

# Herzlich Willkommen!

**Erfolgreich ins Online-Fundraising starten**  
**Hallesches Vereinsforum 2025 am 22. März 2025**  
**10:45 - 12:15 Uhr**





**Fundraising  
beratung**

FREIWILLIGEN-AGENTUR  
HALLE (SAALE) E.V.

## **Fundraisingberatung der Freiwilligen-Agentur Halle (Saale) e.V.**

- Fördermitteldatenbank [www.fördermittel-finden.de](http://www.fördermittel-finden.de)
- monatlicher Fördertipp
- individuelle Fundraisingberatung für ehrenamtliche Initiativen und freie Träger der Jugendhilfe Halle (Saale)
- Fortbildungen

Gefördert von der Stadt Halle (Saale), Fachbereich Bildung  
Karen Leonhardt/ Nicole Marcus

# Fundraising: nicht nur naschen ...



**Sinnvoll, strategisch,  
geplant, nachhaltig.**

**Vertrauen & Transparenz**

**Spender im Fokus,  
Spender als Teil des Teams**



**Gisela Bhatti**  
**Cloud & Rüben GmbH**

**“Professionelles Fundraising ist für mich das Gegenteil von Glückssrittertum. Es folgt einer Strategie, die auf einer soliden Analyse fußt. Es ist Langstrecke. Man muss unter Achtung seiner Ressourcen die Langstrecken bespielen und kann nicht jeden Marathon laufen.”**

# W-Fragen



Für **WEN** machen Sie das?  
**WAS** sollen diese  
Menschen tun? (Welchen  
Mehrwert haben diese  
Menschen?) **WIE** wollen  
Sie das machen? Und vor  
allem: **WARUM?**

Prioritäten festlegen!

