

Fundraising – Software

Was hat sie, was ich nicht habe?

Workshop im Rahmen der Studientagung
„Fundraising für Umwelt und Entwicklung“
Münster, 16. / 17. Februar 2009

Inhalt

- Grundlagen
- Beispiel
- Fazit
- Anlagen

Grundlagen

Bemerkung:

Die Begriffe

Datenbank-Marketing bzw. Database-Fundraising

sowie

Datenbank bzw. Database bzw. Software

werden im Folgenden synonym verwendet.

Grundlagen

Eine Fundraising-Software besteht aus

- Daten = Informationen, die in der Database (Datenbank) gespeichert werden sollen, und
- Funktionen, mit denen die Daten gepflegt, bearbeitet und ausgewertet werden

Grundlagen: Daten Beispiel Adressdaten

Privatadresse:

- Vorname
- Nachname
- Anrede
- Titel
- Präfix
- Suffix
- Straße
- Hausnummer
- Postfach
- Postleitzahl
- Ort
- ...

Firma / NPO:

- Rechtsform
- Ansprechpartner
- Funktion des
Ansprechpartners
- Durchwahl
- ...

Kommunikationsdaten:

- Telefon
- Fax
- Mail
- Internet
- Mobil
- ...

Grundlagen: Daten

In der Datenbank werden z.B. folgende Informationen gespeichert:

- **Adressdaten**
(z.B.: Anrede, Vorname, Name, Titel, Straße, Hausnummer, PLZ, Ort, Telefon, Handy, ...)
- **Persönliche Angaben**
(z.B.: Geschlecht, Alter, Beruf, ...)
- **Organisationsspezifische Spenderdaten**
(z.B.: Spenderbezogene Aktionsdaten, Spendengewohnheiten, ...)
- **Buchhaltungsdaten**
(z.B.: Spendenbetrag, Datum Kontoauszug, Spendenzweck, ...)
- **Fundraising-Daten**
(z.B.: Beschreibung von Kampagnen, Aktionen, Kosten, Auflagenhöhe, ...)
- **Mitarbeitende in der Organisation**
(z.B.: Hauptamtliche, Ehrenamtliche, Freiwillige, ...)

Grundlagen: Funktionen

Eine Fundraising – Software sollte folgende Funktionen unterstützen:

- **Pflege und Erweiterung** der Datenbank
- **Selektion** von Daten z. B. zur Durchführung von Tests und/oder Aktionen und Kampagnen
- **Planung und Unterstützung** von (Spenden-)Kampagnen
- **Controlling** (Statistik und Berichtswesen)
- **Analyse** der Datenbank und der Aktionen
- **Import und Export** von Daten von und zu externen Dienstleistern

Beispiel

Der Verein **Muster e.V.** ist Träger eines **Kinderkrankenhauses** in der Stadt X in einem afrikanischen Land.

- Der Verein wird von Fördermitgliedern und Dauerspendern unterstützt.
- Es gibt einige Großspender (Gesamtspendensumme > 5000€)
- Für dringende Maßnahmen wird ein bis zweimal jährlich eine Spendenkampagne gestartet.
- Spendenkampagne 2008: Es werden dringend neue Kinderbetten benötigt, die über Spenden finanziert werden sollen. Alle Aktionen dienen also dem **Zweck „Spenden für Kinderbetten“**.

