Einführung in das Thema „Spenderbindung“

Prof. Dr. Michael Urselmann
Fachhochschule Köln

Überblick:

- Wann gilt ein Spender als gebunden?
- Warum ist Spenderbindung so wichtig?
- Wie binde ich Spender?
- Fazit
- Literaturempfehlung.

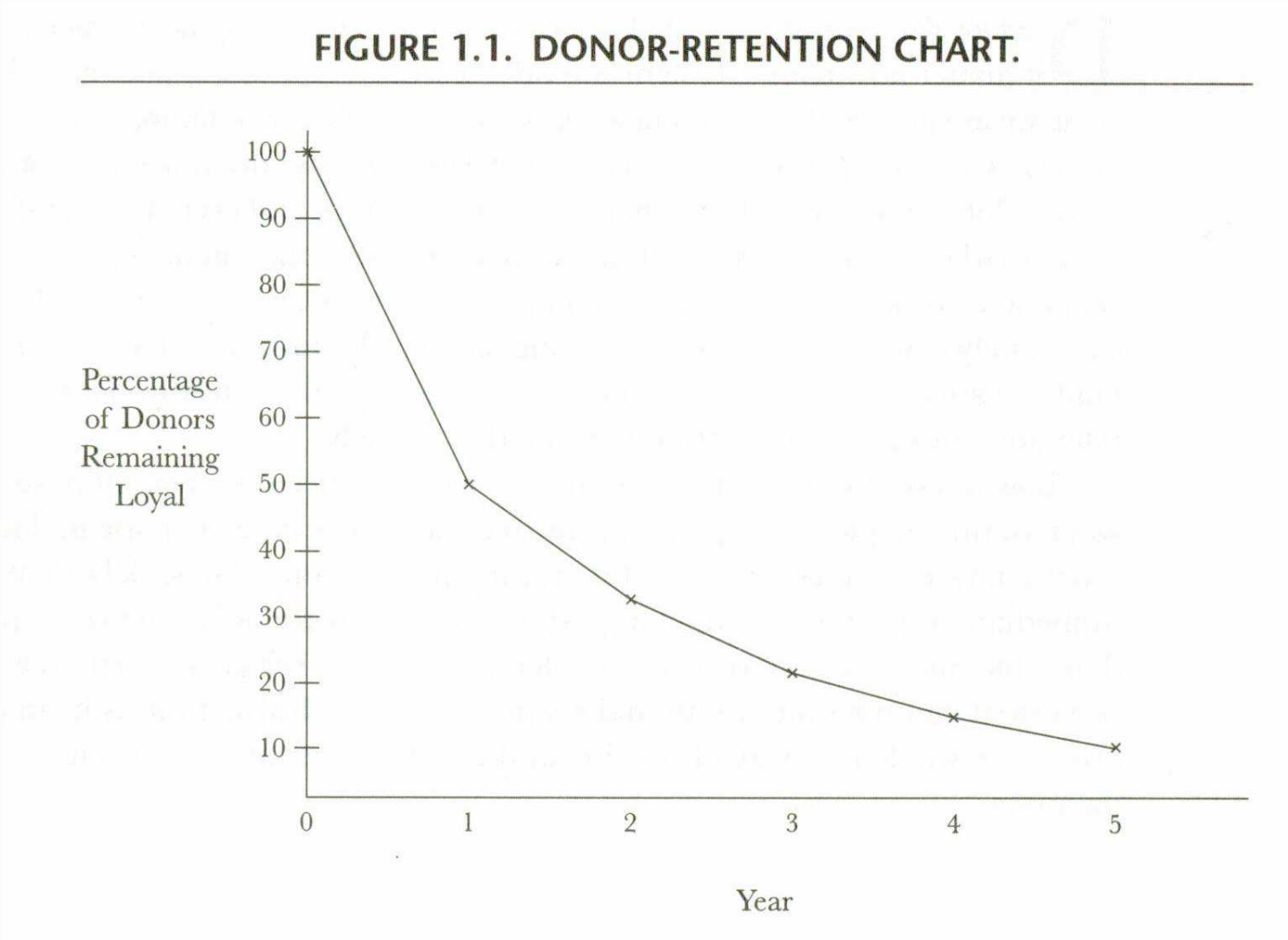
Wann gilt ein Spender als gebunden?

