

**INTELLECTUAL OUTPUT 3**

**Trainings-Werkzeugkasten: Material & Leitfaden für kleine gemeinnützige Organisationen**

**IO3.1: Tool: Vorschläge und Anregungen**

**Lektion 3**: Durchführung einer Fundraising-Aktion

# Einleitung

Das Ziel dieses IO3 ist es:

* die Lehrmaterialien für die Lernenden so interaktiv und nützlich wie möglich gestalten
* Werkzeuge und Vorlagen zu entwickeln, die für den Zweck geeignet, einsatzbereit und leicht an die Bedürfnisse einer kleinen gemeinnützigen Organisation anpassbar sind
* eine Schritt-für-Schritt-Anleitung durch die verschiedenen Aspekte des Fundraisings bieten, wobei die Lernenden immer dazu ermutigt werden, bei jedem Schritt des in den Materialien beschriebenen Weges parallel an ihre eigene Organisation zu denken

Die Toolbox (also unser digitaler und informativer Werkzeugkasten) für Lektion 3 enthält:

* eine Liste von Tools für digitales Fundraising mit den Vor- und Nachteilen jedes Tools, so dass die Mitarbeiter:innen kleiner Organisationen einen guten Überblick haben und leicht entscheiden können, welche Tools zu den Bedürfnissen ihrer Organisationen passen.
* Beispieltexte für eine gute Kommunikation mit Spender:innen (z.B. Dankes-E-Mails, Social-Media-Posts, etc.)
* Eine Vorlage für einen Fundraising-Plan mit den wichtigsten Elementen einer Fundraising-Kampagne

# TOols für digitales Fundraising

1. **Civi CRM**

Eine Open-Source-Plattform für die Verwaltung von Unterstützer:innenbeziehungen (Constituent-Relationship-Management - CRM), Veranstaltungsmanagement, Spenden/Zahlungen, Freiwilligenmanagement und mehr, entwickelt für Wohltätigkeitsorganisationen und gemeinnützige Organisationen.

**Anwendung:**

\*Kontaktverwaltung - Kontaktdaten können an einem Ort gespeichert werden; Sie können Kontakte entsprechend ihrem Engagement für die Organisation markieren und gruppieren.

\*Mitgliederverwaltung - ermöglicht es Mitgliedern, sich anzumelden, online zu bezahlen und Erinnerungen an die Verlängerung der Mitgliedschaft zu erhalten

\*Buchhaltungsintegration - geben Sie Spenden in das CRM ein, exportieren Sie Daten und importieren Sie diese dann in Ihr Buchhaltungssystem

\*Veranstaltungsmanagement - Erstellen Sie Formulare zur Registrierung, melden Sie Freiwillige an und generieren Sie Anmeldebestätigungen und Quittungen

\*E-Mail-Marketing - Sie können E-Mails mit personalisierten Vorlagen versenden und die Effektivität von Kampagnen durch die Überwachung von E-Mail-Statistiken messen

\*Advocacy-Kampagnen - ermöglicht gemeinnützigen Organisationen das Erstellen von Online-Petitionen und ermutigt Unterstützer:innen zum Handeln

\*Peer-to-Peer-Fundraising – Unterstützer:innen können persönliche Kampagnen erstellen, um in Ihrem Namen Spenden zu sammeln

\*Berichte - CiviReport hat über 40 Standardberichte, die Ihrer Organisation helfen, ihre Wirkung zu bewerten

**Vorteile:**

\*CiviCRM ist komplex und flexibel und kann auf die Bedürfnisse Ihrer gemeinnützigen Organisation zugeschnitten werden.