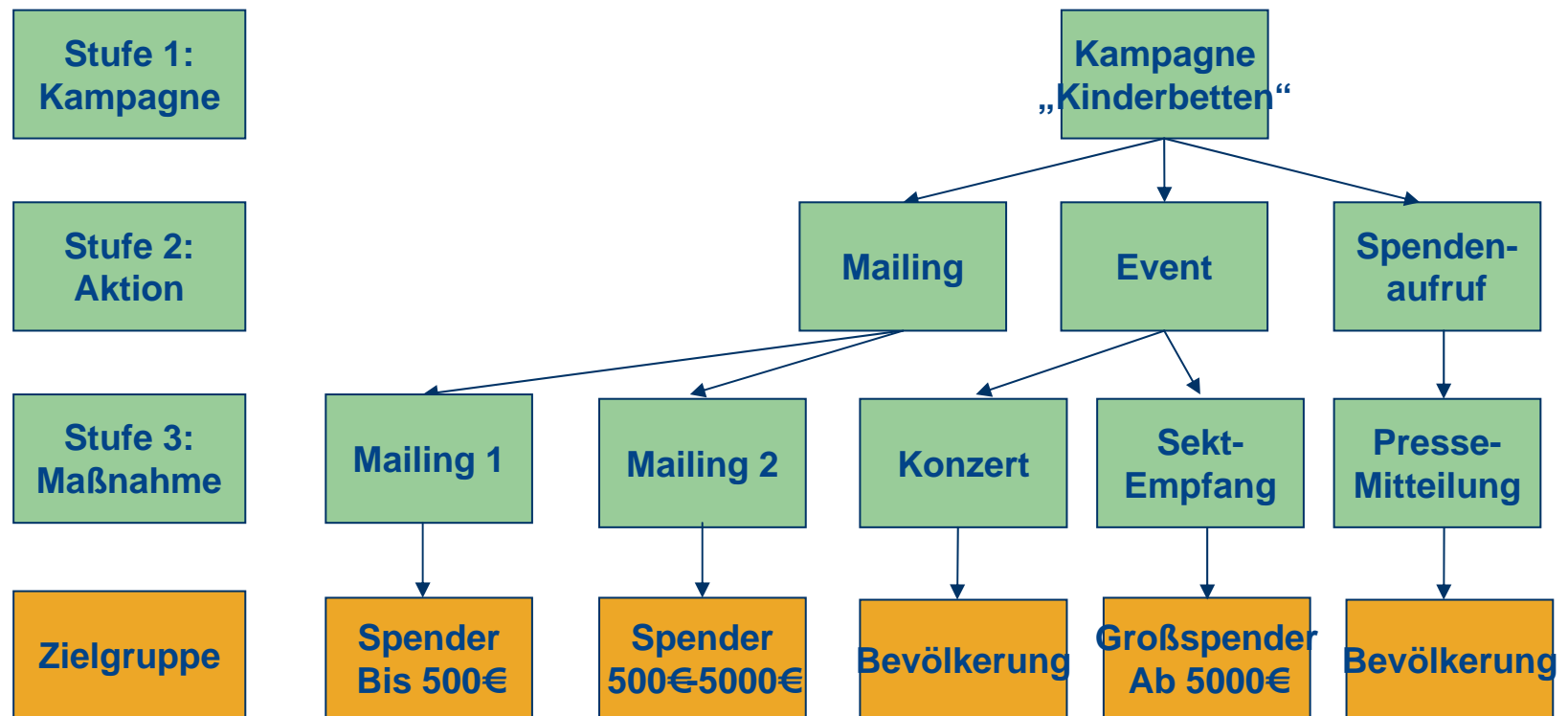
Beispiel

Der Verein **Muster e.V.** ist Träger eines **Kinderkrankenhauses** in der Stadt X in einem afrikanischen Land.

- Die Spendenkampagne 2008 besteht aus folgenden Aktionen:
- Hauslisten-Mailing mit zwei verschiedenen Briefformen:
 - 1) an Spender bis 500€ Spendensumme,
 - 2) an Spender von 500€ bis 5000€ Spendensumme
 - Benefiz-Konzert, das über die lokalen Medien beworben wird
 - Sektempfang für Großspender: die Großspender werden zum Konzert und anschließend zum Sektempfang eingeladen
 - Spendenaufruf in den lokalen Medien mit Stichwort / Verwendungszweck „Kinderbetten“

Beispiel: Kampagne für den Spendenzweck „Kinderbetten“

→ 3-stufige Spendenkampagne



Beispiel: Kampagne für den Spendenzweck „Kinderbetten“

Nach Abschluss der Kampagne will der Muster eV wissen:

- Wie viele Spenden wurden durch die Kampagne eingenommen?
- Wie viele neue SpenderInnen wurden gewonnen?
- Wie hoch waren die Einnahmen aus dem Kreis der GroßspenderInnen?
- Wer von den zum Empfang eingeladenen Gästen ist tatsächlich gekommen?
- Was haben die einzelnen Maßnahmen gekostet bzw. eingebracht (Kosten/Nutzenvergleich)?
- ...

