

Corinna Schöttelndreyer

— Fundraising-Managerin und Dipl. Volkswirtin

— seit 2022 Beauftragte für Fundraising in Ev.-Luth. Kirche in Oldenburg

— vorher 2 Jahre Kirchenbürosekretärin in der Gesamtkirchengemeinde Eversten

— Beratung der 107 Kirchengemeinden und anderen Mitgliedern der ELKiO

— Schwerpunkte:

Spendenbriefe

Digitale Spendenmöglichkeiten

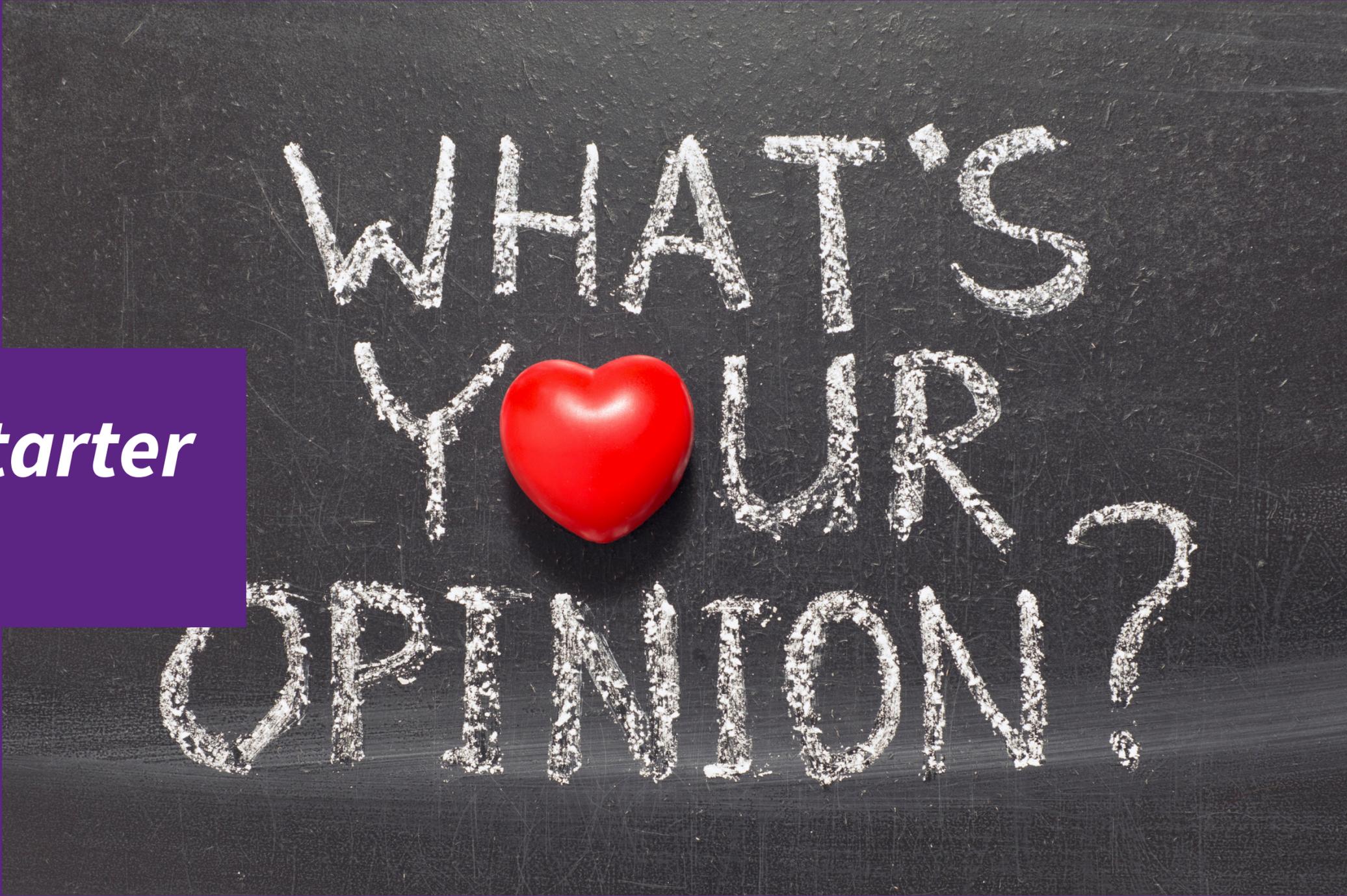
Konzepterstellung

unterstützung bei der Beantragung von Fördermitteln



Fundraising-Starter

warm-up



WHAT'S
YOUR
OPINION?

Ihre Erfahrung mit Spendenbriefen

Wie oft verschickt Ihre Gemeinde Spendenbriefe?

Mehrmals im Jahr (4+ mal)

2-3 mal pro Jahr

Einmal im Jahr

Seltener/gar nicht

Weiß ich nicht

● Loading...

Was ist Ihr größtes Problem bei Spendenbriefen?

Zu wenig Rücklauf

Schwierige Texterstellung

Unklare Zielgruppe

Zeitmangel

Kosten für Druck/Versand

● Loading...

Heutige Herausforderungen

Welche Altersgruppe spendet in Ihrer Gemeinde am meisten?

Unter 40 Jahre

40-60 Jahre

60-75 Jahre

Über 75 Jahre

Alle Gruppen gleichmäßig

Weiß ich nicht

● Loading...

Haben Sie schon mal KI (ChatGPT, Claude, etc.) genutzt?

Ja, regelmäßig für verschiedene Aufgaben

Ja, gelegentlich ausprobiert

Ja, aber nur einmal kurz getestet

Nein, aber interessiert mich

Nein, und skeptisch

● Loading...

Agenda

- 1 Grundlagen
- 2 SMART-Ziele
- 3 AIDA & KISS
- 4 KI-Integration
- 5 Zusammenfassung und Ausblick

Was ist Fundraising?

Engl. „to raise funds“ = (finanzielle) Mittel sammeln

Freiwillige Zuwendung ohne Gegenleistung

Kein Betteln, keine Erbschleicherei, kein Verkauf unserer Inhalte!

Wir bitten in gegenseitiger Anerkennung und auf Augenhöhe um Hilfe!





Definition

Fundraising ist die systematische Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten einer gemeinwohlorientierten Organisation, welche darauf abzielen, alle benötigten Ressourcen (Geld-, Sach- und Dienstleistungen) durch eine konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Ressourcenbereitsteller (Privatpersonen, Unternehmen, Stiftungen, öffentliche Institutionen) zu möglichst geringen Kosten zu beschaffen.



„Fundraising is the gentle art of teaching
the joy of giving.“

“Fundraising ist die sanfte Kunst, die Freude am Spenden zu lehren.”

(Henry A. Rosso, amerikanischer Fundraising-Pionier)

Fundraising-Instrumente

- Kollekten
- Spendenbriefe
- Anlassspenden
- Lotterien
- Online-Fundraising
- Testaments- und Nachlassspenden



Die Macht des gedruckten Wortes



Warum physische Briefe emotionaler wirken

- Höhere Erinnerungsrate
- Mehrfache Berührung
- Haptisches Erlebnis: schafft Gefühl von Wertschätzung und Wichtigkeit
- Schaffen Vertrauen durch physische und persönliche Ansprache und somit eine emotionale Verbindung
- Wahrnehmung als individueller und wertschätzenderer Kontakt im Gegensatz zur E-Mail

Vertrauen durch persönliche Ansprache aufbauen

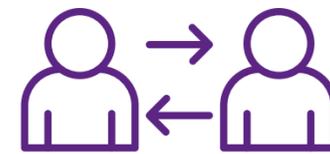
Personalisierung schafft eine direkte Verbindung.
Individuelle Details zeigen: Wir kennen und schätzen den Empfänger.