# Methoden & Instrumente

**Mailings**

**Anlass-  
spenden**

**Geld-  
auflagen**

**Benefiz-  
aktionen**

**Stiftungen**

**Sponsoring**

**Verkäufe**

**Dienst-  
leistungen**

**Online-  
Fundraising**

**Wett-  
bewerbe**

**öffentliche  
Mittel**

**Sach-  
spenden**

**Lotterien**

**Crowd-  
funding**

**Förder-  
verein**

**Ehrenamt**

**Face-to-  
Face**

**Paten-  
schaften**

# Spenden in Deutschland



Quelle: Deutscher Spendenmonitor 2024

6 Mrd Euro  
Privat-  
spenden

12,8 Mrd  
Euro,  
Gesamt-  
spenden

Spender-  
quote  
50,2 %

174 €/ Jahr

42 Mio  
ehrenamtlich

81%  
Sachspende  
n

Zunahme  
jüngerer  
Spender,  
Gen Y + Z

29 % wollen  
zukünftig  
spenden

# Digitales Leben



69 Mio Smartphone

67 Mio Internet

2-3 Stunden Youtube,  
Insta, Snapchat, Tiktok

fast alle digital vernetzt

Online-Bezahlung seit Corona  
selbstverständlicher

# Online- Fundraising lohnt sich...



**2023: 22 % Anteil Online-  
Spenden**

