

Ergebnisse der Online-Fundraising-Studie 2013

Kurzfassung



Das Wichtigste auf einen Blick

47% der Teilnehmer wählen **Online-Fundraising auf Platz 2** der künftig wichtigsten Fundraising-Kanäle. Es kann davon ausgegangen werden, dass Online-Fundraising in Zukunft weiter **an Bedeutung gewinnt**.

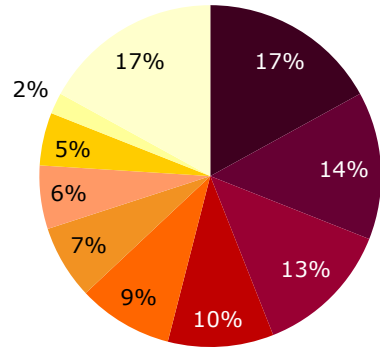
Die **Verlinkung auf Portale** hat stark an Bedeutung verloren. 2012 gaben 39% der Teilnehmer an, diese Möglichkeit zur Generierung von Spenden zu nutzen, 2013 sind es nur noch 16%, folglich ein Einbruch von 23 Prozentpunkten (Rückgang: 59%). Zudem ist zu bemerken, dass nur 35% der im Online-Fundraising aktiven NPOs mittels eines Spendenformulars, welches Kreditkartenzahlungen ermöglicht, online Spenden generieren.

Immer mehr Organisationen stufen die **Internetaffinität** ihrer eigenen Organisation als hoch oder sehr hoch ein. 2012 waren es 37%, 2013 sind es bereits 43%. Aus einer höheren Internetaffinität lässt sich eine erhöhte Relevanz von Online-Fundraising für die Zukunft ableiten.

38% der aktiven Online-Fundraiser erhalten **höchstens 2%** der Spenden über das Internet. Knapp ein Viertel generiert bereits mehr als 10% seiner Spenden via Online-Fundraising.

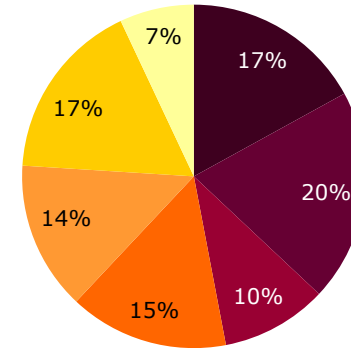
97% der Befragten nutzen eine Webseite als **Online-Kommunikationskanal**. Ähnlich stark verbreitet ist Facebook (71%), wobei hier zu erwähnen ist, dass die Nutzung von Facebook etwas zurückgegangen ist. 2012 lag diese noch bei 82%. Der Newsletter hat mit 57% ein kleines Comeback.

Aufgabengebiet



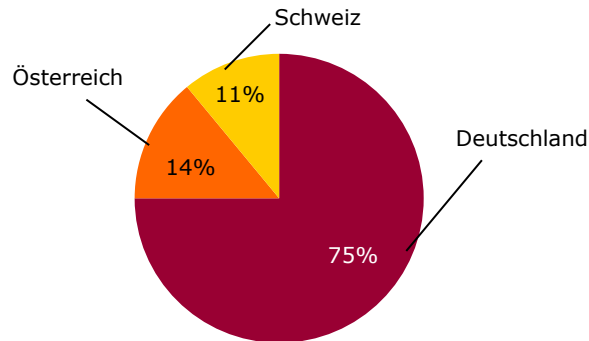
- Kinder-/Jugendhilfe (17%)
- Entwicklungshilfe (14%)
- Gesundheit/Medizin (13%)
- Integration/Soziale Hilfen (10%)
- Bildung/Wissenschaft (9%)
- Tier-/Umweltschutz (7%)
- Religion (6%)
- Kunst/Kultur/Sport (5%)
- Katastrophen-/Nothilfe (2%)
- Sonstiges (17%)