Handschriftliche
Elemente
steigern Öffnungsraten



Vertrauen
als Basis jeder
Spendenbeziehung



Personalisierte
Anrede
erhöht die
Reaktionsrate



Authentische
Unterschrift
erhöht die
Glaubwürdigkeit

Zielgruppengerechte Kommunikation



Seniorgeneration

Präzise Fakten und traditionelle
Werte ansprechen



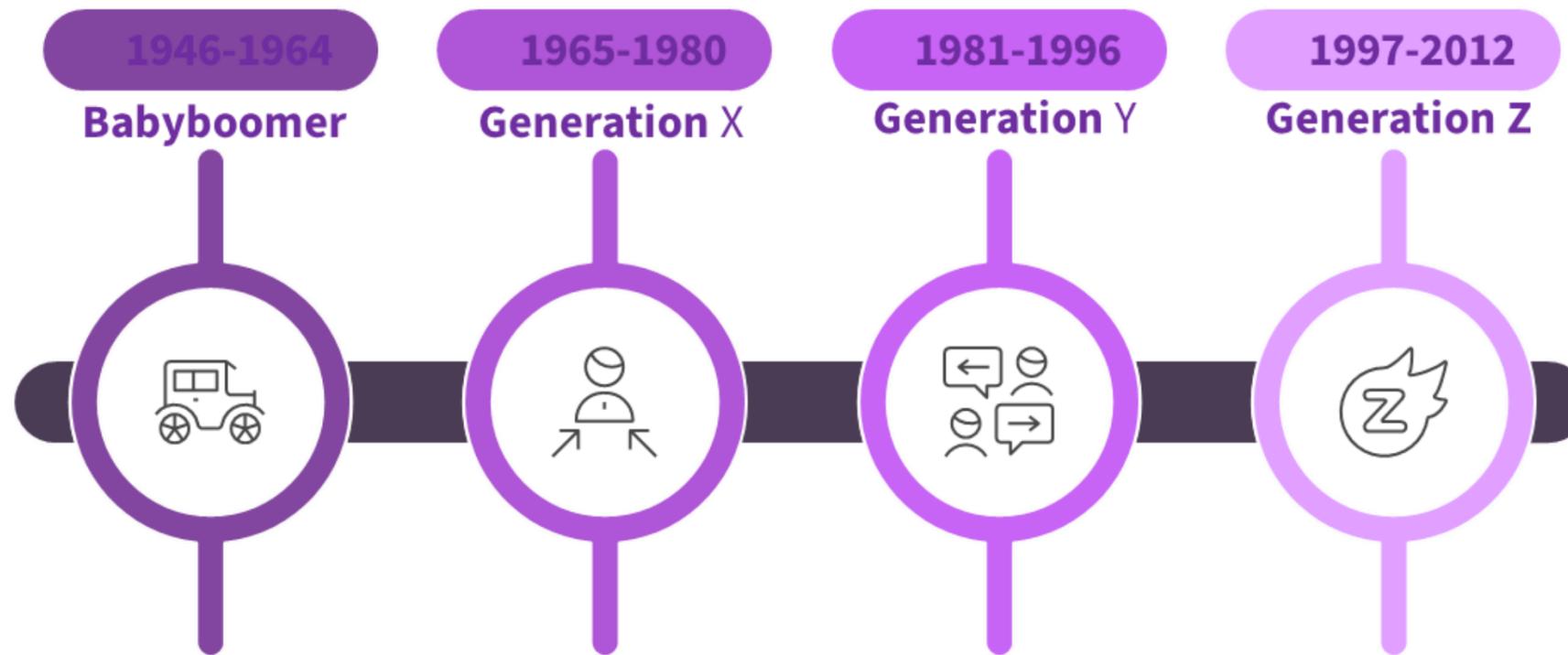
Mittlere Altersgruppe

Wirkungsnachweise und
Transparenz liefern



Jüngere Generation

Kurze, bildstarke Botschaften
formulieren



	1946-1964 Babyboomer	1965-1980 Generation X	1981-1996 Generation Y	1997-2012 Generation Z
Kommunikationsstil	Persönlich, respektvoll, strukturiert	Direkt, sachlich, effizient	Informell, interaktiv, dialogorientiert	Visuell, schnelllebig interaktiv
Bevorzugte Kanäle	Telefon, Brief, persönl. Treffen	E-Mail, Brief, Print, Telefon	Soziale Medien, E-Mail, Messenger	Soziale Medien, Video, Chat, Apps
Weitere Merkmale	Wert auf Verlässlichkeit, klare Hierarchien, direkte Ansprache	Mischung aus analog und digital, Wert auf Unabhängigkeit	Schnelle, flexible Kommunikation, Feedback-orientiert, sinnsuchend	Starke Smartphone-Nutzung, Echtzeit-Kommunikation, Trennung Beruf/Freizeit, Bedürfnis nach Sicherheit und Individualität

Generationsunterschiede verstehen

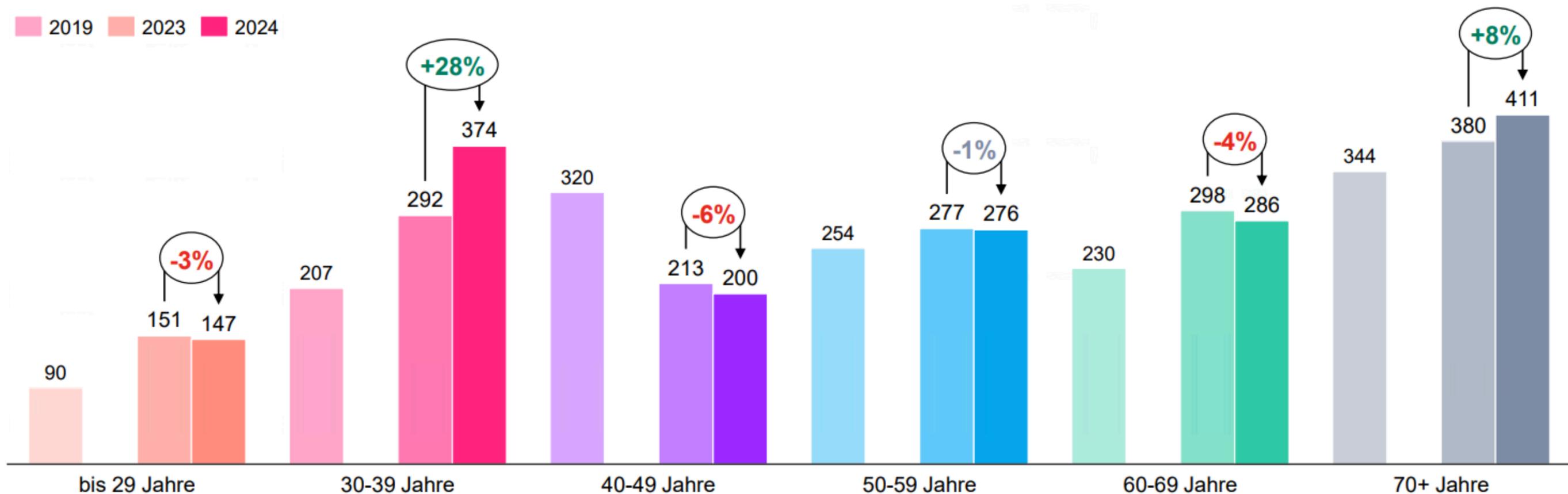
Verschiedene Altersgruppen haben unterschiedliche Kommunikationspräferenzen. Kulturelle und soziale Hintergründe beeinflussen die Wirkung zusätzlich.

Übersicht der Spendergruppen

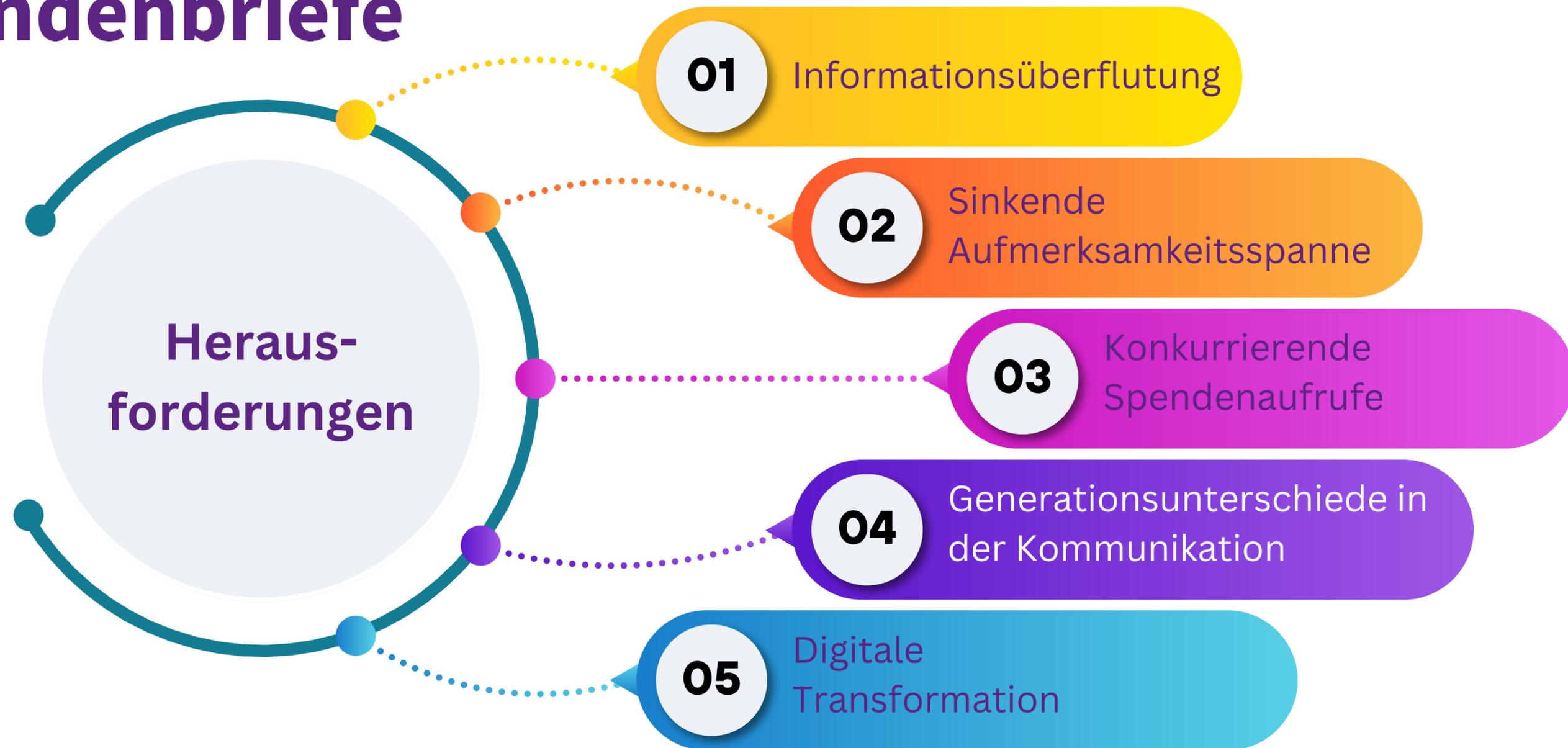
Bilanz des Helfens 2023

Bei den 30- bis 39-Jährigen ist ein kräftiger Anstieg der Spenden pro Kopf pro Jahr zu verzeichnen