- Hierfür gibt es keine allgemeingültige, einheitliche Definition.
- In der anglo-amerikanischen Literatur wird von „donor loyalty“ gesprochen.
- In der deutschen Fundraising-Praxis werden „aktive“ und „inaktive“ Spender unterschieden.
- Wann ein Spender als „inaktiv“ zu betrachten ist (und damit Rückgewinnungsmaßnahmen einzuleiten sind), wird von den Organisationen sehr unterschiedlich definiert:
  - Letzte Spende liegt mehr als 12 Monate zurück.
  - Letzte Spende liegt mehr als 24 Monate zurück.
  - Letzte Spende liegt mehr als 36 Monate zurück.
  - Andere Definitionen.
- Definitionsvorschlag: Ein Spender soll als „gebunden“ angesehen werden, so lange seine letzte Spende nicht mehr als 12 Monate zurückliegt.

Warum Spenderbindung?

- Die Kosten der Neuspendergewinnung (über Kaltadress-Mailings) haben sich in den letzten 20 Jahren verzehnfacht.
- Die Gewinnung eines Neuspenders kostet mittlerweile 100-200 € (bei Vollkostenrechung).
- Durch den zunehmenden Verdrängungswettbewerb sinkt die Verweildauer von Spendern.
- Faustformel: Nach einem Jahr sind nur noch 50% der Neuspender aktiv. Danach Verlust eines Drittels pro Jahr.
- Adrian Sargeant: Schon eine geringe Steigerung der Spenderbindungsquote (bzw. Senkung der Attrition Rate) hat eine große Auswirkung auf die Summe der Spendeneinnahmen.

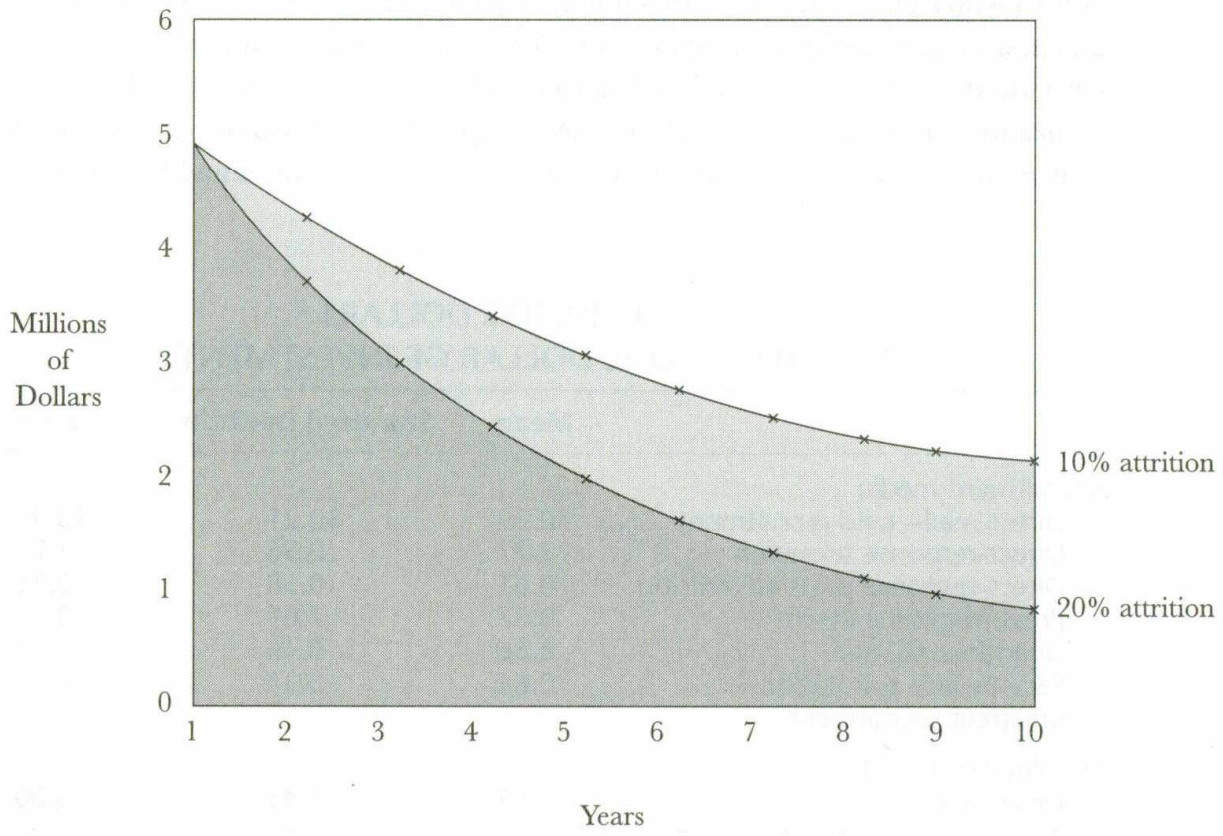
Adrian Sargeant: Prozentsatz loyaler Spender über die Jahre



Quelle: Sargeant, Adrian; Jay, Elaine: Building Donor Loyalty – The Fundraiser‘s Guide to Increasing Lifetime Value, (Jossey-Bass) San Francisco 2004, S. 2.

