

FUNDRAISING-TRENDS

Welche Kommunikationskanäle sind die Zukunft des Fundraisings? Was sind vielversprechende Trends? Welches die besten Tools? Enter hat bei Top-Fundraisern nachgefragt.



Thomas Kurmann, Leiter Spendenabteilung bei Ärzte ohne Grenzen:

„Eines der zukunftssträchtigen Themen, die uns derzeit beschäftigen: Wie können wir die Motivation von Menschen für karitative Institutionen mittels sozialen Netzwerken noch effektiver nutzen? Wie gelingt es, dass Menschen online selbst aktiv werden und für einen guten Zweck um Spenden werben? Wie erzielen wir auf diese Weise einen Multiplikationseffekt? Ein Tool auf unserer Website macht es jetzt schon ohne großen Aufwand möglich, für Anlassspenden im Freundeskreis zu werben.“

<http://www.aerzte-ohne-grenzen.de>

Maik Meid, Fundraiser, Diakonische Stiftung Wittekindshof: „Eine der großen



Herausforderungen für die Zukunft ist es, die junge Generation zu erreichen. Wir überlegen, wie wir heute schon über digitale Medien eine Bindung zu dieser Gruppe aufbauen können. Auszahlen wird sich das vielleicht erst in zehn Jahren, wenn diese Altersgruppe ausreichend Geld verdient und auch bereit ist zu spenden. Darüber hinaus haben wir in einen Spendeshop investiert, der mit vielen Schnittstellen zwischen online und offline Brücken schlägt.“

<https://spenden.wittekindshof.de>

<https://www.chancenshop.de>



Anna Vikky, Initiatorin, 2aid.org

„Im Fundraising arbeiten wir nach dem Motto ‚Erlebe deine Hilfe‘. Unsere Spender sollen sich ganz konkret vorstellen können, was sie mit ihrem Geld bewirken. Zum Beispiel, dass sie mit 25 Euro fünf Menschen 20 Jahre lang Zugang zu sauberem Trinkwasser ermöglichen. Um den Spendern die Sicherheit zu geben, dass ihr Geld direkt bei den Projekten ankommt, dokumentieren wir den Projektfortschritt zeitnah. Regelmäßig posten wir über Social-Media-Kanäle aktuelle Fotos der laufenden Projekte. Die Unterstützer können quasi live beim Brunnenbau dabei sein. Das zeigt Wirkung: Wir sind zufrieden mit unserem Erfolg.“

www.2aid.org



Florian Nöll, Gründer, Spendino

„Die Digitalisierung der Welt verändert auch die Kommunikation zwischen Spendern und Spendensammlern. Während junge Menschen ganz selbstverständlich eine konsequente Online-Kommunikation erwarten, wandeln die sogenannten Best Ager ihr Mediennutzungsverhalten rasant in Richtung neuer Medien. Das bedeutet, wer als Verein keine Online-Spenden auf seiner Homepage ermöglicht, enttäuscht zunehmend auch seine Stammspender. SMS-Spenden nehmen deutlich zu, Social Media wird relevant, aber nur 2 Prozent der Spenden von Jungspendern werden heute durch einen Brief initiiert. Die E-Mail wird der neue Spendenbrief.“

www.spendino.de