Wieviel spenden die einzelnen Altersgruppen im Durchschnitt pro Jahr in €?



Herausforderungen moderner Spendenbriefe



Erfolgsfaktoren im Überblick

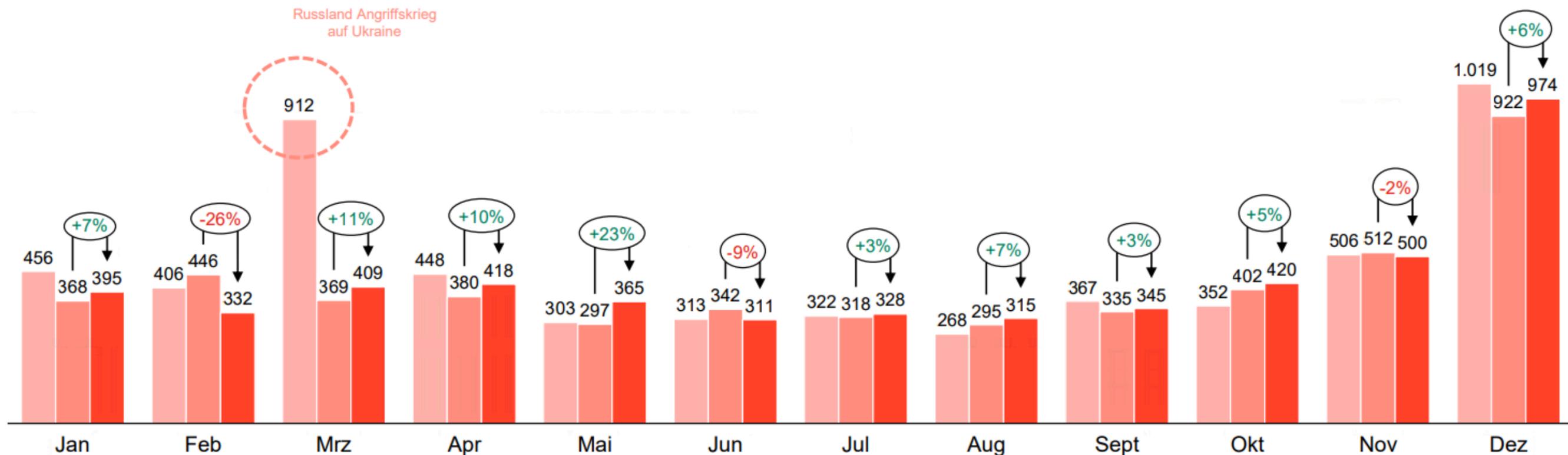


Wann ist die beste Zeit für meinen Spendenbrief?

Bilanz des Helfens 2024

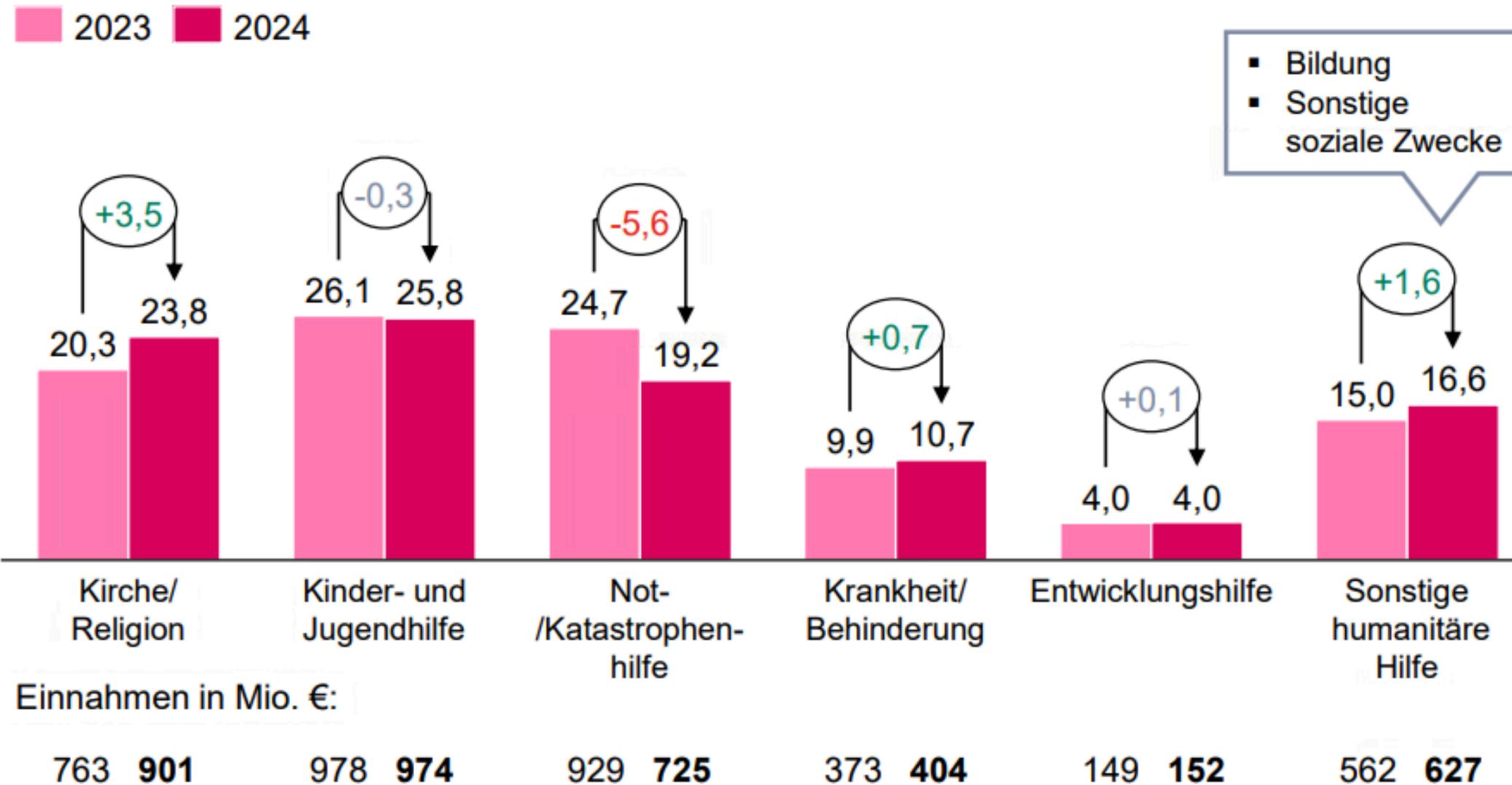
Fast jeder Monat lag über dem Vorjahresmonat

2022 2023 2024



Wofür wird gespendet?

**Geldspenden für kirchliche/religiöse Zwecke
einen kräftigen Anstieg von 138 Mio. €**



GRUNDSÄTZLICHE ÜBERLEGUNGEN

In den Erfahrungen mit Spendenbriefen hat sich gezeigt, dass es drei Briefformen gibt, die eine gute Akzeptanz erzielt haben:

1. Der „Blumenstrauß-Brief“: Das vielfältige Gemeindeleben wird als eine Art Blumenstrauß präsentiert. Jedes Jahr wird aus dem bunten Strauß exemplarisch eine Blume konkret vorgestellt. Die Spenden werden jedoch allgemein für den Blumenstrauß – also die Gemeinde erbeten.
2. Das konkrete Projekt: Steht in der Arbeit für einen bestimmten Zeitraum ein konkretes Projekt im Vordergrund, so kann dieses allein beworben werden.
3. Der Multiple-Choice-Brief: Hier werden den Spender:innen mittels einer Vorschlagsliste verschiedene Projekte angeboten. Die Adressat:innen können selber auswählen.