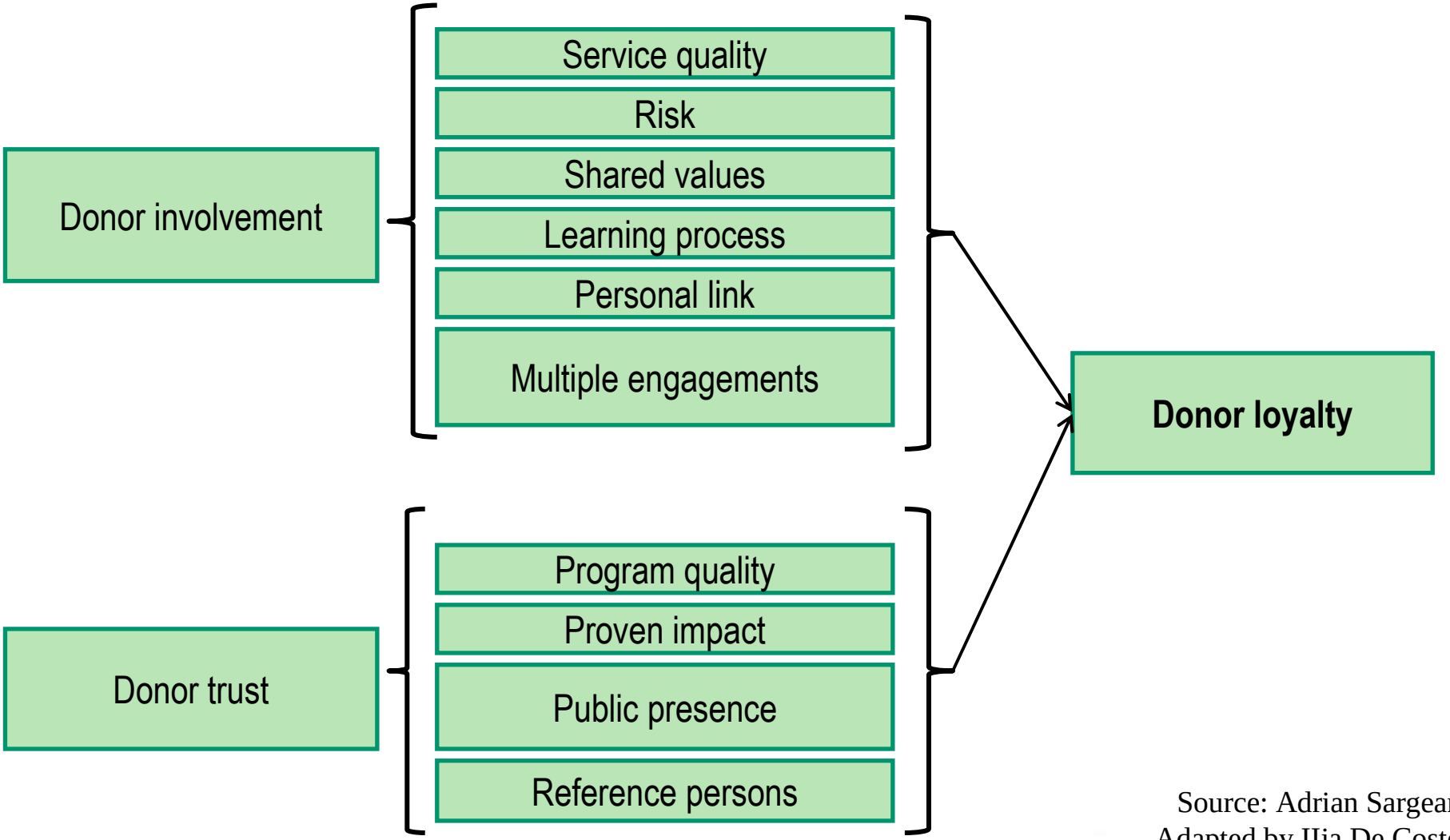
Halbierung der Attrition Rate steigert Spendeneinnahmen um 50%

FIGURE 1.2. IMPACT ON TOTAL ANNUAL REVENUE OF REDUCING THE ATTRITION RATE.



Quelle: Sargeant, Adrian; Jay, Elaine: Building Donor Loyalty – The Fundraiser‘s Guide to Increasing Lifetime Value, (Jossey-Bass) San Francisco 2004, S. 4.