**71 € Online-Durchschnittsspende  
gegenüber 37 € Offline**

**102 € große Organisationen  
51 € kleine Organisationen**

**auch für Dauerspende gewinnbar  
72% monatlich, 12 % jährlich**

**SEPA, Paypal, Kreditkarte**

# Der Weg zur Online-Spende



**Direkteingabe 34,2 %**

**Suchmaschinen 27,1 %**

**Social Media 16,2 %**

**Referrer Sites 6,2 %**

**Kleine Organisationen:  
Direkteingabe & Social Media vorn!**

# Online- Spendergruppen nach Kategorien



**25 – 34 Jahre: 31%**

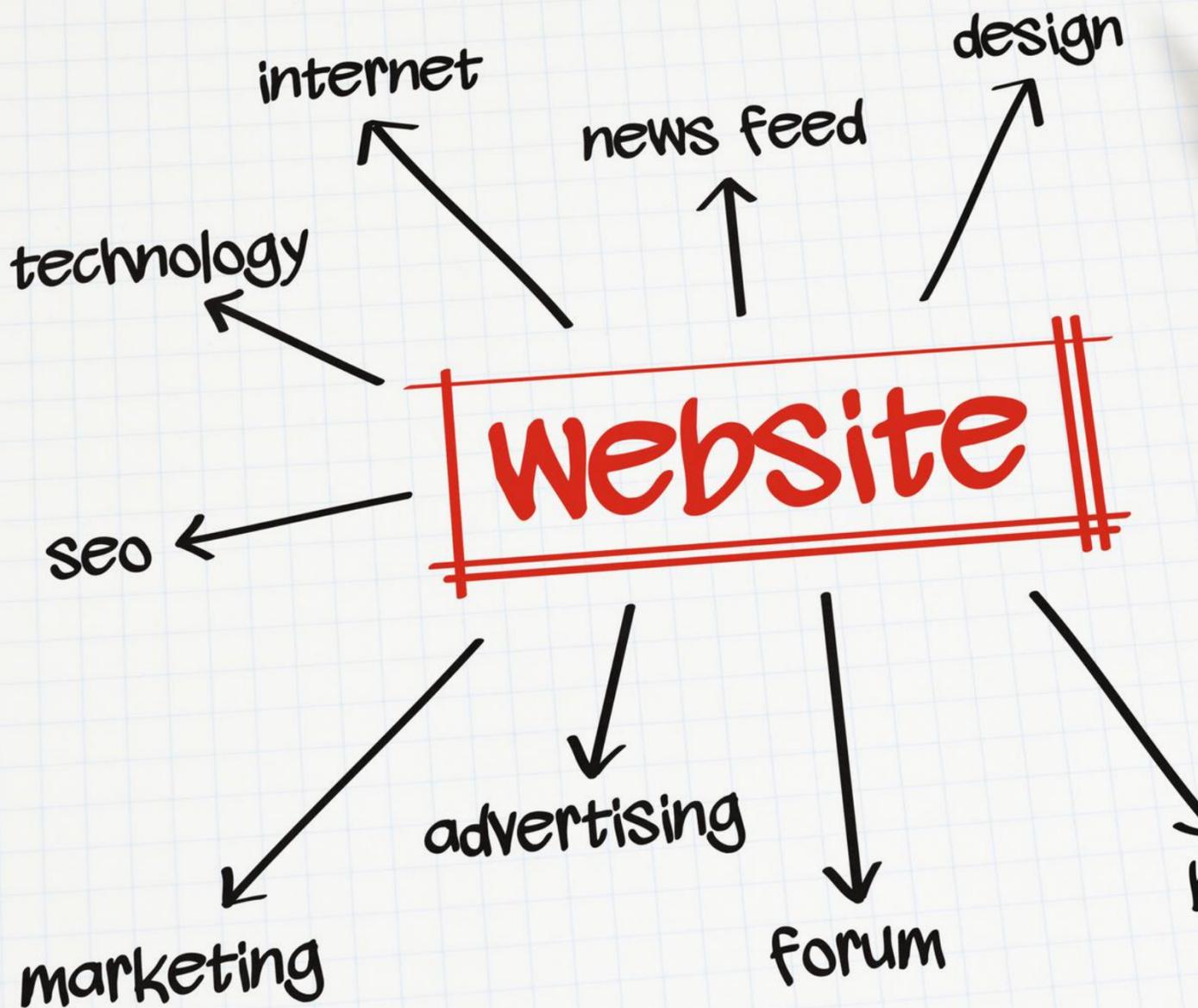
**35 – 44 Jahre: 21 %**

**60 % Frauen; aber Männer  
spenden mehr**

**gespendet wird in der Woche, 17,5  
% am Mittwoch**

**aber 2022: 61 % der Gesamtspender  
über 60 Jahre; 43 % über 70 Jahre**

# Kanäle des Online-Fundraisings



**Website + Spendentool**

**Social Media**

**Suchmaschinenoptimierung**

**E-Mail-Newsletter**

# Ressourcen & Kapazitäten



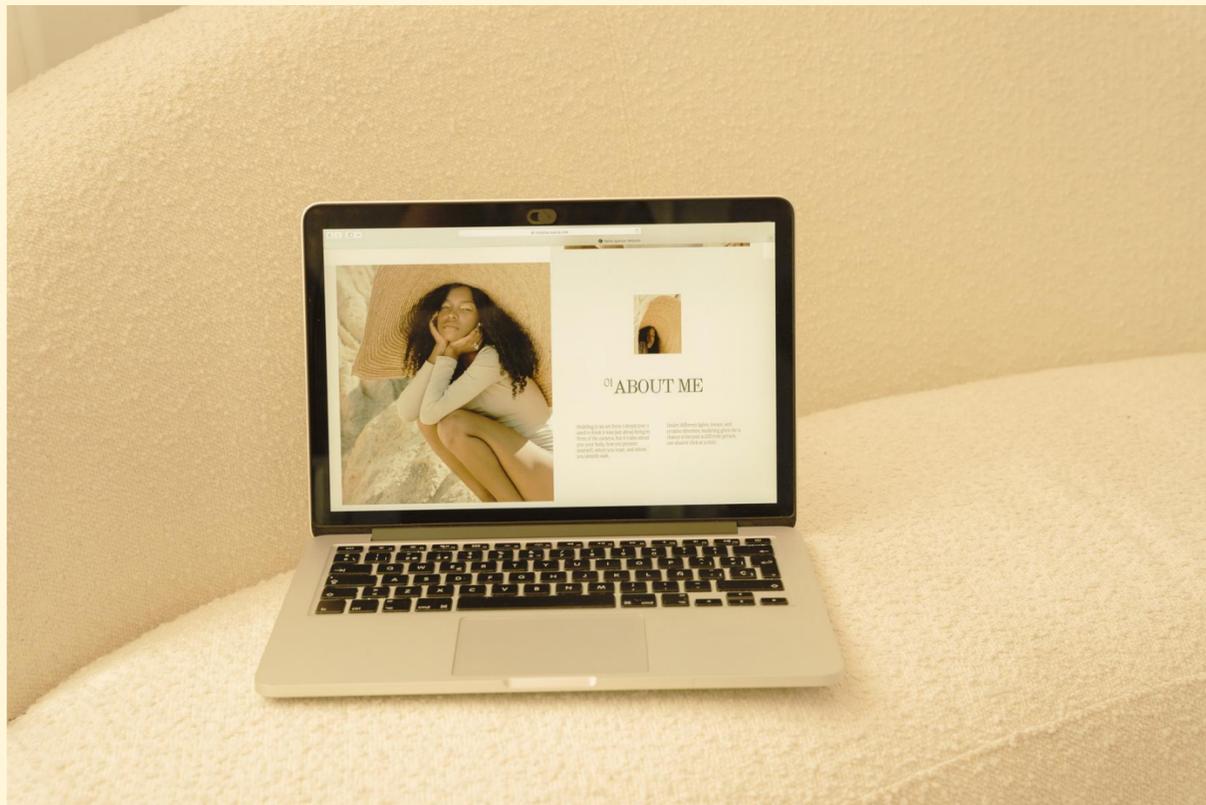
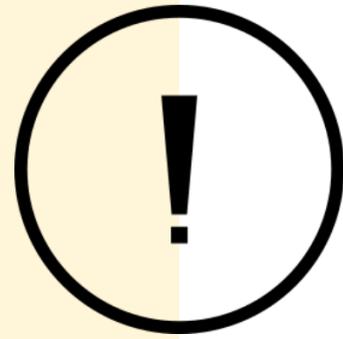
**Online ist nicht umsonst!**