Beispiel: **Kampagne für den Spendenzweck „Kinderbetten“**

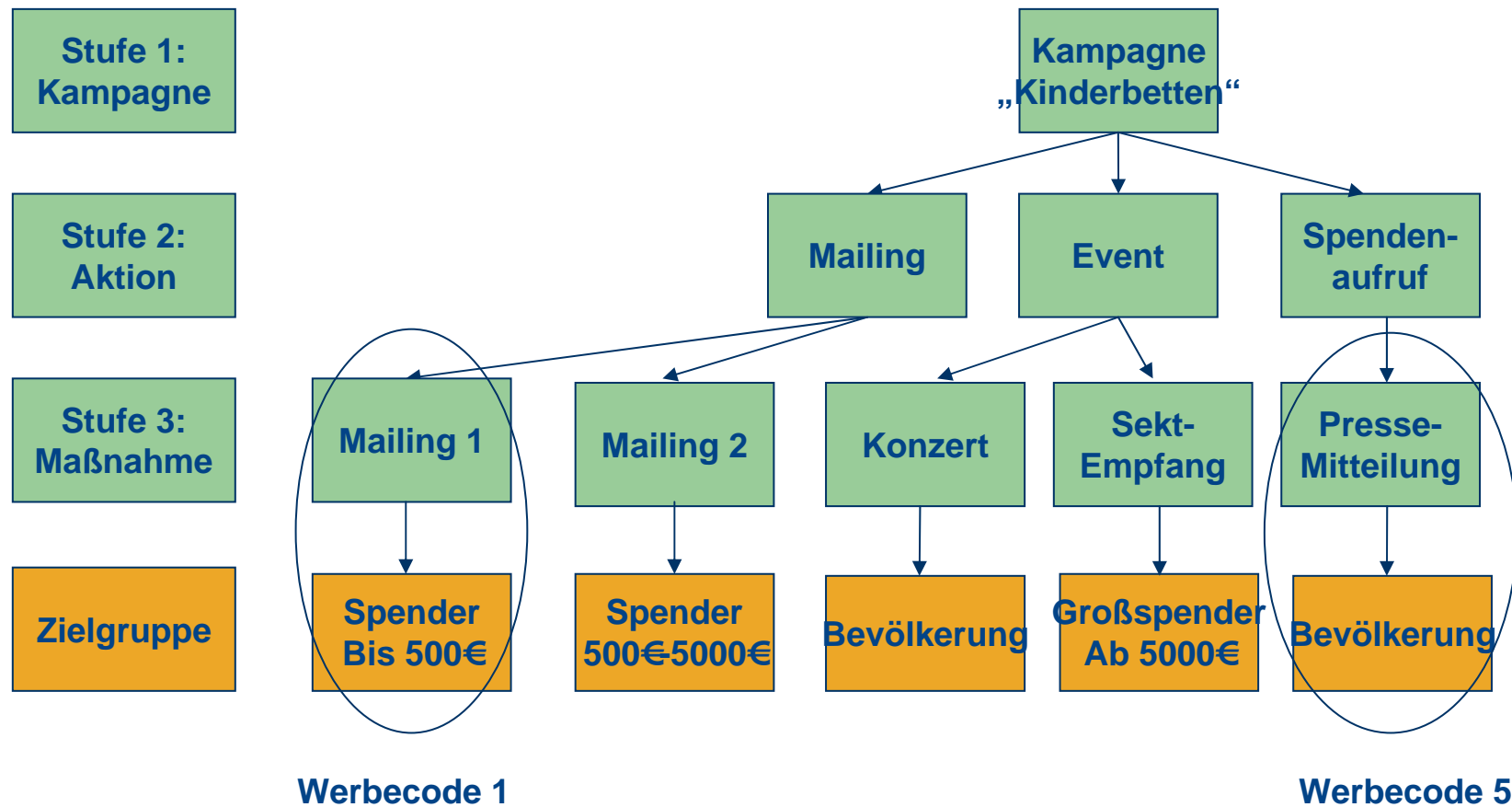
Zur Beantwortung dieser und anderer Fragen ist eine Kennzeichnung der unterschiedlichen Maßnahmen und Zielgruppen nach einer bestimmten Systematik notwendig:

Werbecode (Mediacode, u.a.)