In der Vorbereitung ist also eine grundlegende Entscheidung zu treffen. Darauf baut dann auch die Gestaltung des Mailings auf.

Aufbau des Spendenbriefs

Kindergarten Sonnenschein
Ev.-Luth. Kirche in Oldenburg
Philosophenweg 1
26122 Oldenburg

Max Mustermann
Musterstraße 1
12345 Musterstadt

Betreff: [Attention]

Sehr geehrter Herr Mustermann,

[A - ATTENTION / Aufmerksamkeit]
"Stellen Sie sich vor: Ein kleines Mädchen schwingt ausgelassen auf einer Schaukel, als plötzlich die morsche Kette reißt. Zum Glück ist nichts Schlimmeres passiert – aber dieser Vorfall hätte vermieden werden können."

[I - INTEREST / Interesse]
"In unserem Kindergarten "Sonnenschein" betreuen wir täglich 45 Kinder im Alter von 2 bis 6 Jahren. Unsere Spielgeräte im Außenbereich sind nach 15 Jahren intensiver Nutzung stark in die Jahre gekommen. Morsche Holzbalken, durchgerostete Metallteile und instabile Konstruktionen gefährden die Sicherheit unserer Kleinen."

[D - DESIRE / Wunsch]
"Wir möchten den Kindern wieder einen sicheren und attraktiven Spielplatz bieten. Mit modernen, TÜV-geprüften Spielgeräten können die Kinder ihre motorischen Fähigkeiten entwickeln und ihrer natürlichen Bewegungsfreude nachgehen. Dafür benötigen wir Ihre Unterstützung! Was Sie mit Ihrer Spenden zum Beispiel bewegen können

- ab 50 € können wir einen neuen Sandkasten-Bereich finanzieren
- ab 150 € ermöglichen Sie die Anschaffung einer Kleinkinder-Rutsche
- ab 300 € tragen Sie zu einer neuen Schaukelanlage bei
- ab 500 € helfen Sie uns bei der Installation eines Klettergerüsts

[A - ACTION / Handlung]
"Bitte helfen Sie uns, den Kindern wieder einen sicheren Spielplatz zu ermöglichen. Jeder Betrag zählt! Überweisen Sie Ihre Spende an:
Kindergarten Sonnenschein
IBAN: DE12 3456 7890 1234 5678 90
Verwendungszweck: Sichere Spielgeräte"

Mit herzlichen Grüßen
Marie Müller
Marie Müller, KiTa-Leitung

[P.S. - Post Scriptum]
"P.S.: Als Dankeschön laden wir Sie herzlich zu unserem Sommerfest am 15. Juli ein, bei dem Sie "Ihre" neuen Spielgeräte bestaunen können. Zudem erhalten Sie eine steuerlich absetzbare Spendenbescheinigung."



Name und Sitz des Überweisenden: Max Mustermann

Angaben zum Zahlungsempfänger: Max Mustermann

IBAN: DE 01 23456789012345

BIC des Kreditinstituts/Zahlungsdienstleisters (8 oder 11 Stellen): HASPDE33XXX

Betrag: Euro, Cent: 000,00

Kunden-Referenznummer - Verwendungszweck, ggf. Name und Anschrift des Zahlers: 2018/01

Rechnungs-Nr.: Letter Xpress

Angaben zum Kontoinhaber/Zahler: Name, Vorname/Firma, Ort (max. 27 Stellen, keine Straßen- oder Postfachangaben)

IBAN: 08

Kindergarten Sonnenschein
Ev.-Luth. Kirche in Oldenburg
Philisophenweg 1
26122 Oldenburg

Max Mustermann
Musterstraße 1
12345 Musterstadt

Betreff: [Attention]

Sehr geehrter Herr Mustermann,

[A - ATTENTION / Aufmerksamkeit]

"Stellen Sie sich vor: Ein kleines Mädchen **schwingt** ausgelassen auf einer Schaukel, als plötzlich die morsche Kette reißt. Zum **Glück** ist nichts Schlimmeres passiert – aber dieser Vorfall hätte vermieden werden können."



[I - INTEREST / Interesse]

"In unserem Kindergarten "Sonnenschein" betreuen wir täglich 45 Kinder im Alter von 2 bis 6 Jahren. Unsere Spielgeräte im Außenbereich sind nach 15 Jahren intensiver Nutzung stark in **die** Jahre gekommen. Morsche Holzbalken, durchgerostete Metallteile und instabile Konstruktionen gefährden die Sicherheit unserer Kleinen."

[D - DESIRE / Wunsch]

"Wir möchten den Kindern wieder einen sicheren und attraktiven Spielplatz **bieten**. Mit modernen, TÜV-geprüften Spielgeräten können die Kinder ihre motorischen Fähigkeiten entwickeln **und** ihrer natürlichen Bewegungsfreude nachgehen. Dafür benötigen wir Ihre Unterstützung!

Was Sie mit Ihrer Spenden zum Beispiel bewegen können

- ab 50 € können wir einen neuen Sandkasten-Bereich **finanzieren**
- ab 150 € ermöglichen Sie die Anschaffung einer **Kleinkinder-Rutsche**
- ab 300 € tragen Sie zu einer neuen Schaukelanlage **bei**
- ab 500 € helfen Sie uns bei der Installation **eines** Klettergerüsts

[A - ACTION / Handlung]

"Bitte helfen Sie uns, den **Kindern** wieder einen sicheren Spielplatz zu ermöglichen. Jeder Betrag zählt!

Überweisen Sie Ihre Spende **an**:

Kindergarten Sonnenschein

IBAN: DE12 3456 7890 1234 5678 90

Verwendungszweck: Sichere Spielgeräte"

Mit herzlichen Grüßen

Marie Müller, KiTa-Leitung

[P.S. - Post Scriptum]

"P.S.: Als Dankeschön laden wir Sie herzlich zu unserem Sommerfest am 15. Juli ein, bei dem Sie "Ihre" neuen Spielgeräte bestaunen können. Zudem erhalten Sie eine steuerlich absetzbare Spendenbescheinigung."

Der Überweisungsträger

das Response-Element

SEPA-Überweisung/Zahlschein

Name und Sitz des überweisenden Kreditinstituts

BIC

Angaben zum Zahlungsempfänger: Name, Vorname/Firma (max. 27 Stellen, bei maschineller Beschriftung max. 35 Stellen)

M a x M u s t e r m a n n

IBAN

D E 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 1 2 3 4 5

BIC des Kreditinstituts/Zahlungsdienstleisters (8 oder 11 Stellen)

H A S P D E H H X X X

Betrag: Euro, Cent

0 0 0 , 0 0

Kunden-Referenznummer - Verwendungszweck, ggf. Name und Anschrift des Zahlers

R e c h n u n g s - N r . : 2 0 1 8 / 0 1

noch Verwendungszweck (insgesamt max. 2 Zeilen à 27 Stellen, bei maschineller Beschriftung max. 2 Zeilen à 35 Stellen)

L e t t e r X P r e s s

Angaben zum Kontoinhaber/Zahler: Name, Vorname/Firma, Ort (max. 27 Stellen, keine Straßen- oder Postfachangaben)

IBAN

0 8

Datum

Unterschrift(en)