Drivers donor loyalty



Source: Adrian Sargeant
Adapted by IIja De Coster

Wie binde ich Spender?

- Maßnahmen zur Bindung von Erstspendern,
- Maßnahmen zur Bindung von Mehrfachspendern,
- Maßnahmen zur Bindung von Dauerspendern,
- Maßnahmen zur Bindung von Großspendern,
- Maßnahmen zur Bindung von Testamentsspendern.

Maßnahmen zur Bindung von Erstspendern:

- Für die Bindung von Spendern ist das erste Jahr entscheidend!
- Erstspender, die bereits im ersten Jahr gebunden werden können (mindestens ein zweite Spende machen), haben mit hoher Wahrscheinlichkeit eine lange Verweildauer!
- Erstspender nicht einfach nur in Standard-Mailing-Zyklus übernehmen!
- Telefonische Begrüßung von Erstspendern („Welcome Call“).
  - Bedankung der Erstspende und Bitte um Dauerspende.
  - Bsp.: Siehe Beitrag von Sabine Wagner-Schäfer.
- Zusendung eines „Welcome Pack “ für Erstspender.
  - Bsp.: WWF Spanien verschickt Welcome Pack mit Zugangscode für geschützten Bereich im Internet
    (wäre in Deutschland auch möglich mit „ADRESSDIALOG“ der Post)
  - Bsp.: Innovative Anregungen: „The Welcome Pack Showcase“ bei „Showcase of Fundraising Innovation and Inspiration (SOFII).

Deutsche Post | Adressdialog - Windows Internet Explorer

http://www.adressdialog.de/#tab-m-170

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Favoriten | DHL Päckchen International ... | DHL Päckchen International ... | Vorgeschlagene Sites | Kostenlose Hotmail | Links anpassen | Windows | Windows Media | Web Slice-Katalog | Cinéma Sorties cinéma, criti...

Deutsche Post | Adressdialog

Seite Sicherheit Extras

Deutsche Post

Onlinebrief | Privatkunden | Geschäftskunden | Produkte | Shop | Service | Suchbegriff

ADRESSDIALOG

Hilfe & Service | my.ADRESSDIALOG

Ihre Vorteile | Schritt für Schritt | Bewährt & sicher | Konditionen

Personalisiertes Dialogmarketing Off- und Online

Die persönliche Kundenansprache ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg Ihrer Mailings.

Ihre Vorteile

- Crossmedial zu mehr Response
- Persönliche Kundenansprache

Einladungen | Shops | Gewinnspiel | Broschürenbestellung | Adressqualifizierung | Abogewinnung | Marktforschung | Flash-Realisierung

Lokales Intranet 100%

Start | Deutsche Post AG... | AW: Postprodukt ... | C:\Dokumente un... | Deutsche Post |... | Microsoft PowerP... 12:55

Showcases | SOFII - Windows Internet Explorer

http://www.sofii.org/showcase?hall=274&id=64

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Favoriten | DHL Päckchen International ... | DHL Päckchen International ... | Vorgeschlagene Sites | Kostenlose Hotmail | Links anpassen | Windows | Windows Media | Web Slice-Katalog | Cinéma Sorties cinéma, criti...

Showcases | SOFII

Seite Sicherheit Extras

sofii showcase of fundraising innovation and inspiration

Home Halls and showcases Reading rooms Contribute Our donors About us Site map

Welcome | New user guide | Contact SOFII

SUPPORT SOFII

DONATE

Home -> Halls -> Hall 2: The 'donors first' hall

The welcome pack showcase

WWF Canada: welcome pack for new donors

Learn how to engage and retain your donors from this early example of a donor-centred welcome pack. This is a very good and highly copyable example of the genre. And, most noteworthy perhaps is that this pack has been structured and written around what the donor would want, not what the organisation wants.

View this exhibit.

Greenpeace Australia Pacific the welcome process

Think objectively about the experience a new donor has within the first few months of joining your organisation. Greenpeace Australia Pacific has developed a new and simplified process to ensure that new donors receive clear communications that both thank and further engage them. The result is that they're reducing the number of donors who leave within the first three months

Three reasons to share your best fundraising on SOFII.