Mit Hilfe des Werbecodes können Fragen beantwortet werden wie z.B.:

- Wer? (Wer wurde angeschrieben / hat reagiert?)
- Wie viel? (Wie viel wurde gespendet?)
- Wie? (Wie wurde der-/diejenige angesprochen?)
- ...

Beispiel: Kampagne für den Spendenzweck „Kinderbetten“



Beispiel: **Kampagne für den Spendenzweck „Kinderbetten“**

Werbecode:

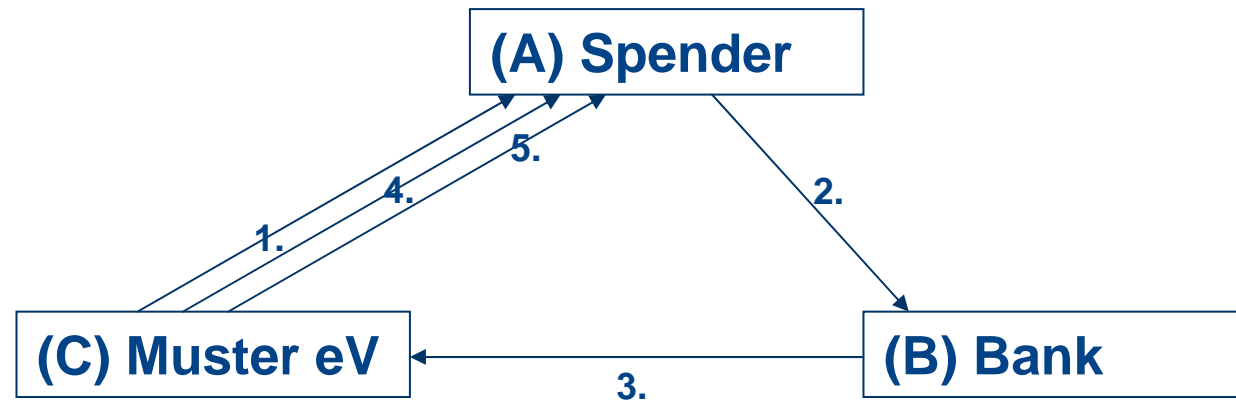
- Schnittstelle zur Spendenstatistik
- Auswertung der Maßnahmen zur Spendenwerbung
- evtl. Verknüpfung mit Spendenzweck

Spendenzweck:

- Vereinssatzung
- Zuwendungsbestätigung
- Schnittstelle zur Buchhaltung

Der **Spendenzweck „Kinderbetten“** beantwortet die Frage:
„Wofür wird gespendet?“

Beispiel: Maßnahme 1 Mailing an Spender mit Spendensumme bis 500€



1. Brief an die SpenderInnen
2. Überweisung an die Bank
3. Gutschrift auf das Konto des Muster eV
4. Dankbrief an die SpenderInnen
5. Zuwendungsbestätigung an die SpenderInnen

Beispiel: Maßnahme 1 Mailing an Spender mit Spendensumme bis 500€

Schritt 1: Brief an die SpenderInnen

1.1 Anforderungen an die Adressen:

- Korrekt: Briefe an die SpenderInnen mit korrekten Angaben (Anrede, Name, Anschrift etc.)
- Komplet: alle aktiven und inaktiven SpenderInnen der NPO
- Aktuell: die Adressen sind auf dem neuesten Stand

1.2 Auswahl der Adressen nach vorgegebenen Kriterien (z. B. Selektion aller Spenderinnen und Spender mit Gesamtspendensumme bis 500 €)

1.3 Filtern und/oder Kennzeichnen der Adressen, die

- angeschrieben werden
- nicht angeschrieben werden dürfen
- unvollständig sind
- nicht zugestellt werden konnten
- ...