Beleg für Kontoinhaber/Zahler-Quittung

BIC des Kreditinstituts des Kontoinhabers

Zahlungsempfänger

IBAN des Zahlungsempfängers

BIC des Kreditinstituts des Zahlungsempfängers



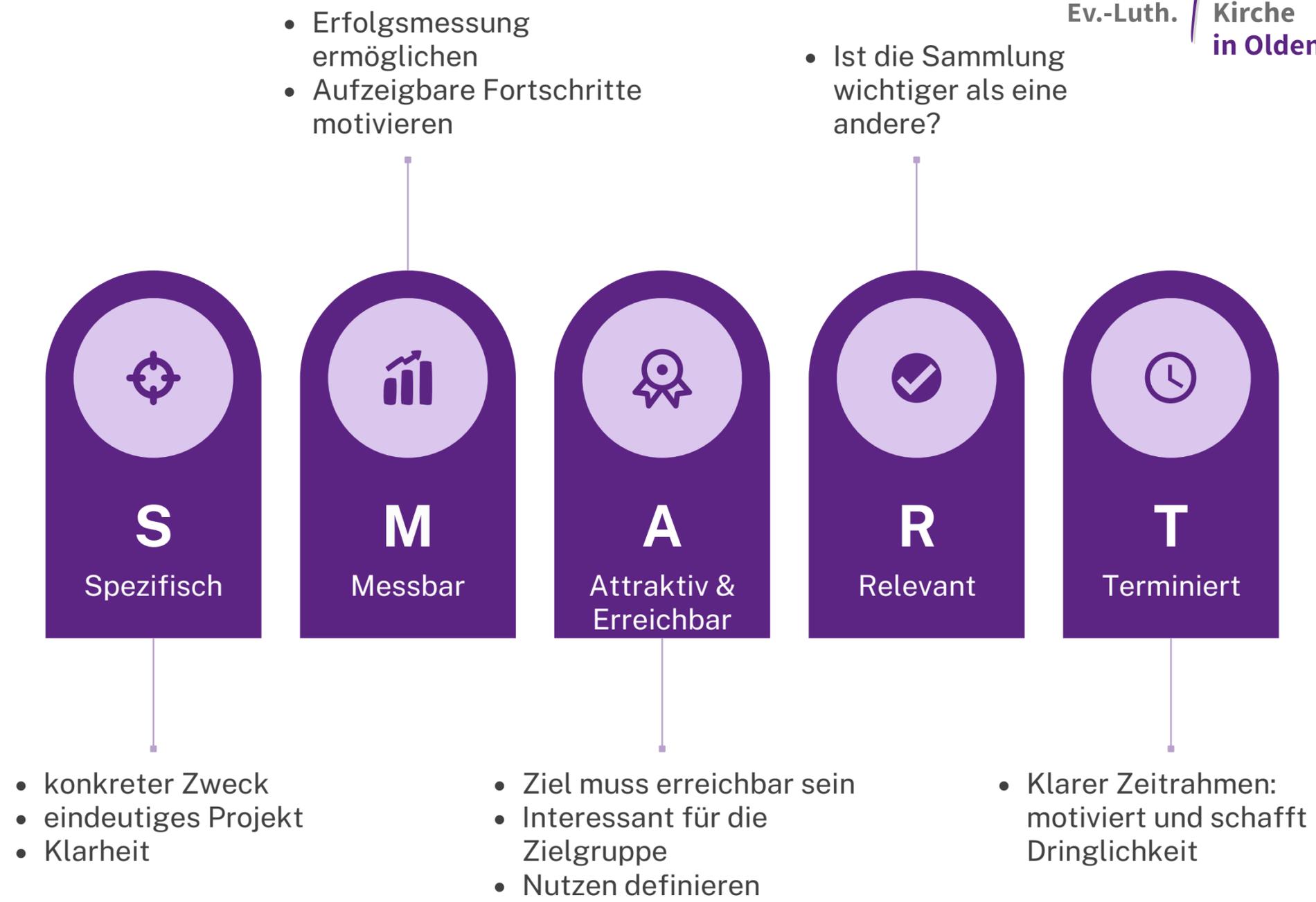
twingle

Für Überweisungen in Deutschland und in andere EU-/EWR-Staaten in Euro.

Agenda

- 1 Grundlagen
- 2 **SMART-Ziele**
- 3 AIDA & KISS
- 4 KI-Integration
- 5 Zusammenfassung und Ausblick

Ziele definieren

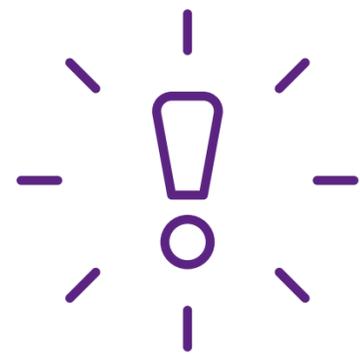




Agenda

- 1 Grundlagen
- 2 SMART-Ziele
- 3 AIDA & KISS**
- 4 KI-Integration
- 5 Zusammenfassung und Ausblick

AIDA



Attention
Aufmerksamkeit



Interest
Interesse



Desire
Wunsch



Action
Handlung

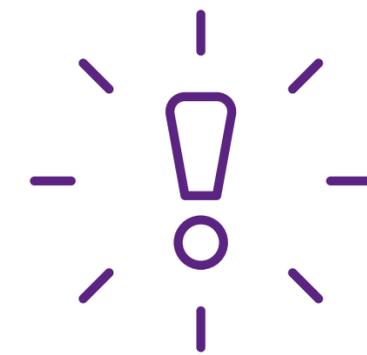


Attention: der erste Eindruck

"Mitteilung des
Kirchenvorstands bezüglich
finanzieller
Angelegenheiten"

"Maria (7) fragt: Warum ist
die Kirche so kalt?"

"Ihre Hilfe wird dringend
gebraucht"



Attention
Aufmerksamkeit

Attention: der erste Eindruck

Der Betreff sollte direkt ins Auge springen und neugierig machen

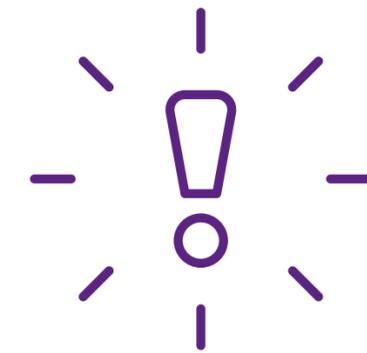
Der erste Satz ist der wichtigste und entscheidet darüber, ob der Brief weiter gelesen wird

Dringlichkeit wird vermittelt

Emotionen und/oder das Gemeinschaftsgefühl werden geweckt

Zitate

Aktueller Bezug



Attention
Aufmerksamkeit

Interest: Aufmerksamkeit in Interesse umwandeln

"Unsere Kirche hat bauliche Mängel, die behoben werden müssen."

"Letzte Woche musste Familie Schmidt mit ihren drei Kindern den Gottesdienst verlassen. Nicht etwa, weil die Kleine geweint hat - sondern weil es in der Kirche so kalt war, dass der 5-jährige Max blaue Lippen bekommen hat."



Interest
Interesse

Interest: die Geschichte

Die Aufmerksamkeit muss in Interesse umgewandelt werden.
Konkrete, Bilder weckende Beschreibung der Begebenheit sind wichtig.
Je konkreter, desto mehr Bilder entstehen im Kopf des Lesers.
Der Spender soll sich unser Projekt so gut wie möglich vorstellen.
Die Lösungen des Problems oder bereits erzielte Erfolge werden beschrieben.
Eine sinnvolle Lösung wird aufgezeigt, indem erklärt wird, was geplant ist.
Das erweckt Hoffnung.

konkrete Bildsprache

lösungsorientiert



Interest
Interesse

Desire: Emotionen und Visionen

Die Bilder im Kopf des Lesers sollen zum Herzen wandern, d.h. dass auch die emotionale Komponente des Projektes deutlich wird.

Den Wunsch zum Helfen wecken und eine emotionale Verbindung aufbauen: "Mit Ihrer Unterstützung kann..."

Spendenbeträge konkretisieren, indem sie gestaffelt werden und/oder aufgezeigt wird, was mit dem Betrag erreicht werden kann.



Desire
Wunsch

Handlungswunsch &
Emotionen

Lösungswege

Tranparenz

Relevanz

“Stellen Sie sich vor, wie schön es wäre, wenn...” (Was wäre wenn-Technik)

Action: Zeit zum Handeln

Ohne klaren Spendenaufruf gelingt ihr Brief nicht!

Machen Sie ein Angebot, sich an der guten Sache, an diesem tollen Projekt zu beteiligen. Sagen Sie, was man tun soll: Angeben, wie gespendet werden kann, beispielsweise mit einem Überweisungsträger oder QR-Code.



Action
Handlung

einfache Spendenwege

klarer Aufruf

konkrete Beispiele

Attention: der letzte Eindruck

Das PS (Postscriptum)

Wird häufig als erstes gelesen

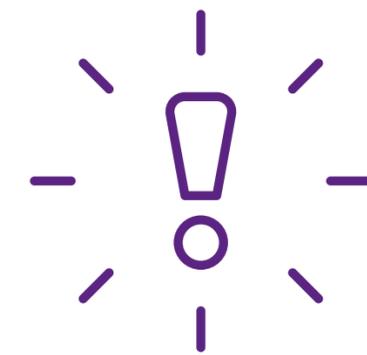
Für erfolgreiche Spendenbriefe notwendig