Gesamtpendenvolumen im Jahr 2012

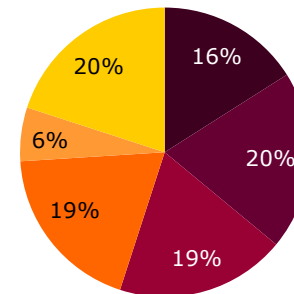


- 0 - 10.000 € (17%)
- 10.001 - 50.000 € (20%)
- 50.001 - 100.000 € (10%)
- 100.001 - 300.000 € (15%)
- 300.001 - 1.000.000 € (14%)
- 1 - 10 Mio. € (17%)
- über 10 Mio. € (7%)

Land



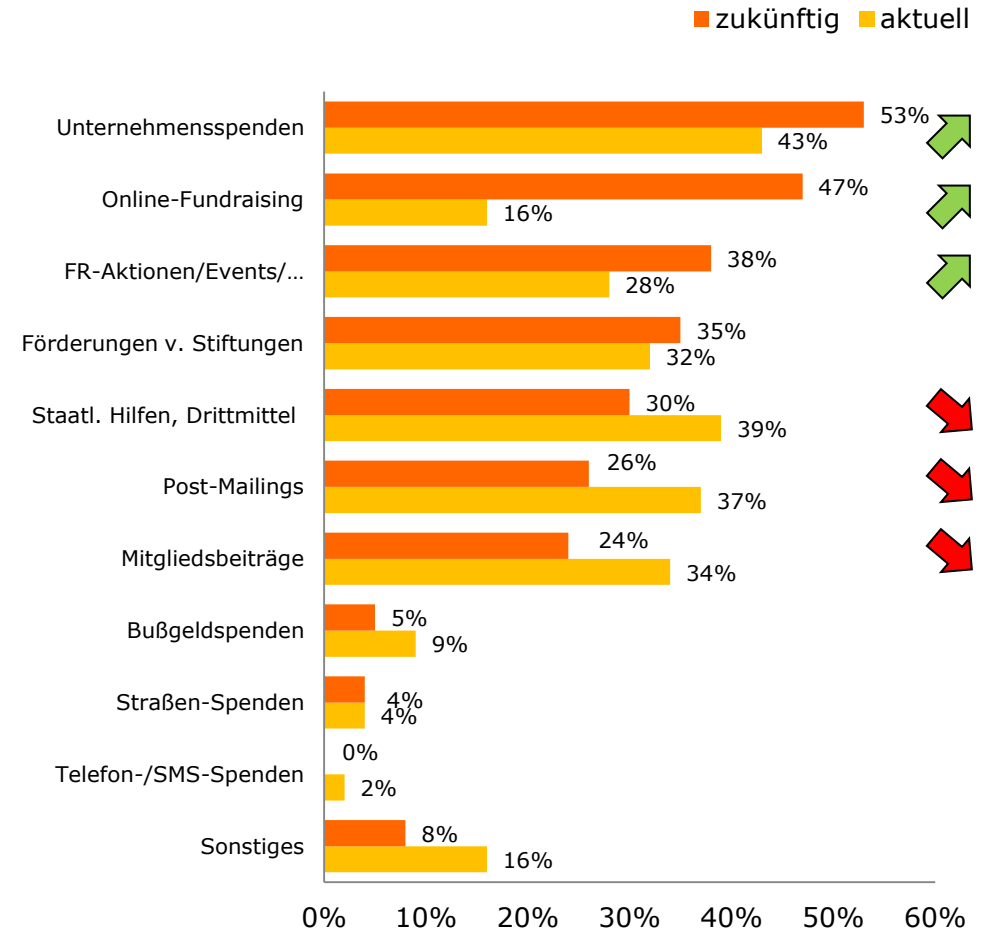
Anzahl der festen Mitarbeiter



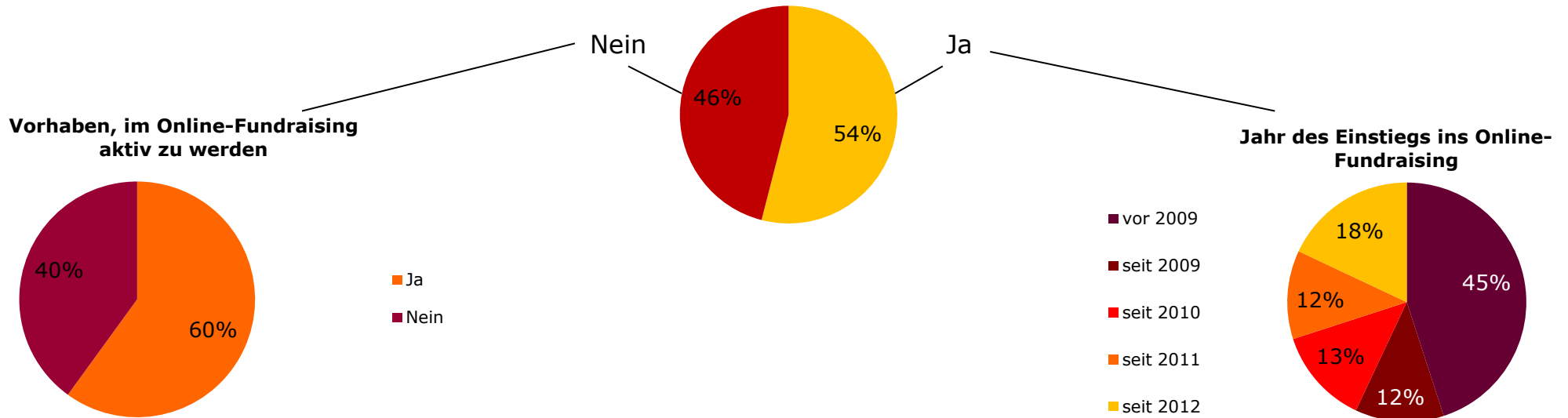
- keinen (16%)
- 1 bis 3 (20%)
- 4 bis 10 (19%)
- 11 bis 50 (19%)
- 51 bis 100 (6%)
- über 100 (20%)

Fundraising-Kanäle - Vergleich aktuelle und zukünftige

- Online-Fundraising wird an Bedeutung gewinnen (fast eine Vervierfachung des Wertes für die aktuelle Wichtigkeit) und ist neben Unternehmensspenden und Fundraising-Aktionen/Events/Veranstaltungen einer der wichtigsten Kanäle der Zukunft.
- Seit 2011 sind Unternehmensspenden der Spitzenreiter bei den aktuellen und zukünftigen Fundraising-Kanälen. 2013 wurden diese von 43% der Befragten genannt.
- Ein deutlicher Rückgang von 10% (Abnahme: 21%) ist bei den Post-Mailings zu erkennen, 2011 lagen sie noch bei 47%. Auch für die Zukunft soll dieser Kanal an Wichtigkeit verlieren.