Fertig | Lokales Intranet | 100%

Start | 2 Microsoft... | C:\Dokument... | FRFORUM_2... | Ideen zum B... | Showcases ... | dict.leo.org -... | 11:54

Maßnahmen zur Bindung von Mehrfachspendern:

- Durchführung einer schriftlichen Spenderbefragung.
  - Bsp.: Brot für die Welt.
  - Bsp.: Siehe Beitrag von Dr. Manuela Schulz und Axel Götz!
- Zusendung einer Dankeschön-DVD.
  - Bsp.: Der Hermann-Gmeiner-Fonds verschickt zusammen mit der Jahreszuwendungsbestätigung eine Dankeschön-DVD, auf der der HGF-Geschäftsführer im Tagesschau-Stil über Projekterfolge berichtet.
- Mailing anlässlich eines (kreierten) Spenderjubiläums.
  - Bsp.: „Vielen Dank, dass Sie uns seit 5 Jahren unterstützen!“
  - Bsp.: „Vielen Dank für Ihre zehnte Spende!“
- Kontinuierliche telefonische Rückgewinnung von inaktiven Mehrfachspendern.

Ergebnis der Spenderbefragung bei „Brot für die Welt“:

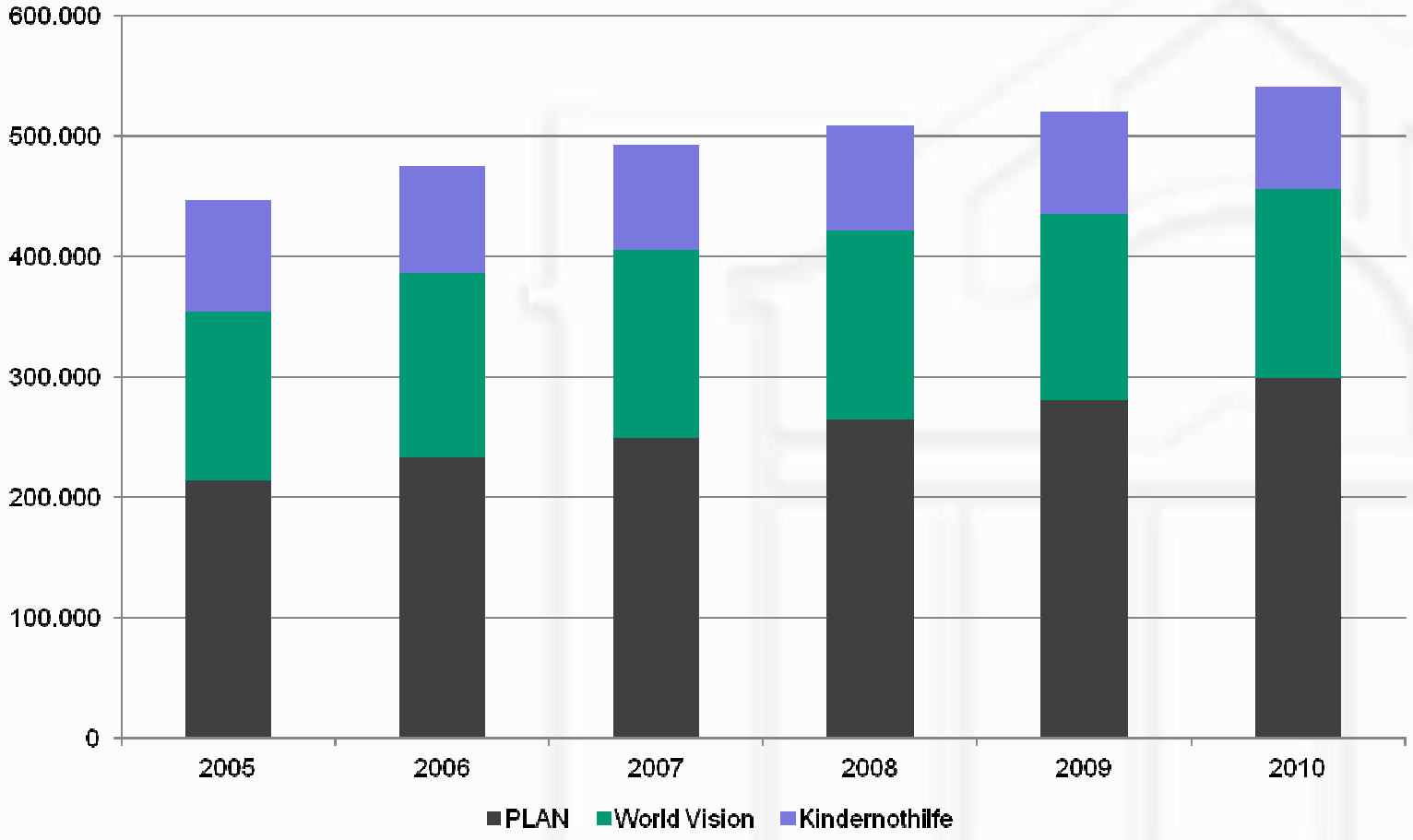
- Schriftliche Befragung von 75.000 Förderern im Jahr 2011.
- Rücklaufquote: 8,1 % (bei Großspendern sogar 15,2 %).
- Ergebnis:
  - 703 neue Interessenten an einer Anlaßspende,
  - 297 neue Interessenten an einer Zinsspenden,
  - 319 neue Interessenten an einer Dauerspende,
  - 251 neue Interessenten an einer Testamentspende,
  - 104 neue Interessenten an einer Zustiftung,
  - Über 15.000 Einzelangaben der Spender zu Einkommen, Alter, Anzahl Kinder, Beruf, Telefon, Email etc.
- Einnahmen aus der Befragung beigelegtem Zahlschein decken mehr als alle Kosten der Befragung (ROI = 1,6).
- Näheres: Siehe Urselmann, Michael: Fundraising, 5. Auflage, 2011 (erschienen am 16. November 2011).