Beispiel: Maßnahme 1

Mailing an Spender mit Spendensumme bis 500€

Schritt 1: Brief an die SpenderInnen

Unterstützung durch Fundraising-Software

1.1 Anforderungen an die Adressen:

- Korrekt: Briefe an die SpenderInnen mit korrekten Angaben (Anrede, Name, Anschrift etc.)
 - Tabelle Anrede / Briefanrede (inkl. Kennzeichen Privat; evtl. Männlich/Weiblich; Firma)
 - Tabelle Vornamen (inkl. Kennzeichen männlich/weiblich)
 - Prüfung Anrede – Vorname
 - Unterschiedlicher Adressaufbau Privat – Firma
 - Prüfung / Eingabeunterstützung PLZ – Ort
 - Hinterlegung Straßenverzeichnis (Deutschland) / PLZ-/ Ortsverzeichnis etc.
 - Kennzeichen, ob Post- oder Postfachanschrift
 - Kennzeichen, ob Brief an Firma+Ansprechpartner oder Ansprechpartner+Firma
 - Variabler Aufbau Adresskopf
 - Kennzeichen für unvollständige Adresse (z.B. Straße nicht bekannt)
 - Dublettenprüfung
 - ...

Beispiel: Maßnahme 1 Mailing an Spender mit Spendensumme bis 500€

Schritt 1: Brief an die SpenderInnen

Unterstützung durch Fundraising-Software

1.1 Anforderungen an die Adressen:

- **Komplett:** alle aktiven und inaktiven SpenderInnen der NPO
 - Definition von aktiv/inaktiv nach Kriterien der NPO
 - Kennzeichnung von inaktiven Adressen (Stillegen)
 - Alle Informationen zu allen SpenderInnen verfügbar und nachvollziehbar (Kontakthistorie, Spendeneingänge, etc.)
 - ...

- **Aktuell:** die Adressen sind auf dem neuesten Stand
 - Bearbeitung von Retouren
 - Kennzeichen für Mailingsperren, Sonderregelungen
 - Beziehungen von SpenderInnen untereinander
 - Zeitnahe Verbuchung von Spendeneingängen
 - ...

Beispiel: Maßnahme 1 Mailing an Spender mit Spendensumme bis 500€

Schritt 1: Brief an die SpenderInnen

Unterstützung durch Fundraising-Software

1.2 Auswahl der Adressen nach vorgegebenen Kriterien
(z. B. Selektion aller Spenderinnen und Spender mit
Gesamtspendensumme bis 500 €)

- Selektion / Auswahl von Adressen nach unterschiedlichsten Kriterien
- Auswertung von Spendenkampagnen, -aktionen bzw. -maßnahmen
- Export von Adressen u. a. Datenfeldern
- Drucken von Etiketten
- Drucken von Listen
- Speichern von Listen und Auswahlkriterien
- ...

Beispiel: Maßnahme 1 Mailing an Spender mit Spendensumme bis 500€

Schritt 1: Brief an die SpenderInnen

Unterstützung durch Fundraising-Software

1.3 Filtern und/oder Kennzeichnen der Adressen, die

- angeschrieben werden
- nicht angeschrieben werden (dürfen)
- unvollständig sind
- nicht zugestellt werden konnten
- ...