\*es ermöglicht das Speicher Ihrer Kontakte mit einer unbegrenzten Anzahl von benutzerdefinierten Feldern, wodurch Sie Unterstützer:innen und jede Interaktion mit ihnen verfolgen können

\*es bietet die Funktion Spenden mit Kontaktdatensätzen zu verknüpfen, so dass Sie sich einfach bei den Spender:innen für ihre Großzügigkeit bedanken können

\*man kann damit automatische Erinnerungen an die Unterstützer:innen senden, um sicherzustellen, dass Veranstaltungen gut besucht sind

\* Sie Ihre Spender:innen ermutigen, Ihnen zu helfen, Ihre Spendenziele zu erreichen, indem Sie eine Tracking-Seite mit einem Thermometer-Widget einrichten

**Nachteile:**

\*Sie müssen über gute technische und Programmierkenntnisse verfügen, um das CRM zu installieren und zu nutzen.

\*Einige Unternehmen bezahlen Expert:innen für die Verwaltung und Anpassung des Systems, was teurer sein kann als die Verwendung anderer kostenpflichtiger oder kostenloser CRMs

\*Es ist schwierig, alle Funktionen zu beherrschen, da sie sehr umfangreich und komplex sind.

\*Die Schriftart und einige Formatierungen sind nach Meinung einiger Anwender:innen nicht benutzerfreundlich

\*Sie müssen sich für die Unterstützung auf Netzwerke und Foren (oder bezahlte Expert:innen) verlassen

**Kosten**:

Kostenlos\* - CiviCRM ist ein Open-Source-System, so dass Sie für die Nutzung nichts bezahlen müssen; Sie benötigen jedoch ein entsprechendes Hosting, um die Vorteile der Funktionen zu nutzen.

Organisationen mit begrenzten internen technischen Kapazitäten müssen wahrscheinlich für das Hosting und eine Person mit Civi-Expertise bezahlen, um das System einzurichten und zu warten.

1. **Donor Perfect**

Ein Fundraising- und CRM-System, das die Werkzeuge für die Kommunikation, Verfolgung und Verwaltung von Kampagnen bereitstellt, damit Sie mehr Zeit und Ressourcen für Ihre Mission aufbringen können.

**Anwendungen:**

* Verwaltung von Spender:innen - speichern Sie Kontakte von Spender:innen mit benutzerdefinierten Feldern, um Datenmüll zu reduzieren und die Effizienz zu erhöhen.
* Mitgliederverwaltung - Senden Sie Verlängerungsnachrichten, verfolgen Sie Upgrades und abgelaufene Mitgliedschaften
* Verwaltung von Freiwilligen - Verfolgung von Freiwilligeneinsätzen, Fähigkeiten, Verfügbarkeit, Zertifizierungen und mehr
* gezieltes Anschreiben und E-Mails - nutzen Sie Filter und Targeting-Funktionen, um personalisierte Kommunikation zu versenden
* Kontaktmanagement - verwalten Sie zukünftige Aufgaben, Meetings, Anrufe oder Spender:innentermine
* Verwaltung von Fundraising-Veranstaltungen - verwalten Sie Veranstaltungsdetails, verfolgen Sie Ausgaben, organisieren Sie Gesprächsrunden und Teamzuweisungen
* Spendenbearbeitung - Aufzeichnungen über Spenden und Zusagen führen; Spender:innen anerkennen, die andere zum Spenden bewegen

**Vorteile:**

* einfache Integration mit Microsoft Word und Excel ermöglicht den Export von Berichten, die genau so formatiert sind, wie Sie es wünschen
* die SmartGive-Funktion ermöglicht es den Spender:innen, mit nur wenigen Klicks zu spenden - SmartGive führt die Spender:innen zu einer sicheren Online-Zahlungsseite, die bereits mit ihren Daten ausgefüllt ist, sodass sie schnell und einfach spenden können
* mühelose Erstellung von Quittungen und Dokumentation für die Steuererklärung der Spender:innen
* Mitglieder können mit der P2P-Fundraising-Funktion Spenden für Ihre Sache sammeln
* einfache Integration mit Quickbooks oder anderen Lösungen von Drittanbieter:innen

**Nachteile:**

* die Funktionsvielfalt macht das System schwer beherrschbar
* einige wesentliche Funktionen sind nicht im Basispaket enthalten; Erweiterungen können recht teuer werden
* Kontakte können dupliziert werden, was zu Verwirrung führen kann

**Kosten:**

* Lite: $89/Monat
* Express: $159/Monat
* Essentials: $269/Monat
* Premier: $459/Monat
* Enterprise: $799/Monat

1. **GiveGab**

GiveGab ist eine agile Plattform, die speziell auf das Nonprofit-Spender:innen- und Beziehungsmanagement zugeschnitten ist.