Dringlichkeit wird vermittelt

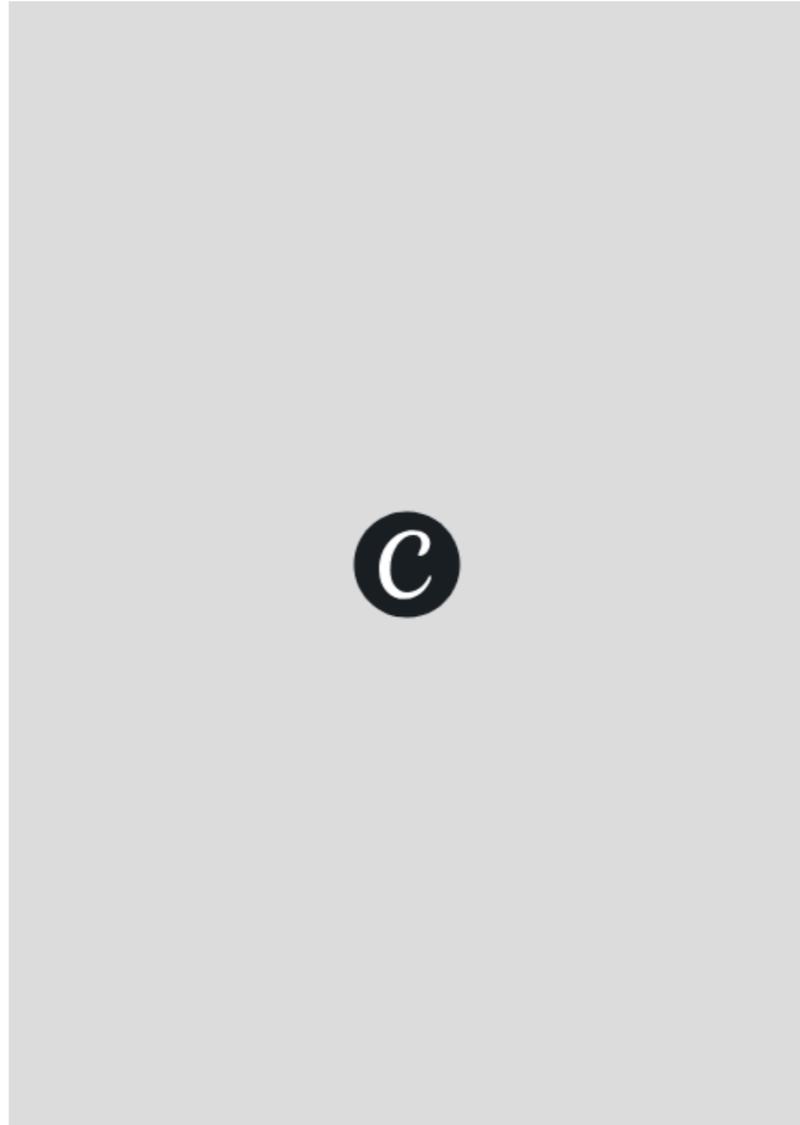
Emotionen und/oder das Gemeinschaftsgefühl werden geweckt

Dringlichkeit

konkrete
Handlungsaufforderung



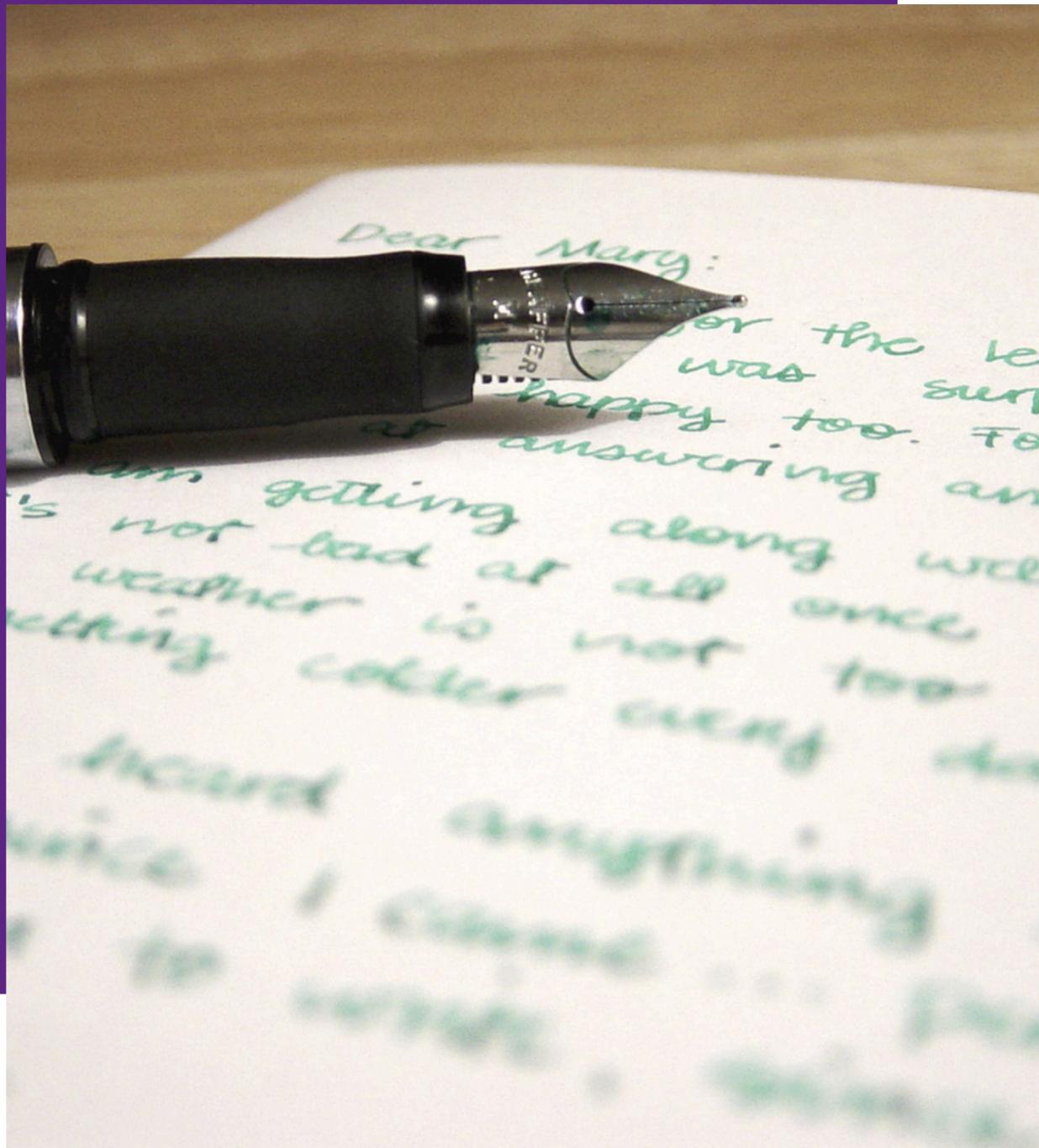
Attention
Aufmerksamkeit



und...KISS

keep it short and simple (and sincere)

1. Schreiben Sie den Brief einfach und auch für Menschen, die sich in Ihrem Anliegen nicht so gut auskennen, leicht verständlich.
2. Schreiben Sie in kurzen Sätzen
3. Schreiben Sie den Brief herzlich.
4. Verfassen Sie Ihre Sätze positiv, damit der Leser Ihren Aussagen zustimmen kann.
5. Bleiben Sie authentisch

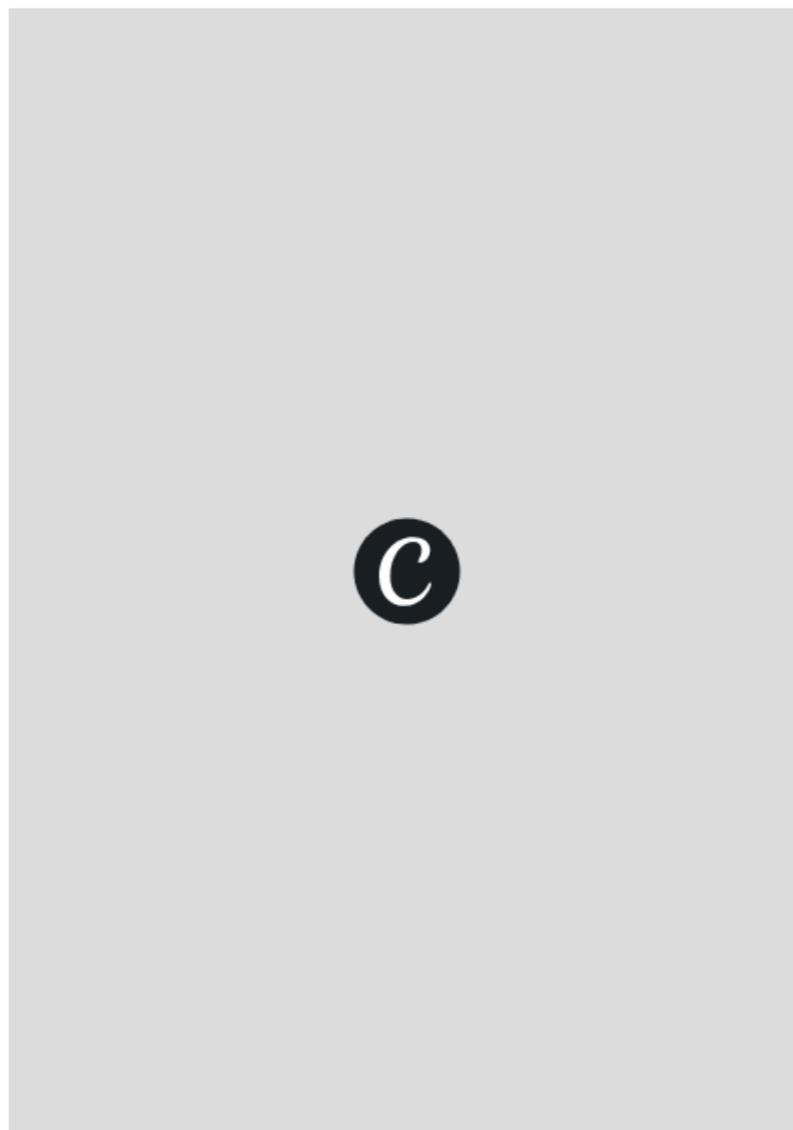


KISS - Beispiele

Vorher: "Die infrastrukturelle
Ertüchtigung unserer sakralen
Immobilie erfordert eine
außerordentliche finanzielle
Aufwendung zur Gewährleistung der
liturgischen Nutzbarkeit." (19 Wörter,
aber unverständlich)
Nachher: "Unsere Kirche braucht eine
neue Heizung. Sonst frieren wir im
Winter beim Gottesdienst." (13 + 9
Wörter, klar verständlich)

"Beschönigen Sie nichts! Wenn das
Dach undicht ist, schreiben Sie: 'Letzte
Woche tropfte es aufs Gesangbuch' -
nicht: 'Die Dachsubstanz weist
Optimierungspotential auf.'"