Bereits im Online-Fundraising aktiv

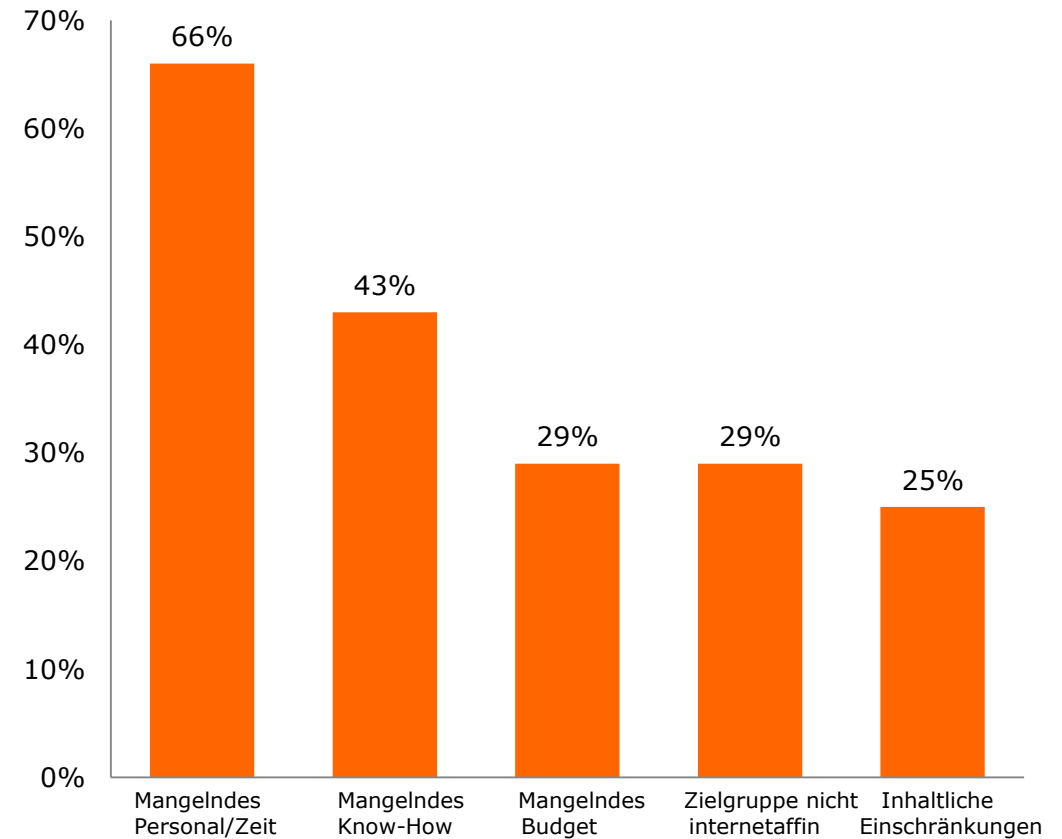


•46% der Befragten sind bisher noch nicht im Online-Fundraising aktiv. Hiervon wollen 60% ins Online-Fundraising einsteigen.

•Von den 54% die bereits im Online-Fundraising aktiv sind, haben sich 45% vor 2009 dazu entschieden ins Online-Fundraising einzusteigen.

- Der meist genannte Grund ist, ebenso wie er bei den bereits aktiven Fundraisern eine Herausforderung ist, mangelndes Personal und mangelnde Zeit (66%).
- Annähernd die Hälfte der Befragten gab mangelndes Know-How als einen Hinderungsgrund für die Nutzung von Online-Fundraising an.
- 29% der Teilnehmer schätzen Online-Fundraising als nicht unerheblichen Kostenfaktor ein und geben ein zu geringes Budget an.

Gründe, die bisher daran gehindert haben im Online-Fundraising aktiv zu werden



Über



Wir helfen Helfern.

Geschäftsführer:

Herr Andreas Jagdhuber
andreas.jagdhuber@altruja.de

Altruja GmbH
Landsberger Str. 183
80687 München
Deutschland

Telefon: +49 (0)89 70096190
Fax: +49 (0)89 700961929
info@altruja.de
www.altruja.de
www.spendet.org

**Altruja GmbH (München, Deutschland)
Online-Fundraising, Workshops & Co,
Social Media Beratung**

Altruja hat Online-Spenden-Tools entwickelt, mithilfe derer Hilfsorganisationen online über ihre Webseite Spenden generieren können, ohne Streuverluste. Die Altruja-Spenden-Tools bieten neben der klassischen Spendenfunktion jedem Unterstützer auch die Möglichkeit, eine eigene Spendenseite anzulegen.



Altruja - Wir helfen Helfern.

Altruja GmbH | Landsberger Str. 183 | 80687 München | E-Mail: info@altruja.de | Tel.: +49 (0)89 700 9619 0