

# Endnoten

## 1.1 Spenderpyramide und Loyalitätszyklus

- 1 Vgl. Scheibe-Jaeger, A., Finanzierungshandbuch, 1998, S. 117.
- 2 Direske, C., Spenderpyramide. [www.fundraising-wiki.de/s/Artikel:Spenderpyramide](http://www.fundraising-wiki.de/s/Artikel:Spenderpyramide).
- 3 Urselmann, M., Fundraising, 2014, S. 17.
- 4 Burgess, T.: Building Donor Loyalty: The Key to Successful Fundraising Programs, 2004. [events.convio.com/site/News2?page=NewsArticle&id=2601084](http://events.convio.com/site/News2?page=NewsArticle&id=2601084).

## 1.2 Der Spendenmarkt in Deutschland: Wer spendet wann, wo und wie viel?

- 1 Diese Daten stammen aus einer von der Körber-Stiftung veröffentlichten Sonderauswertung der „Zivilgesellschaft in Zahlen“-Studie (ZiviZ). [www.koerber-stiftung.de/fileadmin/user\\_upload/gesellschaft/medien-downloads/finanzierung\\_zivilgesellschaft\\_ziviz.pdf](http://www.koerber-stiftung.de/fileadmin/user_upload/gesellschaft/medien-downloads/finanzierung_zivilgesellschaft_ziviz.pdf).
- 2 Vgl. Statistisches Bundesamt: [www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/FinanzenSteuern/Steuern/LohnEinkommensteuer/Einkommensteuerstatistik.html](http://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/FinanzenSteuern/Steuern/LohnEinkommensteuer/Einkommensteuerstatistik.html).
- 3 Wobei dieser Posten jedoch angesichts der zunehmenden Veranlagung von Pensionären nach dem Alterseinkünftegesetz immer geringer wird.
- 4 betterplace lab: NGO Meter. [www.betterplace-lab.org/projekte/ngo-meter](http://www.betterplace-lab.org/projekte/ngo-meter).
- 5 Bitkom: Online Spenden bequeme Alternative zur Überweisung. [www.bitkom.org/de/presse/81149\\_81019.aspx](http://www.bitkom.org/de/presse/81149_81019.aspx)
- 6 GfK / Deutscher Spendenrat: [www.spendenrat.de](http://www.spendenrat.de).
- 7 Vgl. DIW: Wer spendet was – und wieviel?, 2011. [www.spendenrat.de/index.php?id=116,0,0,1,0,0](http://www.spendenrat.de/index.php?id=116,0,0,1,0,0)
- 8 Mehr Informationen zum DZI-Spenden-Index auf der Seite des DZI: [www.dzi.de](http://www.dzi.de).
- 9 Blackbaud: The Psychology of Online Giving Report: [www.blackbaud.co.uk/psychologyofonlinegiving](http://www.blackbaud.co.uk/psychologyofonlinegiving)
- 10 Altruja-Umfrage zum Online-Fundraising: [www.altruja.de/online-fundraising-studie.html](http://www.altruja.de/online-fundraising-studie.html)

## 1.3 Die verschiedenen Formen des Online-Fundraising

- 1 Altruja Online-Fundraising-Studie 2015: [www.altruja.de/ergebnisse-der-online-fundraising-studie-2015.html](http://www.altruja.de/ergebnisse-der-online-fundraising-studie-2015.html)
- 2 PAYBACK: PAYBACK Kunden spenden Punkte im Wert von über 1 Mio. Euro: [www.payback.net/presse/pressemeldungen/pressemeldung-detail/article/payback-kunden-spenden-punkte-im-wert-von-ueber-1-mio-euro/](http://www.payback.net/presse/pressemeldungen/pressemeldung-detail/article/payback-kunden-spenden-punkte-im-wert-von-ueber-1-mio-euro/)
- 3 vgl. Sixt, Efriede: Steuern und Crowdfunding: [www.ebit4u.com/wp-content/uploads/2014/07/Steuern-und-Crowdfunding.pdf](http://www.ebit4u.com/wp-content/uploads/2014/07/Steuern-und-Crowdfunding.pdf)

## 1.7 SEO und SEA: Über das Suchen und Finden im Internet

- 1 Weil Google Search in Deutschland einen Marktanteil von fast 95 % hat (2015), beziehen sich die Infos und Tipps zu SEM hier nur auf Google.
- 2 Konvertieren ist abgeleitet von engl. Conversion und bezeichnet im Online-Marketing ein definiertes Ziel, bei dem der Besucher einer Webseite sich zu einer konkreten Handlung leiten lässt (z.B. eine Online-Spende tätigt).
- 3 Dieses Such- bzw. Blickverhalten belegen viele empirische Studien, vgl. z.B. [searchengineland.com/the-critical-first-second-the-area-of-greatest-promise-10856](http://searchengineland.com/the-critical-first-second-the-area-of-greatest-promise-10856)
- 4 Mehr Infos dazu findest du z.B. hier: [www.seo-trainee.de/301-302-canonicals-umleitung-und-weiterleitung-wie-es-richtig-geht/](http://www.seo-trainee.de/301-302-canonicals-umleitung-und-weiterleitung-wie-es-richtig-geht/).