"Versprechen Sie nur, was Sie halten
können. Lieber bescheiden und ehrlich
als große Worte, die nicht einzuhalten
sind."

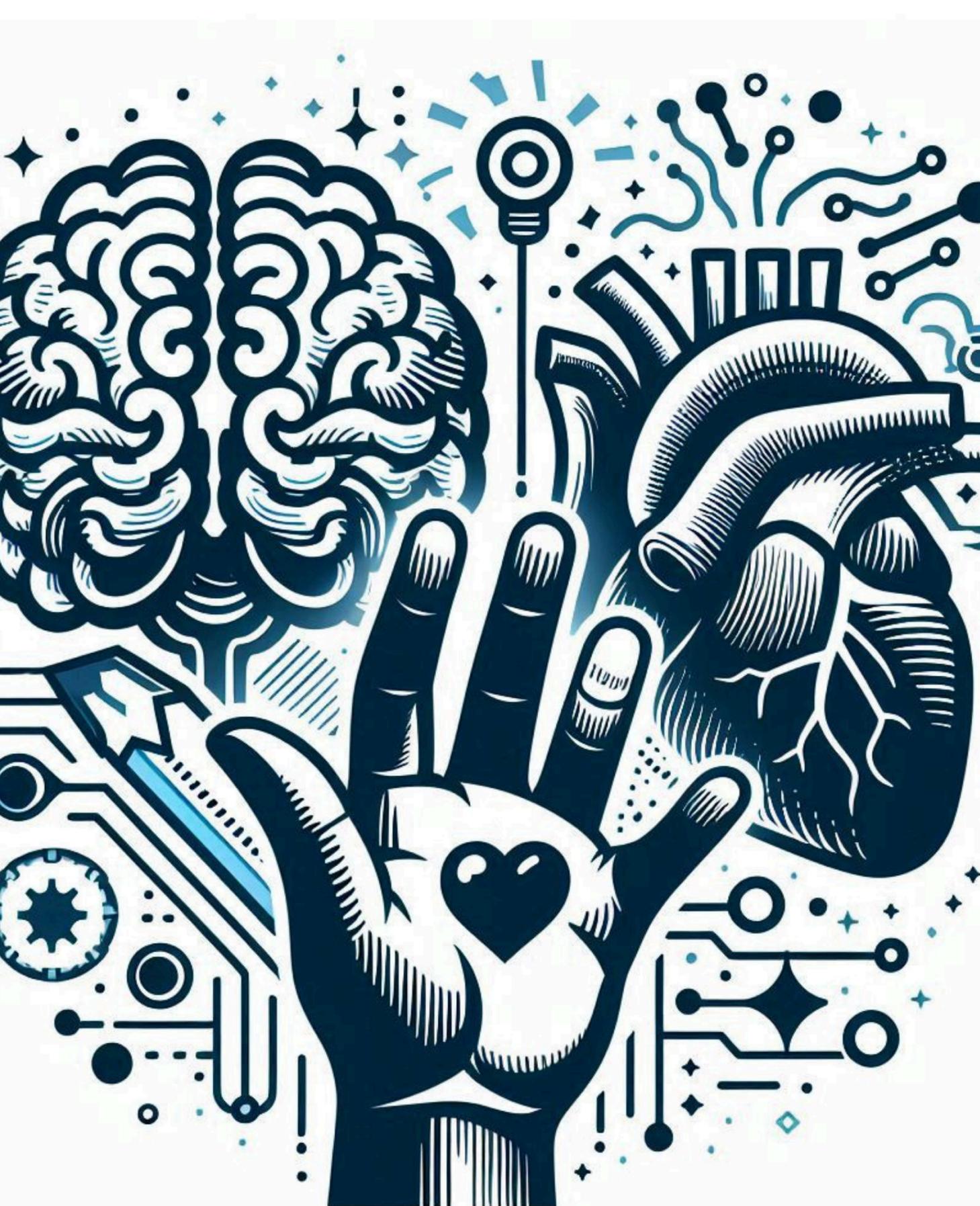


Zusammenfassung

Herz (Mikrogeschichte): emotionale Geschichte

Hirn (Makrogeschichte): Zahlen, Daten, Fakten,
Lösung erläutern, Erfolge nennen, Hoffnung
schaffen!

Hand ("call to action"): Aufforderung zum Handeln



Agenda

- 1 Grundlagen
- 2 SMART-Ziele
- 3 AIDA & KISS
- 4 KI-Integration**
- 5 Zusammenfassung und Ausblick



KI-Integration

Haupteinsatzbereiche



"Ideenfindung und Brainstorming"



"Textverbesserung und
Optimierung"



"Verschiedene Versionen für
verschiedene Zielgruppen"

Beispiele für Prompts

Du bist Experte für Fundraising in Kirchengemeinden. Schreibe einen herzlichen Spendenbrief nach der AIDA-Struktur (Attention, Interest, Desire, Action) und dem KISS-Prinzip (Keep It Simple & Sincere).

RAHMENDATEN:

- Kirchengemeinde: [Evangelisch/Katholisch, Größe, Ort]
- Spendenzweck: [konkretes Projekt]
- Zielsumme: [Betrag in Euro]
- Zielgruppe: [Alter, Beziehung zur Gemeinde]
- Tonalität: [warm/formell/persönlich]

ANFORDERUNGEN:

- Maximal 300 Wörter
- Einfache Sätze (max. 15 Wörter)
- Persönliche Ansprache
- Konkrete Beträge vorschlagen
- Authentisch und ehrlich
- Eine emotionale Geschichte einbauen

Beginne den Brief mit einer aufmerksamkeitsstarken Überschrift.

Beispiele für Prompts

PROMPT 2: Text vereinfachen

Vereinfache diesen Spendenbrief nach dem KISS-Prinzip (Keep It Simple & Sincere):

[HIER TEXT EINFÜGEN]

Achte dabei auf:

- Kürzere Sätze (max. 15 Wörter)
- Einfachere Wörter statt Fachbegriffe
- Alltagssprache statt Kirchensprache
- Konkrete statt abstrakte Formulierungen
- Ehrliche, persönliche Sprache
- Erhaltung der emotionalen Wirkung

Erkläre mir anschließend die wichtigsten Änderungen.

Beispiele für Prompts

PROMPT 3: Zielgruppenanpassung

Erstelle 3 verschiedene Versionen dieses Spendenbriefs für verschiedene Zielgruppen:

ORIGINAL: [Text einfügen]

VERSION 1: Langjährige Gemeindemitglieder (60+ Jahre)

- Respektvoller, traditioneller Ton
- Längere, vollständige Sätze
- Bezug auf gemeinsame Geschichte

VERSION 2: Junge Familien (25-45 Jahre)

- Lockerer, moderner Ton
- Kurze, prägnante Sätze
- Bezug zu Kindern und Familie

VERSION 3: Neue Gemeindemitglieder

- Einladender, erklärender Ton
- Keine Selbstverständlichkeiten
- Klare Erläuterung des Zwecks

Jede Version max. 250 Wörter.