Maßnahmen zur Bindung von Dauerspendern:

- Dauerspenden sind die nachhaltigste Form von Spenderbindung.
- Im Gegensatz zu UK und E in D noch zu wenig forciert.
- Ausnahme: Kinderpatenschaften.
- Maßnahmen:
  - Telefonisches Upgrading von Mehrfachspendern (z.B. mindestens drei Spenden in den letzten 24 Monaten).
  - Dauerspendergewinnung prominent auf der Homepage (z.B. Amnesty Spanien).
  - Dauerspendergewinnung durch „Face-to-Face“ (Stand- und Haustürwerbung).
  - Dauerspenderbindung durch Einladung zu Premieren von Kinofilmen mit Themenbezug zur Organisation (z.B. UNICEF <-> „Lilja 4-ever“).
  - Kontinuierliche telefonische Rückgewinnung von inaktiven Dauerspendern.
  - 50% der Dauerspender sind nach 2-3 Jahren bereit, telefonisch einer Erhöhung ihrer Dauerspende um durchschnittlich 30% zuzustimmen.
  - Erfolgreich waren telefonische Angebote, eine Dauerspende zunächst nur zeitlich begrenzt (z.B. auf zwei Jahre) zu übernehmen.
  - Bindung von (Dauer-) Spendern durch neue Medien: Siehe Beitrag von Julia Biermann!

Markt für Kinderpatenschaften wächst in Deutschland

von 446.081 (2005) auf 539.907 (2010) um 21%!



Inicio: Amnistía Internacional España - Derechos Humanos - Windows Internet Explorer

http://www.es.amnesty.org/index.php

50 AÑOS AMNISTÍA INTERNACIONAL

EL MUNDO PUEDE CAMBIAR, PERO NO VA A CAMBIAR SOLO

BLOG | TIENDA | DOCUMENTACIÓN | GRUPOS LOCALES

Sección Española

BUSCAR

INICIO | QUIÉNES SOMOS | ACTÚA | COLABORA | NUESTRO TRABAJO | NOTICIAS Y ACTUALIDAD | JÓVENES

1 2 3 4 5

Crisis en Oriente Medio y el norte de África

La represión llega a los hospitales de Siria

¡Infórmate y actúa!

© AFP/Anwar Amro/Gettyimages

¡Te necesitamos!

Desde 1€ a la semana colaboras en la defensa de los derechos humanos

Hazte socio/a ahora

También necesitan tu apoyo

Ocultismo en Polonia

Maßnahmen zur Bindung von Großspendern:

- **Bindung durch persönlichen Kontakt „one-to-many“:**
  - **Großspender-Events (eigene oder Huckepack),**
  - **Großspender-Reisen: Siehe Beitrag von Katja Deckert!**
- **Bindung durch persönlichen Kontakt „one-to-one“:**
  - **Regelmäßiger Anruf durch Großspenderbetreuerin,**
  - **Regelmäßige Besuche durch Großspenderbetreuerin,**
  - **Urlaubskarten von Großspenderbetreuerin,**
  - **Gratulationskarte zum Geburtstag,**
  - **Gratulationskarte zum Namenstag, mit interessanten Informationen zum Namenspatron (Datei mit Informationen zu 30.000 Vornamen).**

Maßnahmen zur Bindung von Testamentsspendern:

- Vortragsreihe für (potentielle) Testamentsspender zum Thema:
  - Mein Testament – Was geschieht mit meinem Erbe?
  - Schenken, Stiften oder doch besser Vererben?
  - Vorsorge und Testament (inkl. Patientenverfügung und Vorsorgevollmacht).
- Trend aus UK: Testamentsspender ändern ihr Testament immer häufiger! => Bindung von Testamentsspendern wird immer wichtiger!
- Besonders gelungenes Beispiel für die Bindung von (Testaments-) Spendern: „Home for Life“ der „Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals (RSPCA)“!