**Anwendungen:**

* beteiligen Sie sowohl Freiwillige als auch Spender:innen auf einer Plattform.
* Freiwilligenmanagement - verfolgen Sie Freiwilligenstunden, veröffentlichen Sie Ihre Freiwilligenangebote und rekrutieren Sie mehr Unterstützer:innen
* Spender:innen-CRM - verwalten Sie die Daten von Unterstützer:innen und Spender:innen

**Vorteile:**

* Erstellen Sie Crowdfunding-Kampagnen mit Ihren besten Freiwilligen, Spender:innen oder anderen Unterstützer:innen, die Mini-Kampagnen rund um Ihre größeren Kampagnen erstellen können
* Online-Fundraising-Fähigkeit
* bewirbt Giving Days als neue Fundraising-Möglichkeit
* eingebautes Messaging und Social Media für die Einbindung von Unterstützer:innen und Spender:innen
* umfassende Event-Fundraising-Funktionen, wie z. B. Registrierung und Checkout-Funktionen
* System zur Verwaltung von Freiwilligen, einschließlich Stundenerfassung und Veröffentlichung von Tätigkeitsmöglichkeiten

**Nachteile:**

* einige Benutzer:innen sagen, dass die Anzahl der Funktionen es schwierig macht, sie zu beherrschen
* die höhere Plattformgebühr für das kostenlose Abo bedeutet, dass Ihre Organisation mehr zahlt, wenn Ihr Fundraising besser abschneidet

**Kosten:**

* Basic - Kostenlos + 7% Plattformgebühr + Kreditkartengebühren (2,9%)
* Fundraising - $49/Monat (Jahresabonnement erforderlich) + 4% Plattformgebühr + Kreditkartengebühren (2,9%)
* Fundraising & Spender:innenmanagement (CRM) - $199/Monat (jährliches Abonnement erforderlich) + 2% Plattformgebühr + Kreditkartengebühren
* Enterprise – “Pricing That Fits Your Nonprofit” (individuelle Preisgestaltung)
* #GivingTuesday - 0% + Kreditkartengebühren - GiveGab verzichtet auf seine Gebühren am #GivingTuesday

1. **Hubspot CRM**

Ein Tool zur Verwaltung von Beziehungen zu Kund:innen (Customer Relationship), mit dem Sie Ihre aktuellen und potenziellen Spender:innen organisieren und erfassen können. Entwickelt für gewinnorientierte Unternehmen, für Leistung und Flexibilität

**Anwendungen:**

* Speichern Sie bis zu 1.000.000 Kontakte ohne Verfallsdatum
* Verwalten Sie Ihre gesamte Kontaktdatenbank
* Verfolgen Sie Interaktionen mit Spender:innen automatisch - ob in einer E-Mail, über soziale Medien oder bei einem Anruf
* Telefonanrufe aus dem CRM heraus tätigen

**Vorteile:**

* wenn Sie bisher eine Tabellenkalkulation zur Nachverfolgung verwendet haben, ist dieses Tool viel robuster
* leicht zu erlernen und das Menü ist einfach zu navigieren
* Ihr gesamtes Team kann das System gemeinsam nutzen, so dass ein Teammitglied einfach mit einem:r Spender:in dort weitermachen kann, wo ein anderes Teammitglied aufgehört hat
* die Sortierfunktion ermöglicht eine einfache Ansicht der Personen, die gespendet haben, und derjenigen, die nicht gespendet haben
* synchronisiert mit Gmail oder Outlook, um jede Kommunikation zu erfassen
* organisiert alles über eine:n bestimmte:n Spender:in an einem Ort
* Sie haben die Möglichkeit, Unterhaltungen aufzuzeichnen und zu speichern
* Kalender- und Meeting-Planungstools