Grenzen der KI



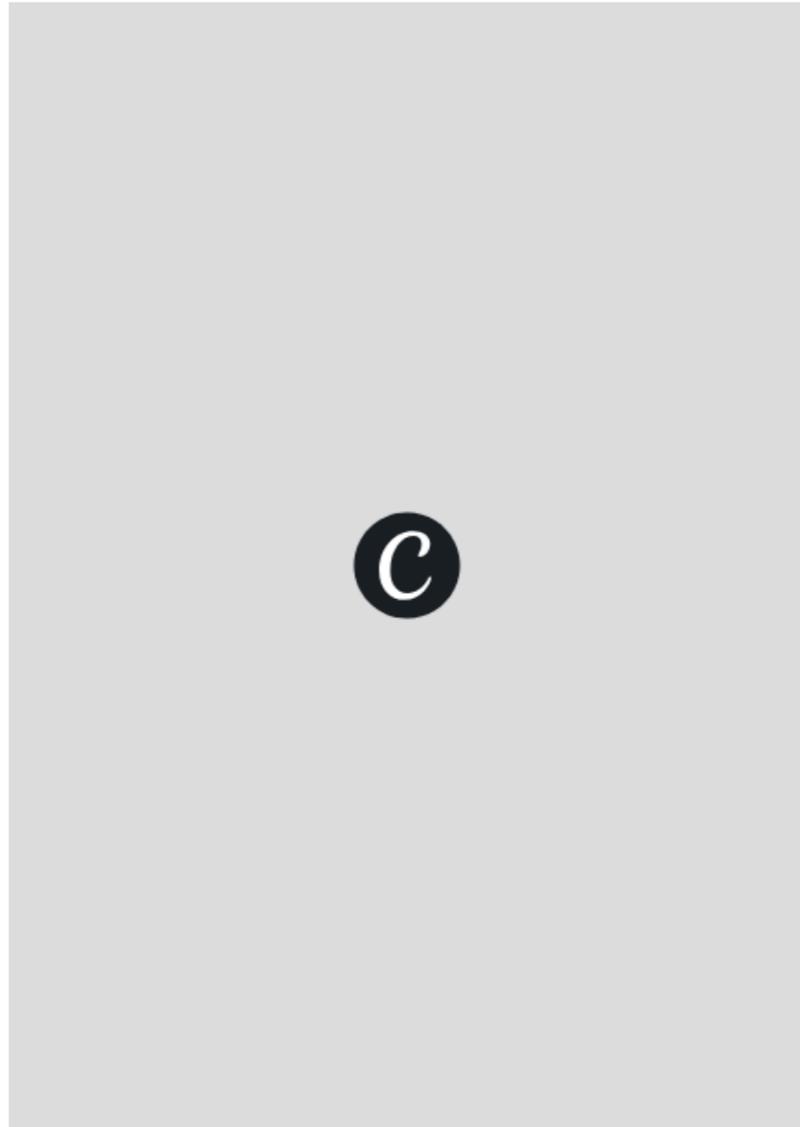
**Authentizität prüfen: Klingt
es wie Sie oder wie ein
Roboter?**

**Fakten kontrollieren: KI
erfindet manchmal Dinge!**

**Persönliche Note behalten:
Ihre Geschichte können nur
Sie erzählen."**

Agenda

- 1 Grundlagen
- 2 SMART-Ziele
- 3 AIDA & KISS
- 4 KI-Integration
- 5 Zusammenfassung und Ausblick**



Abschließende Tipps



1. Formulieren Sie positiv!
2. Formulieren Sie aus Sicht der Spender*in, was hat sie/er davon, zu spenden?
3. Schreiben Sie anschaulich, lebendig, farbig. Lassen Sie Bilder im Kopf entstehen.
4. Kurze Sätze. Keine Schachtelsätze, verständliche Sprache.
5. Starke Verben, vermeiden Sie Hilfsverben (dürfen, können, wollen, würden, müssen)
6. Vermeiden Sie Verben, die nichts sagen (bewirken, sich befinden, aufweisen)
7. Aktiv statt Passiv! Positiv statt negativ!
8. Konjunktive vermeiden, "wäre", "könnte", "müsste", "sollte"
9. Emotionale Wörter, Adjektive sind gefragt
10. Sie können als Einstieg auch eine Frage stellen.
11. Mehr SIE (3/4), weniger WIR/ICH (1/4)
12. Leicht verständliche Sprache. Weniger Substantive (-heit, -keit, -ung)

Hilfsmittel



Nutzen Sie die KI.

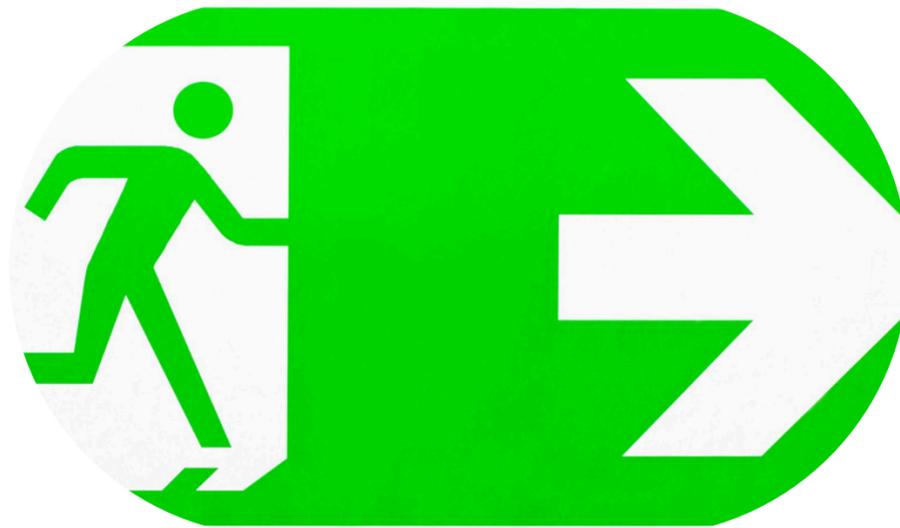


Testen Sie ihre Briefe.



Sammeln Sie Spendenaufrufe und
Dankbriefe von anderen
Organisationen und Einrichtungen.

Stolpersteine in der Kommunikation



Vermeiden Sie Ausstiegspunkte



Halten Sie sich für die
Mittelverwendung Alternativen
offen



Definieren Sie Ihr Projekt so, dass
viele Menschen sich vorstellen
könnten, dass auch ihre Spende
sinnvoll ist

Erfolgsmessung

Tracking-Methoden einrichten, nach Zielgruppen aufgliedert:

verschiedene QR-Codes
verschiedene Antwortkarten

Zeitraumen für Nachfassen festlegen

Dankeschreiben für Spender vorbereiten

Follow-up-Strategie planen

Messgrößen definieren und ermitteln:

Conversion-Rate: $\frac{\text{Spenden}}{\text{Versendete Briefe}}$
Durchschnittliche Spendenhöhe pro Kanal
Kosten pro Spende: $\frac{\text{Kosten}}{\text{Spendenanzahl}}$
Zeitpunkt der Reaktion (nach 1, 2, 4 Wochen)



Danke sagen!

Schreiben Sie parallel zum Spendenbrief bereits den Dankbrief

Der Dankbrief inkl. Spendenbescheinigung sollte möglichst zeitnah, d.h. innerhalb einer Woche beim Spender eingehen

Danksagung

Worauf muss ich beim Dankbrief achten:

THANK YOU 

- So weit personalisieren wie möglich
- Den Brief in Text und Gestaltung an die Zielgruppe anpassen (Schriftgröße, Textstil, Reaktionsmittel)
- Der Spender steht im Mittelpunkt
- Über das bespendete Projekt informieren und ggf. neue Projekte vorschlagen
- Handschriftliche Unterschrift
- Ggf. neuen Überweisungsträger
- QR-Code nicht vergessen

Abschluss-Feedback

Welches Thema war für Sie am wertvollsten?

AIDA-Struktur

KISS-Prinzip

SMART-Ziele

KI-Integration

Checklisten

Grundlagen

● Loading...

Was werden Sie als erstes umsetzen?

Bestehende Briefe nach AIDA überarbeiten

SMART-Ziel für nächste Kampagne definieren

Zielgruppen neu definieren

KI-Tools ausprobieren

Sprache vereinfachen (KISS)

Alles beim Alten lassen

● Loading...



Danke!

(Das wichtigste Wort im Fundraising!)

Corinna Schöttelndreyer

Beauftragte für Fundraising
Evangelisch-Lutherische Kirche in Oldenburg

Philosophenweg 1, 26121 Oldenburg
Tel.: 0441 – 7701 194

fundraising@kirche-oldenburg.de
www.kirche-oldenburg.de
www.fundraising-evangelisch.info

Bilanz des Helfens 2023

- In den Monaten Oktober, Februar und August werden zweistellige Zuwachsraten im Vergleich zu den jeweiligen Monaten im Vorjahr verzeichnet.
- Die **durchschnittliche Spende liegt bei 40 Euro**. Dies sind rund 2 Euro im Durchschnitt weniger als im Vorjahreszeitraum.
- Es wird etwas mehr als 7 x pro Jahr im Durchschnitt in 2023 gespendet. Dies ist ein neuer Höchststand.
- 17 Mio. Menschen haben im Jahr 2023 gespendet. Dies sind 1,7 Mio. Personen weniger als im Vorjahreszeitraum.
- Die Reichweite (Anteil der Spendenden an der Bevölkerung) liegt bei 26%.
- Nach wie vor ist der **Anteil der Generation 60+ am Spendenaufkommen mit fast 2 Drittel (61%) des gesamten Spendenaufkommens** am größten. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gibt es aber auch in dieser Altersgruppe 422 Tsd. Spender weniger (-5%) und es werden 409 Mio. Euro weniger gespendet (-12%).
- **Im Vergleich 2023 mit 2019 wird in fast allen Altersgruppen im Durchschnitt mehr pro Jahr gespendet, allerdings geht die Spenderanzahl zurück.**
- Prognose 2024: Es bleibt weiterhin aufgrund der aktuellen Situation (Inflation, Sparneigung*) schwierig, die Spender zu motivieren.