The RSPCA's new Home for Life TV advert » Home for Life - Windows Internet Explorer

http://www.homeforlife.org.uk/home-for-life-latest/the-rspcas-new-home-for-life-tv-advert/

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Favoriten | DHL Päckchen International ... | DHL Päckchen International ... | Vorgeschlagene Sites | Kostenlose Hotmail | Links anpassen | Windows | Windows Media | Web Slice-Katalog | Cinéma Sorties cinéma, criti...

The RSPCA's new Home for Life TV advert » Home for... | Seite | Sicherheit | Extras

RSPCA

Home for Life

Home for Life is the RSPCA's free service, giving pet owners peace of mind. It means we will do all we can to find a new, loving home for your pet if you should pass away.

Leave a Legacy

Link will open in new window

Home | About Us | News | Re-homing | Informing your solicitor | Your questions answered | Contact us

Home > Home for Life in action > Home for Life latest > The RSPCA's new Home for Life TV advert

Take your first steps

1. It's free

But you will need to ask your solicitor to update your Will to pass care of your animals to the RSPCA.

2. It's simple

Register online and we'll send you a free information pack with all the details.

3. It's peace of mind

The reassurance that you have made plans for your loving pet to be cared for after you're gone.

Start the process now - simply complete this form and follow the steps (*mandatory field)

Forename *

Surname *

Email *

I have read and agree to the RSPCA's privacy policy *

Next step

http://www.rspca.org.uk/getinvolved/supportus/leavealegacy

Lokales Intranet | 100%

Start | 2 Microsoft Offi... | C:\Dokumente un... | FRFORUM_2011... | 2 Microsoft Offi... | 3 Internet Ex... | 13:37

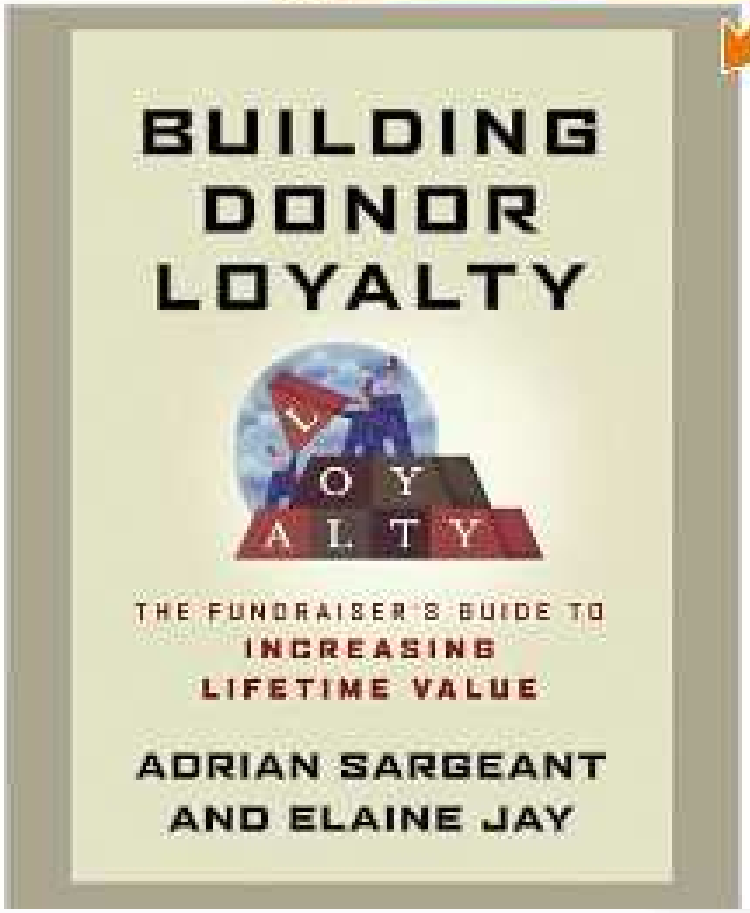
Fazit:

- Spenderbindung so schnell wie möglich! Das erste Jahr ist entscheidend!
- Schon geringe Steigerung der Spenderbindung hat große Auswirkung auf Spendenvolumen!
- Intensive Erstspenderbindung trotz der entstehenden Zusatzkosten!
- Bieten Sie Ihren Spendern die Möglichkeit zum multiplen Engagement an (z.B. Dauerspende, Ehrenamt und Anlassspende)!
- Befragen Sie Ihre Spender schriftlich, wie sie sich engagieren möchten!
- Optimieren Sie Ihre Dauerspendergewinnung und –betreuung!
- Starten Sie die Rückgewinnung sofort bei Inaktivität!
- Nutzen Sie die vielfältigen Möglichkeiten der telefonischen Spenderbindung!
- Schaffen Sie Anerkennung durch (kreierte) Spenderjubiläen!