**Nachteile:**

* Das Tool verfügt nicht über die Möglichkeit, benutzerdefinierte Berichte zu erstellen oder zu exportieren
* einige erweiterte Funktionen erfordern die Integration in andere Produkte, die kostenlos sein können oder auch nicht
* es kann viel Zeit in Anspruch nehmen, alle Funktionen für Sie und Ihr Team einzurichten
* die Anzahl der Funktionen macht es schwierig, sie alle zu beherrschen

**Kosten:**

* Hubspot CRM ist kostenlos, solange Sie keine zusätzlichen Funktionen benötigen
* Integrationen mit Hubspot Sales und Hubspot Marketing - die viel mehr Leistung bieten - erfordern eine Abonnementgebühr

1. **Insightly**

Insightly ist ein Tool für das CRM (also das Beziehungsmanagement zu Kund:innen oder Unterstützer:innen), mit dem Sie Ihre aktuellen und potenziellen Spender:innen organisieren und erfassen, Projekte planen und umsetzen und auf dem Laufenden bleiben können.

**Anwendungen:**

* Behalten Sie den Überblick über CRM durch die einzigartige Software zur graphischen Erfassung von Beziehungen, um automatisch die Verbindungen zwischen Kontakten, Organisationen und den gemeinsamen Geschäftsbeziehungen zu erfassen.
* Insightly ermöglicht es Ihnen, Nachrichten direkt aus dem CRM zu versenden
* erstellen Sie wiederkehrende Aufgaben, planen Sie Kalendertermine mit Kontakten, und verknüpfen Sie sie mit Projekten

**Vorteile:**

* automatisierte Erfassung von potenziellen Spender:innen
* enthält Werkzeuge zur Workflow-Automatisierung für das Projektmanagement
* Pipeline-Ansicht, um die Zeitachse der Interaktionen mit einzelnen Spender:innen zu sehen
* automatisches Versenden von E-Mails und Verfolgen von Analysen
* leichte Synchronisation mit MailChimp
* benutzerdefinierte Berichte auf jeder Paketebene
* verbindet sich mit Tools und Apps, die Sie bereits verwenden
* enthält einen Dateiverwaltungsdienst zur Speicherung von Dokumenten
* Kalender-Synchronisation
* Verschlüsselung verfügbar, um sensible Daten zu schützen
* das System ermöglicht es Ihnen, aufgaben- und profilbasierte Berechtigungen innerhalb Ihres Teams festzulegen
* lässt sich leicht mit Google und Microsoft integrieren
* einfache Integration mit Buchhaltungssystemen wie Quickbooks

**Nachteile:**

* Die kostenlose Version erlaubt nur 2.500 Kontakte, 2 anpassbare Datenbankfelder und 10 Massen-E-Mails pro Tag
* einige Benutzer:innen berichten, dass man zum Auffinden von Kontakten genau so suchen muss, wie sie im System eingegeben wurden

**Kosten:**

* Kostenlos - Bis zu 2 Benutzer:innen
* Basic - $12 Benutzer:in/Monat (jährliche Abrechnung); $15 Benutzer:in/Monat (monatliche Abrechnung)
* Plus - $29 Benutzer:in/Monat (jährliche Abrechnung); $35 Benutzer:in/Monat (monatliche Abrechnung)
* Professional - $49 Benutzer:in/Monat (jährliche Abrechnung); $59 Benutzer:in/Monat (monatliche Abrechnung)
* Enterprise - $99 Benutzer:in/Monat (jährliche Abrechnung); $129 Benutzer/Monat (monatliche Abrechnung)
* **Nonprofit-Rabatt**: Registrierte 501(c)(3) und NGO-Organisationen können einen Rabatt von 50% auf alle bezahlten Abos erhalten (nach Überprüfung durch den Insightly-Support)

# BEISPIELTEXTE FÜR EINE GUTE KOMMUNIKATION MIT SPENDER:Innen

Es gibt mehrere Möglichkeiten, wie Ihre gemeinnützige Organisation ihre Marketingstrategien durch eine effektivere Kommunikation mit Ihren Spender:innen verbessern kann.