**Zeit & finanzielle Ressourcen**

**Zusammenarbeit im Team:  
ÖA, Fundraising**

**Thema: Corporate Influencer**

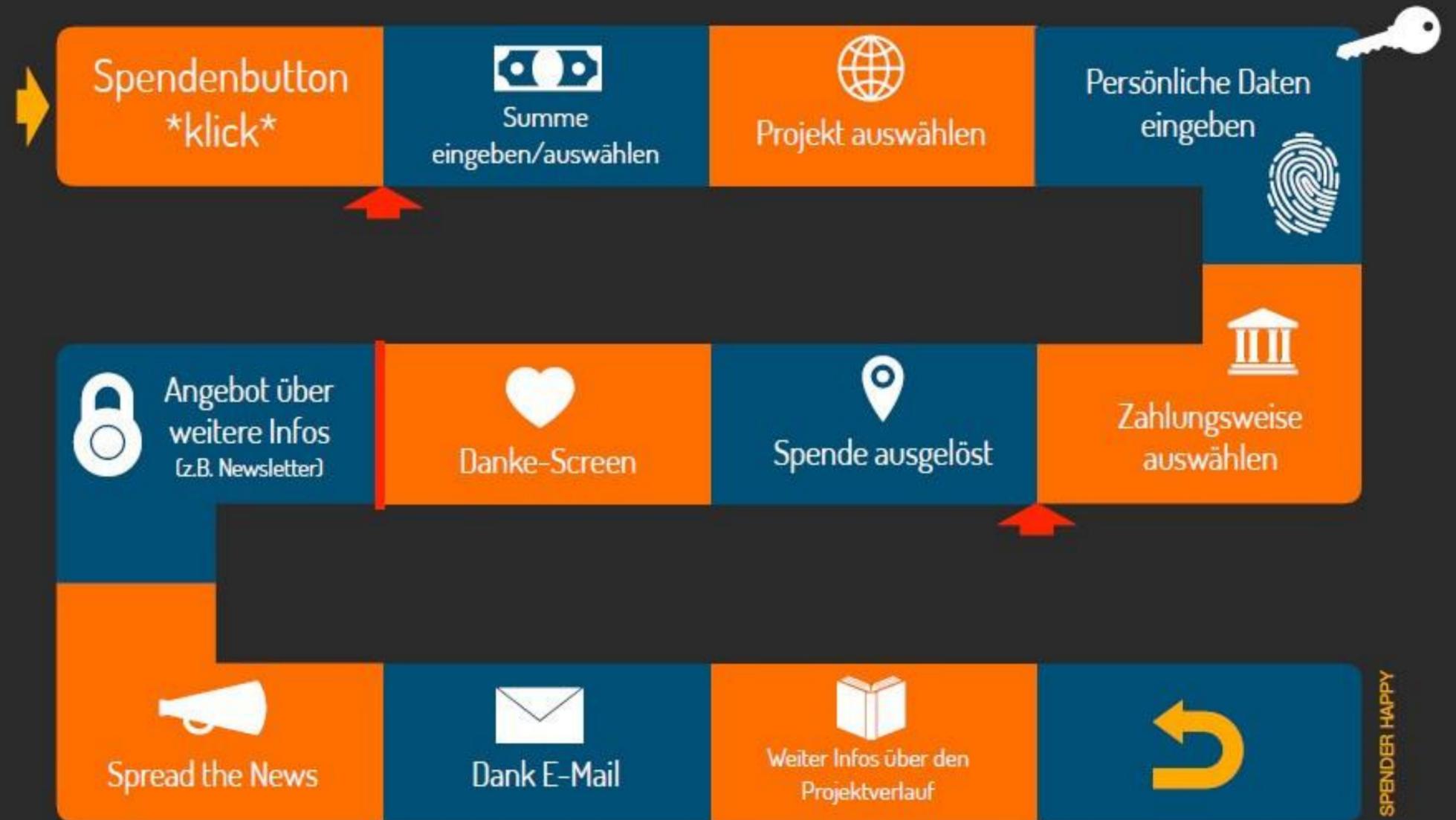
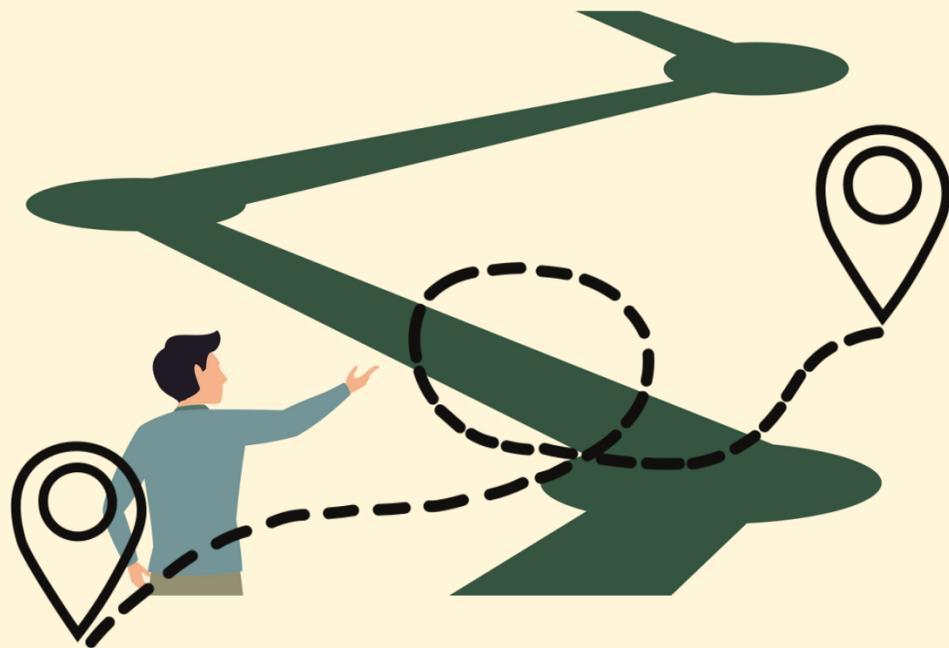
# Website: Die “Zentrale”



- Sichtbare Spendenbedarfe
- Spendenaufrufe
- Ansprechpartner:in
- Spendenbutton/ Link auf jeder Seite
- Suchmaschinenoptimierung
- Optimierung für mobile Endgeräte
- Spendenformular
- Zahlungsoptionen
- Spendenthemen
- Videos/ Bilder/ Geschichten
- Spendenverwendung

Herausforderung Schnittstelle  
Spendendatenbank!