→ Kontakteintrag z. B. „Werbecode“

→ Mailingsperre

→ Bearbeitung von Retouren

→ Systematik für Dankbriefe, Zuwendungsbestätigungen

Beispiel: Maßnahme 1 Mailing an Spender mit Spendensumme bis 500€

Schritt 2: Überweisung (SpenderInnen -> Bank)

Unterstützung durch Fundraising-Software

Druck Überweisungsträger; nur noch Betrag, Datum und Unterschrift von SpenderInnen

Erstellung eines personalisierten Überweisungsträgers

- Kontodaten der NPO, der SpenderInnen
- Werbecode
- Spender-ID / -name / -adresse
- Berücksichtigung gesetzlicher Vorgaben (z. B. SEPA)

Beispiel: Maßnahme 1 Mailing an Spender mit Spendensumme bis 500€

Schritt 3: Gutschrift auf das Konto des Muster e.V. Unterstützung durch Fundraising-Software

3.1 Manuelle Verbuchung

- Einfache Erfassung
- Suchen über Kontonummer
- Prüfung Werbeocode / Spendenzweck
- Kontrolle der Eingaben / Abstimmung mit Kontoauszug
- Unterlagen für Buchhaltung
- Einhaltung der GoB (Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung)
- ...

Beispiel: Maßnahme 1 Mailing an Spender mit Spendensumme bis 500€

Schritt 3: Gutschrift auf das Konto des Muster e.V. Unterstützung durch Fundraising-Software

3.2 Automatische Verbuchung

- Datenträgeraustausch
- Zuordnung über Kontodaten
- Erstellung von Fehlerprotokollen / Prüflisten / etc.
- Buchung der Zahlungseingänge
- Eintrag Werbe-code
- ...

Beispiel: Maßnahme 1 Mailing an Spender mit Spendensumme bis 500€

Schritt 4: Dankschreiben an die SpenderInnen

Unterstützung durch Fundraising-Software

Je nach Dankbriefsystematik und Wunsch der SpenderInnen

- Kein Dankbrief
- Dankbrief nur bei erster Spende
- Dankbrief bei erster Spende im Jahr
- Dankbrief ab einer bestimmten Summe
- Hinweis speichern, ob Dankbrief gedruckt wurde
- ...

Beispiel: Maßnahme 1 Mailing an Spender mit Spendensumme bis 500€

Schritt 5: Zuwendungsbestätigungen

Unterstützung durch Fundraising-Software

Je nach Voreinstellungen und/oder Wunsch der SpenderInnen

- Keine ZWB (bis 200€)
- Einzel-ZWB
- Nur Sammel-ZWB
- Sonderregelungen (abhg. von Höhe der Jahresspende)
- Aufdruck bei Kopien von ZWB
- Einhaltung der steuerrechtlichen Vorgaben
- ...

Beispiel: Maßnahme 1 Mailing an Spender mit Spendensumme bis 500€

Auswertungen

- Responsequote:
Anteil der SpenderInnen, die auf das Mailing reagiert haben
- ROI (Return on Investment): Verhältnis Einnahmen zu Kosten
(Werte unter 1: Einnahmen geringer als Kosten, also negatives Ergebnis für die NPO; sehr häufig bei so genannten Kaltmailings)
- ...

Durch systematischen Aufbau von zentralen Schlüsseln, wie z.B. Werbecode, Spendenzwecke, sind nicht nur Auswertungen von Maßnahmen, Aktionen und/oder Kampagnen möglich, sondern auch Vergleiche mit Vorjahreskampagnen etc. (Beobachtung des langfristigen SpenderInnen-Verhaltens).

Beispiel: Spendenkampagne des Muster E.V.

Unterstützung durch Fundraising-Software bei den anderen Maßnahmen ähnlich

Die Software sollte außerdem Funktionen anbieten für die Abbildung von

→ Beziehungen (SpenderInnen untereinander)

→ Interessen u. a. Partnermerkmale

(CSR = Customer Relationship Management)

Fazit

Eine Fundraising-Software unterstützt eine NPO bei Aufgaben in den Bereichen

- **Adressverwaltung**
- **Buchhaltung**
- **Beziehungspflege**
- **Planung, Durchführung und Controlling** von Fundraisingmaßnahmen

unter Berücksichtigung von

- **Kostenreduzierung** durch gezielte Ansprache verschiedener SpenderInnen-Gruppen
- **Zeitersparnis** durch automatisierte Prozesse

Bei einer Fundraising-Software steht der **Prozess-Charakter im Mittelpunkt – nicht die Technik!**