DANKESBRIEFE

Dankbarkeit ist stark, und ein Dankesbrief ist nach wie vor eine der hilfreichsten Kommunikationsformen, dies gegenüber Spender:innen auszudrücken. Ein Dankesbrief drückt Wertschätzung aus, dient als Quittung und hilft, eine stärkere Beziehung zur spendenden Person aufzubauen. Das Versenden eines aussagekräftigen Dankesbriefes kann Ihrer Organisation einen Vorteil in einer Welt voller Wohltätigkeitswettbewerbe verschaffen.

Worauf sollten Sie beim Schreiben von Dankesbriefen achten?

1) Der Dankesbrief muss zeitnah erfolgen: Fundraising-Expert:innen empfehlen, einen Dankesbrief - egal ob es sich um Erst- oder Dauerspender:innen handelt - innerhalb von 48-72 Stunden nach Erhalt der Spende zu verschicken. Das Timing kann variieren, aber die spendende Person sollte sich noch an die Spende erinnern, wenn sie das Dankeschön erhält. Ein Dankeschön, das drei Monate später kommt, bringt wenig.

2) Das Schreiben muss korrekt sein: Sind der Name und die Adresse der spendenden Person korrekt? Haben Sie die richtige Anrede verwendet? Sind die Rechtschreibung und Grammatik korrekt? Macht die Formatierung den Brief gut lesbar? Verwenden Sie gegebenenfalls den Vornamen der spendenden Person in der Anrede, um das Schreiben persönlicher zu gestalten.

3) Der Brief muss es der spendenden Person ermöglichen, sich die Wirkung der Spende vorzustellen: Haben Sie eine Geschichte über eine Person oder ein Tier eingefügt, das von der Spende profitieren wird? Oder haben Sie einen Erfahrungsbericht von dieser Person verwendet? Menschen fühlen sich großzügiger, wenn sie sich bestimmte Menschen oder ein Tier vorstellen können, denen sie geholfen haben.

4) Der Dankesbrief muss zeigen, wie gut Ihre Programme funktionieren: Fügen Sie einen Absatz über Ihre Mission und einige Statistiken über Ihre Ergebnisse ein. Fassen Sie sich aber kurz. Der Brief sollte versuchen, das Herz der spendenden Person mehr zu erreichen als nur den Kopf. Fügen Sie gerade genug numerische Daten ein, um zu beweisen, dass Sie das tun, was Sie versprechen.

5) Es muss häufiger „Sie“ als „wir“ oder „ich“ verwendet werden: Machen Sie die spendende Person zum Helden. Verwenden Sie häufig die Formulierung „wegen Ihnen“. Stellen Sie die spendende Person und die Menschen, denen diese Person hilft, in den Mittelpunkt des Briefes, anstatt die Organisation zu erwähnen. Dies ist nicht der Zeitpunkt, um mit dem Geld, das Sie sammeln, oder den Auszeichnungen, die Sie gewonnen haben, zu prahlen. Es geht um die Spender:innen und das, was sie möglich gemacht haben.

6) Geben Sie den Geschenkbetrag und Informationen zu Steuern an: Ist der gesamte Betrag von der Steuer absetzbar oder nur ein Teil? Steuerbehörden und Finanzämter schreiben in der Regel vor, welche rechtlichen Angaben enthalten sein müssen. Diese Informationen können am Ende des Briefes stehen, im Hauptteil sollte jedoch der Betrag genannt werden. Zum Beispiel: „Vielen Dank für Ihre Spende von 200 €.“ Die Nennung des Betrags dient zunächst als Bestätigung des Betrags und als Erinnerung für die spendende Person.