## 3.1 Follower zu Freunden machen

- 1 z.B. [www.social-media-knigge.de](http://www.social-media-knigge.de) oder [allfacebook.de](http://allfacebook.de) oder [www.futurebiz.de](http://www.futurebiz.de)
- 2 [www.betterplace-lab.org/de/blog/spenden-und-alter-usa](http://www.betterplace-lab.org/de/blog/spenden-und-alter-usa)
- 3 [tweetreach.com](http://tweetreach.com)
- 4 [followerwonk.com](http://followerwonk.com)
- 5 [addons.mozilla.org/de/firefox/addon/facebook-for-community-mana](http://addons.mozilla.org/de/firefox/addon/facebook-for-community-mana)
- 6 [www.facebook.com/groups/387655414688670/](http://www.facebook.com/groups/387655414688670/)

- 7 [www.facebook.com/groups/kindernothilfe/](http://www.facebook.com/groups/kindernothilfe/)
- 8 [alexandercoppock.com/research/twitter-mobilization/](http://alexandercoppock.com/research/twitter-mobilization/)
- 9 [www.bvdw.org/medien/bvdw-whitepaper-gibt-handlungsempfehlungen-fuer-rechtssicheres-e-mail-marketing?media=6728](http://www.bvdw.org/medien/bvdw-whitepaper-gibt-handlungsempfehlungen-fuer-rechtssicheres-e-mail-marketing?media=6728)
- 10 [pool.vivaconagua.org](http://pool.vivaconagua.org)
- 11 [fundraising-echo.saz.com/newsletter/fundraising-echo-2015-1.1](http://fundraising-echo.saz.com/newsletter/fundraising-echo-2015-1.1)
- 12 z.B. die Kiezhelden des FC St. Pauli, [www.kiezhelden.com](http://www.kiezhelden.com)
- 13 z.B. der BDKJ, [www.facebook.com/bdkj.bund](http://www.facebook.com/bdkj.bund)

### **6.1 Beziehungspflege: Mit gutem Spendermanagement Dauerspender finden und binden**

- 1 Betterplace lab: NGOs im Netz. [www.betterplace-lab.org/projekte/digitalisierungsstudie](http://www.betterplace-lab.org/projekte/digitalisierungsstudie)
- 2 Prahm, Medje & Ullrich, Angela: Online Fundraising auf dem Vormarsch. Fundraiser Magazin 1/2014, S. 26-27. [www.fundraiser-magazin.de/files/archiv/pdf/fundraiser\\_39\\_2014-01.pdf](http://www.fundraiser-magazin.de/files/archiv/pdf/fundraiser_39_2014-01.pdf)
- 3 Urselmann, Michael: Fundraising. Professionelle Mittelbeschaffung für steuerbegünstigte Organisationen. 6. Aufl. Wiesbaden: Springer Verlag 2014, S.53.
- 4 Urselmann, Michael: Fundraising. Professionelle Mittelbeschaffung für steuerbegünstigte Organisationen. 6. Aufl., Wiesbaden: Springer Verlag 2014, S.53.
- 5 Stiftung Zewo: Patenschaften im Ausland. [www.zewo.ch/fur-spendende/spendentipps/patenschaft](http://www.zewo.ch/fur-spendende/spendentipps/patenschaft)
- 6 Fischer, Kai. Sechs Zielgruppen im Fundraising. [www.mission-based.de/news/items/sechs-zielgruppen-im-fundraising.html](http://www.mission-based.de/news/items/sechs-zielgruppen-im-fundraising.html)
- 7 Hönig, Hans-Josef & Schulz, Lothar: Spenderbetreuung. Gründe für eine planvolle Gestaltung der Spenderbeziehung. In Fundraising Akademie (Hrsg.). Fundraising. Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden, 3. aktualisierte Aufl., Wiesbaden: Gabler 2006, S. 286.
- 8 Urselmann, Michael: Fundraising. Professionelle Mittelbeschaffung für steuerbegünstigte Organisationen. 6. Aufl., Wiesbaden: Springer Verlag 2014, S. 55 ff.
- 9 Urselmann, Michael: Fundraising. Professionelle Mittelbeschaffung für steuerbegünstigte Organisationen. 6. Aufl., Wiesbaden: Springer Verlag 2014, S. 69-70.

### **7.3 Interview: Extrem spannend finde ich Datensegmente**

- 1 Remarketing ist die gezielte Ansprache von Website-Besuchern auf Basis ihrer Interessen, das heißt ihrer vorherigen Website-Besuche.

### **7.4 Aus Daten lernen: Wie Wikimedia seine Spendeneinnahmen Jahr für Jahr steigert**

- 1 Wikimedia: Wikipedia: Fundraiser 2014/ Fundraising Report. [de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Fundraiser\\_2014/Fundraising\\_Report](http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Fundraiser_2014/Fundraising_Report)

### **8.2 Wenn Unternehmen online Gutes tun**

- 1 Flash Eurobarometer 363: "Wie Unternehmen unsere Gesellschaft beeinflussen: Die Sicht der Bürger". Europäische Kommission, 2013. [ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_363\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_363_en.pdf)
- 2 Der Preis wird von der italienischen Agenturgruppe Lundquist verliehen.
- 3 6th CSR Online Awards. Beyond reporting to create distinctiveness in CSR communications. Lundquits Whitepaper, 2014.
- 4 [sapintegratedreport.com/2014/de/unternehmensleistung/gesellschaftliche-leistung/mitarbeiter-und-gesellschaftliches-engagement.html](http://sapintegratedreport.com/2014/de/unternehmensleistung/gesellschaftliche-leistung/mitarbeiter-und-gesellschaftliches-engagement.html)
- 5 [www.altruja.de/online-fundraising-studie.html](http://www.altruja.de/online-fundraising-studie.html)
- 6 Alle Formate sind unter [www.betterplace-solutions.de](http://www.betterplace-solutions.de) beschrieben.