# Klicks bis zur Spende



Quelle: Maik Meid

Stadtmission  
Nürnberg

Ich brauche Hilfe   Ich suche einen Job   Ich will helfen

Menü ☰   🔍



# Hilfe im Leben.

Ich...

brauche Hilfe

Thema

Suchwort eingeben

🔍 suchen

**Aktuelles** → [alle Meldungen](#)

# Einmal Online, immer online?



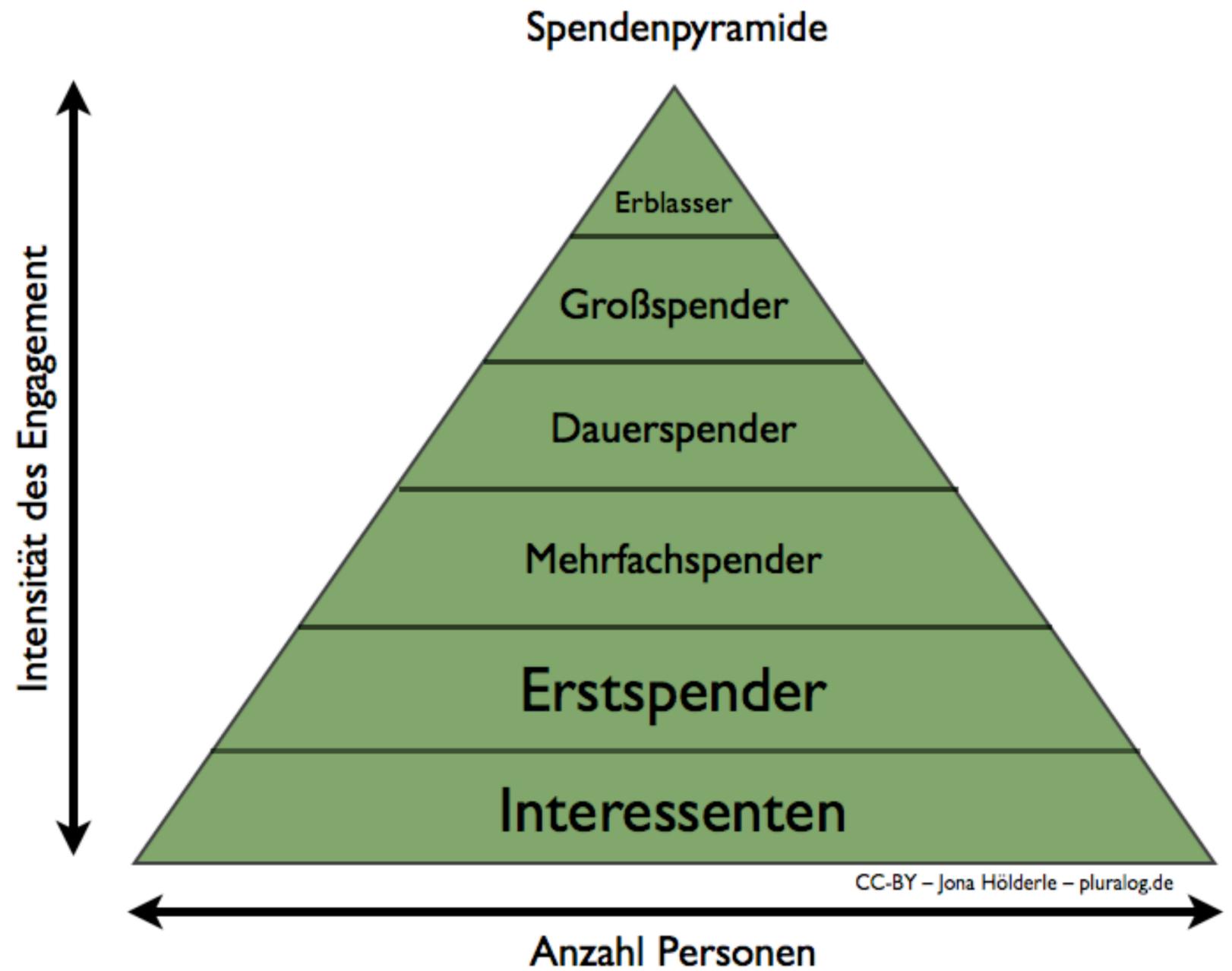
**Erstspende über Website**

**Folgespende oft traditionell**

**Multichannel Fundraising**

**Spenderkommunikation/ -bindung**

# Spendenpyramide



# Spendenshops



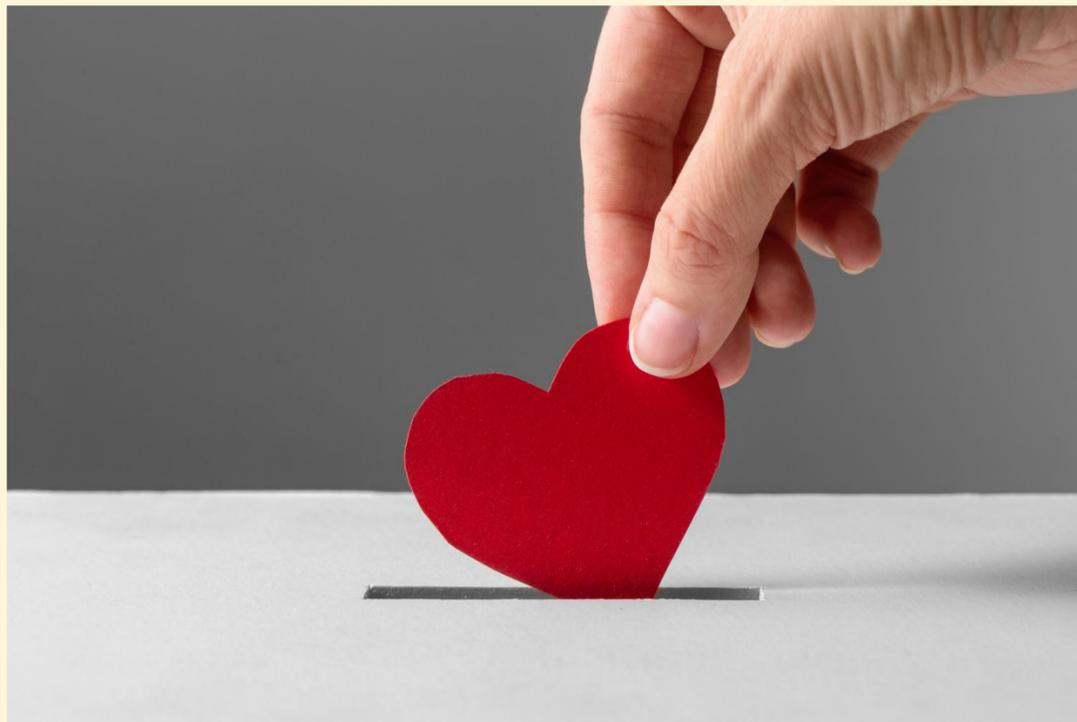
**Echte/ unechte Spendenshops**

**konkrete Leistung/ Beispielhafte,  
illustrative Gegenstände**

**ggf. höhere Spende**

**Gutscheine zum Verschenken**

# Spenden- plattformen



**betterplace, gofundme, Halle Crowd ...**

**Marktplatz für verschiedene Spendenanliegen**

**Vorteile:** leichte Handhabung, viele Zahlungswege, kostengünstig

**Nachteile:** externe Website, ggf. Adressen beim Anbieter...

# Newsletter



**für verschiedene Generationen**

**kostengünstig, schnell**

**Beziehungspflege, Komm-Struktur  
regelmäßiger Reminder,**

**Attraktivität: persönlicher Nutzen**



# Social Media

**Aktive Community: welche Plattform passt zu meiner Zielgruppe?**

**Spendenaufrufe für jüngere Menschen; Gen Z, Gen Y**

**Berichterstattung/ Storytelling**

**Beziehungspflege/ Danke sagen**

# Peer-to-peer-Fundraising



**Anlass-Spenden**

**Sportaktionen, z.B.  
Spendenläufe**

**kreative Ideen, Influencer-Aktionen**

**Unterstützung: Flyer,  
Textvorschläge, Fotos, Aufsteller,  
Zahlscheine**

# Aufgabe



**Von Beispielen lernen:**

**Beurteilen Sie das Online-Fundraising auf Websites beispielhafter Organisationen.**

**Suchen Sie die Website.**

**Versuchen Sie die Fragen des Fragebogens zu beantworten.**