7) Der Brief sollte von einer beachtenswerten Person unterzeichnet werden: Diese Person könnte ein Vorstandsmitglied, der:die Geschäftsführer:in, Freiwillige oder ein:e Empfänger:in der Spende sein. Eine hochrangige Person ist für die meisten Dankesbriefe logisch. Aber einige Dankesbriefe könnten von jemandem stammen, der die Dienste Ihrer Organisation in Anspruch nimmt, z. B. ein Student, der ein Stipendium erhält, oder die Eltern eines Kindes, das davon profitiert.

8) Das Schreiben enthält einen Nachtrag: Wenn Menschen einen Brief überfliegen, lesen sie auch das PS. Also lassen Sie diese letzte Nachricht zählen. Wiederholen Sie eine wichtige Information und bekräftigen Sie Ihre Dankbarkeit. Wenn es angebracht ist, lassen Sie die Person, die den Brief unterschreibt, ein handgeschriebenes PS hinzufügen, in dem sie sich noch einmal bedankt oder auf etwas Persönliches hinweist.

9) Es sollte kein allgemeiner Formbrief sein: Idealerweise sollten Dankesbriefe keine Serienbriefe sein, die aufgesetzt und dann vergessen werden. Lassen Sie Ihre Dankesbriefe nicht zur Routine und langweilig werden. Sofern Sie nicht eine große Anzahl an Spender:innen haben, sollte Ihre Wohltätigkeitsorganisation versuchen, jeden Dankesbrief einzigartig zu gestalten, so dass die spendende Person weiß, dass der Brief speziell für sie gedacht war.

Hier ist eine Vorlage für Sie:

|  |
| --- |
| [Name der Organisation oder des Vereins]  [Addresse der Organisation • Telefonnummer • E-Mail]  [Datum] …../…../……….  [Name der spendenden Person]  [Adresse der spendenden Person]  Sehr geehrte:r xxxxx [Name der spendenden Person],  Vielen Dank an Sie, xxxxxxx [was wurde mit der Spende gemacht, wer hat von der Spende profitiert, welche Bedingungen wurden für die Empfänger:innen geändert]  Vielen Dank für Ihre jüngste großzügige Spende von xxx€ [Betrag] an xxxx [Name Ihrer Organisation] und Ihre Bereitschaft, xxxxx [Der Verwendungsbereich der Spende] zu helfen.  Dank Ihnen haben wir xxxxx [Wie viele Menschen und wie ihnen insgesamt geholfen wird]  Ihre Spende hilft bei der Anschaffung von xxxxx [wenn Sie mit der Spende etwas gekauft haben, was und wie viel davon]  [Einige Informationen über die Kampagne und ihre Ziele. Wie weit wurden die Ziele erreicht?]  Wir würden Ihnen gerne ein xxxx [ein Geschenkangebot bezüglich der gespendeten Kampagne] geben  xxxxx, unser Entwicklungsleiter, steht Ihnen jederzeit zur Verfügung, um einen Termin für Sie zu vereinbaren oder Ihre Fragen zu beantworten. Zögern Sie nicht, ihn oder sie unter xxx [Kontaktnummer] anzurufen oder ihm/ihr eine E-Mail an xxxx [E-Mail-Adresse] zu schicken  Gerne halten wir Sie auch mit unseren E-Mails und unserem Newsletter auf dem Laufenden. Sie können sich dafür auf unserer Website xxxx [Website der Organisation] anmelden.  Nochmals vielen Dank für alles, was Sie für xxx [Thema der Spende] tun. Y  Mit freundlichen Grüßen,  xxxxxxxxx  [Position der Person, die den Brief unterzeichnet]  P.S. xxxx [beliebige zusätzliche Kommentare] |

DANKES-E-MAILS

Heutzutage werden immer mehr Spenden online getätigt, und das Versenden einer Dankes-E-Mail ist völlig in Ordnung. Allerdings muss sich dieses Dankesschreiben per E-Mail mehr abheben als ein per Post verschickter Dankesbrief, da es für die meisten von uns auf eine Flut von E-Mails hinausläuft.