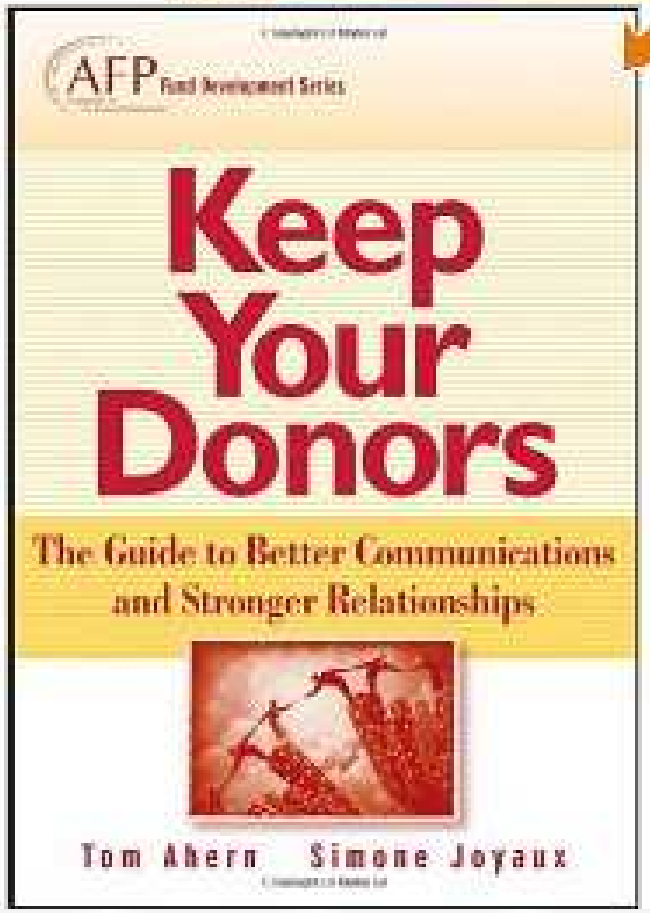
Viel Erfolg und Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

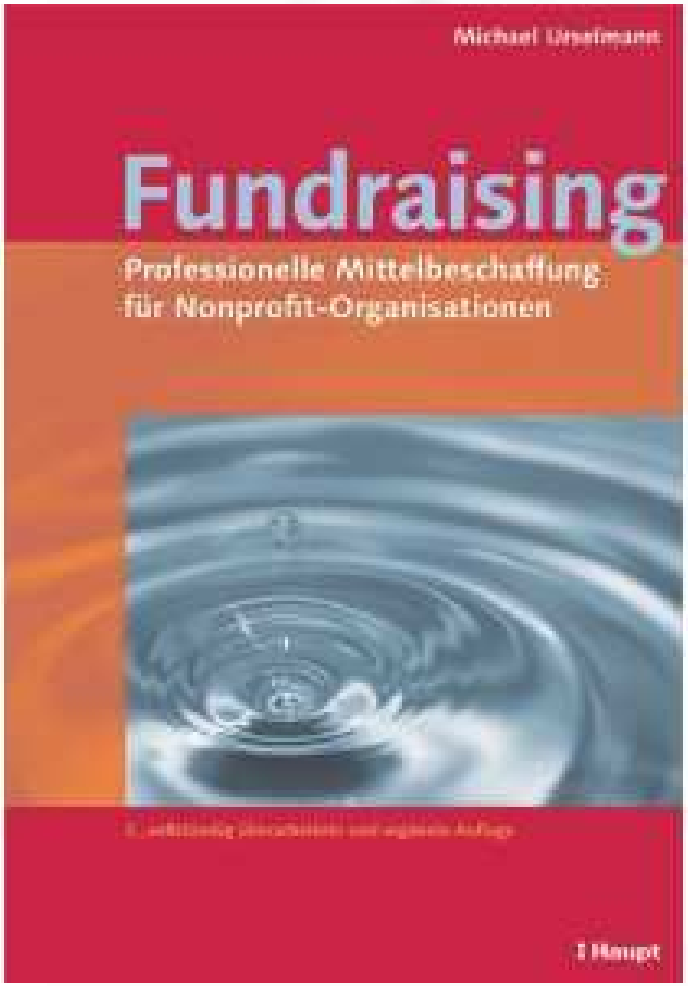
Literaturempfehlung:

Hier klicken Blick ins Buch!



Hier klicken Blick ins Buch!



Literaturempfehlung:

Hier klicken **Blick ins Buch!**