Website zu sehen sein und direkt auf Ihr Spendentool verlinken. Damit gelangen Ihre Spender schnell und einfach zum Spendenprozess. Denken Sie auch daran: Der Spendenprozess endet nicht mit der erfolgreich eingegangenen Spende. Der nicht abreißende Dialog ist der Schlüssel zum langfristigen Erfolg Ihres Online-Fundraisings. Egal ob mit Spendenbestätigung, Spendenzertifikat oder Dankesvideos – ein Dankeschön für jede Spende ist Pflicht.

Fazit

Online-Fundraising ist ein Spendenkanal mit großem Potential für die Zukunft. Fundraiser sollten deshalb die Internetaffinität der Spender nutzen und Ihnen die Möglichkeiten bieten auf Ihrer Website zu spenden. So gewinnen Sie Neuspender und gleichzeitig steigern Sie damit Ihr Spendeneinkommen. ■