Danksagungen sind nicht nur für Spenden gedacht. Sie sollten sich bei Ihren Unterstützer:innen für alles bedanken, was sie tun, z. B. für die Teilnahme an einer Veranstaltung, die Teilnahme an einer Umfrage oder ehrenamtliche Arbeit.

**Machen Sie die spendende Person zum Star:** Sprechen Sie die Person an und verwenden Sie das Wort „Sie“ oder „du“ so oft wie möglich.

**Teilen Sie der spendenden Person die Ergebnisse mit und seien Sie konkret:** Die Spezifität geht sogar so weit, dass Sie die Anzahl der Personen, die Spenden gesammelt haben, und die Anzahl der Personen, die daraufhin gespendet haben, mitteilen. Das schafft ein Gefühl der Zugehörigkeit zu einer ganz besonderen Gruppe von Menschen und unterstreicht den Multiplikationsfaktor der Bemühungen jeder einzelnen Person.

**Zeigen Sie ein herzerwärmendes Foto:** Es gibt keine Entschuldigung dafür, kein Bild in eine Danksagung per E-Mail einzufügen. Bilder sind super einfach hinzuzufügen. Achten Sie darauf, dass das Bild eine Person (oder ein Tier, wenn Sie sich darauf konzentrieren) zeigt, einen festen Rahmen hat und groß ist. Sie können auch ein Video einfügen, solange es sich auf jemanden bezieht, der oder die von der Großzügigkeit der spendenden Person profitiert und schlicht ist. Machen Sie das Video aus der Danksagung heraus zugänglich. Das Bild einer Person ist stärker als das einer Gruppe von Menschen, und eine Person oder eine Gruppe ist stärker als Diagramme, Graphen oder Infografiken.

**Fügen Sie einen Link zu weiteren Informationen ein:** Konzentrieren Sie sich darauf, das Dankeschön so einfach und herzlich wie möglich zu halten, aber bieten Sie der spendenden Person eine Möglichkeit, zurück zu Ihrer Homepage oder einer anderen Zielseite zu gelangen, die sie zu weiteren Aktionen anregt.

Hier ist eine Vorlage für Sie:

|  |
| --- |
| [Die Betreffzeile der E-Mail lautet:] „Vielen Dank für Ihre kürzliche Spende!“  Liebe:r [Vorname],  Vielen Dank für deine/Ihre Spende in Höhe von €\_\_\_. xxxxx [Wie haben Sie die Spende ausgegeben, was haben Sie gekauft?] Vielen Dank!  Dein/Ihr finanzielles Geschenk half xxxxx [Wem haben Sie mit der Spende geholfen, welche Einrichtungen haben Sie unterstützt?]  Eine Nachricht des Empfängers  Nochmals vielen Dank für deine/Ihre schnelle Reaktion, die xxxx ermöglicht hat [Die Aktivitäten, die von der Organisation durchgeführt wurden]  Vielen Dank für deine/Ihre Spende von €\_\_\_\_ an xxxx [Name der Organisation]. Es sind Spenden wie die deine/Ihre, die es uns ermöglichen, bei xxxxx [laufende Aktivitäten der Organisation] zu helfen  Mit deiner/Ihrer Hilfe werden wir in diesem Jahr noch mehr xxxxxxx auf der ganzen Welt erreichen.  Unten finden Sie eine Zusammenfassung deiner/Ihrer Spende. Du/Sie können/kannst auch eine Quittung online abrufen, indem du/Sie auf diesen Link klickst/klicken: xxxxxx  Betrag: € xxxx  Zahlungsmethode: Mastercard-Kreditkarte, \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*  Datum: ...../..../......  Bezeichnung: xxxx  Vielen Dank für dein/Ihr Mitgefühl  Mit freundlichen Grüßen,  xxxxxxxx, Vorsitzender des Vorstands |

# VORLAGE FÜR EINEN FUNDRAISING-PLAN

Eine Vorlage für einen Fundraising-Plan finden Sie in Lektion 1

Link: [https://drive.google.com/drive/folders/1Kn6mzPRHMIFRZSfoshv0w5eSINvm4jt3?usp=sharing](about:blank)

# EIN DSGVO-BEISPIELTEXT ZUR ANPASSUNG + COOKIES + DATENSCHUTZ

Was sind die Prinzipien, die dem Datenschutz zugrunde liegen?