Fazit

Eine Fundraising-Software unterstützt eine spenderorientierte Fundraisingstrategie, die das Ziel hat,

dem
zum
mit den
und über das
ein
zu unterbreiten.

richtigen Spender
richtigen Zeitpunkt
richtigen Argumenten
richtige Medium
maßgeschneidertes Angebot

Anhang 1

BFDI – Info 1 Bundesdatenschutzgesetz - Text und Erläuterung -

Impressum:

Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit

Postfach 20 01 12,53131 Bonn

Hausanschrift: Husarenstraße 30,53117 Bonn

Tel. + 49 (0)228 997799-0

Fax + 49 (0)228 997799-550

E-Mail: poststelle@bfdi.bund.de

Internet: <http://www.bfdi.bund.de>

Druck: Druckpartner Moser

Druck + Verlag GmbH

Römerkanal 52-54

53359 Rheinbach

Anhang 2

2.6 Die Datenerhebung

Gesetzesbestimmungen: §§ 4, 13, 28, 29 BDSG

(...)

Die Datenerhebung darf nur in dem erforderlichen Umfang erfolgen. (...)

Im nicht-öffentlichen Bereich wird der größte Teil der personenbezogenen Daten von den Stellen als Mittel für die Erfüllung eigener Geschäftszwecke verwendet. Dies ist z.B. der Fall bei den Kundendaten einer Firma, den Daten über das eigene Personal, über die Lieferanten und andere Geschäftspartner.

(...)

Auch wenn Daten allgemein zugänglich sind oder veröffentlicht werden dürften, können sie für eigene Geschäftszwecke erhoben werden, es sei denn, schutzwürdige Interessen des Betroffenen würden gegenüber den berechtigten Interessen der verantwortlichen Stelle offensichtlich überwiegen.

Besondere Arten personenbezogener Daten (Angaben über die rassische und ethnische Herkunft, politische Meinungen, religiöse oder philosophische Überzeugungen, Gewerkschaftszugehörigkeit, Gesundheit oder Sexualleben) dürfen – ohne wirksame Einwilligung des Betroffenen – nur in vom Gesetz abschließend aufgeführten Ausnahmefällen erhoben werden. Zum Beispiel gilt dies: (...)

- bei Daten, die der Betroffene offenkundig öffentlich gemacht hat,

(...)

(unvollständige) Übersicht Fundraising-Software

- | | |
|--|---------------------------------|
| → alphadata GmbH
www.alphadata.de | alphadata Lösungen |
| → Benefit AG
www.benefit.de | MyOpenhearts |
| → Emprise Systemhaus GmbH
www.emprise.de | MFplus |
| → Enter Services GmbH
www.enter-services.de | EnterBrain |
| → Grün Software GmbH
www.gruen-ag.de | VEWA |
| → GfS
www.gfs.de | GFS Data Solutions |
| → Outcome Unternehmensberatung GmbH
www.outcome.de | Charity / Raise-it / Analyse-it |
| → Social concept GmbH
www.social-concept.de | fundraiseplus |
| → ... | |

Weiterführende Adressen, Literatur

- www.fundraising-verband.de
(Deutscher Fundraising Verband)
- www.fundraisingpraxis.de
(Informationsportal der Fundraising Akademie)
- www.softguide.de
z.B.: www.softguide.de/software/verbaende-vereine.htm
(*SoftGuide* Softwareführer; Marktübersichten für kommerzielle Softwarelösungen und IT-Dienstleistungen)
- Database Fundraising
von Hans Rosegger, Helga Schneider und Hans-Josef Hönig,
ISBN 3-930047-46-2 (**nicht mehr verfügbar**)

Hans-Josef Hönig, Durchwahl: - 212, Email: Hans-Josef.Hoenig@outcome.de
Doris Kunstdorff, - 310, Doris.Kunstdorff@outcome.de

Herzlichen Dank

Doris Kunstdorff

OUTCOME
Unternehmensberatung GmbH
51149 Köln
Kölner Str. 251

Telefon: 02203 / 5994 - 0
Fax: 02203 / 5994 - 199
E-mail: info@outcome.de
Internet: www.outcome.de