Es gibt sechs Prinzipien, die NGOs und Wohltätigkeitsorganisationen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten befolgen müssen. Diese Prinzipien sind in der DSGVO 2018 dargelegt und im Folgenden zusammengefasst:

1. Die Verarbeitung muss fair, rechtmäßig und auf transparente Weise erfolgen. Dies bedeutet zwei Dinge:

* Transparenz gegenüber den Menschen, die ihre persönlichen Daten mit Ihnen geteilt haben. NGOs und Wohltätigkeitsorganisationen sollten offen darüber sprechen, wie persönliche Daten verarbeitet werden, zu welchem Zweck verarbeitet werden und ob sie an andere weitergegeben werden.
* eine rechtmäßige Grundlage, auf der die persönlichen Daten der betroffenen Personen verarbeitet werden. Es gibt eine Reihe von Rechtsgrundlagen, auf die man sich stützen kann. Zum Beispiel hat die NGO oder Wohltätigkeitsorganisation ein berechtigtes Interesse an der Verarbeitung der persönlichen Daten, oder die Organisation hat die die Zustimmung der betroffenen Person.

2. Persönliche Daten müssen für einen klaren und spezifizierten Zweck erhoben werden. Zum Beispiel können sie nicht für einen Zweck erhoben werden, nur um sie für einen anderen Zweck zu verwenden. Gemeinnützige Organisationen müssen persönliche Daten so verwenden, wie sie es den Betroffenen mitgeteilt haben.

3. Die gesammelten persönlichen Daten müssen angemessen, relevant und nicht übertrieben sein. NGOs und Wohltätigkeitsorganisationen sammeln personenbezogene Daten für einen bestimmten Zweck (oder mehrere Zwecke) - sie sollten die minimale Datenmenge sammeln, die zum Erreichen Ihrer Zwecke notwendig ist.

4. Personenbezogene Daten müssen korrekt sein und auf dem neuesten Stand gehalten werden.

5. Personenbezogene Daten sollten nicht länger als nötig aufbewahrt werden. NGOs und Wohltätigkeitsorganisationen sollten persönliche Daten löschen, wenn sie nicht mehr benötigt werden.

6. Persönliche Daten müssen sicher aufbewahrt werden. Organisationen und Vereine sollten sicherstellen, dass sie über robuste physische und technische Sicherheitsmaßnahmen verfügen, um die persönlichen Daten zu schützen.

Vorlagen für Datenschutz- und Cookie-Richtlinien finden Sie unten.

|  |
| --- |
| **VORLAGE: DATENSCHUTZRICHTLINIE**  **Datenschutzrichtlinie**  Zuletzt aktualisiert: [Datum hinzufügen]  Unsere Organisation [dies ändern] [„wir“, „uns“ oder „unser“] betreibt http://www.mysite.com [dies ändern] [die „Website“). Diese Seite informiert Sie über unsere Richtlinien bezüglich der Sammlung, Verwendung und Offenlegung von  Persönlichen Informationen, die wir von Benutzer:innen der Website erhalten.  Wir verwenden Ihre persönlichen Daten nur für die Bereitstellung und Verbesserung der Website. Durch die Nutzung der Website erklären Sie sich mit der Erfassung und Verwendung von Informationen gemäß dieser Richtlinie einverstanden.  **Sammlung und Verwendung von Informationen**  Bei der Nutzung unserer Website bitten wir Sie möglicherweise, uns bestimmte personenbezogene Daten mitzuteilen, die dazu verwendet werden können, Sie zu kontaktieren oder zu identifizieren. Zu den persönlich identifizierbaren Informationen kann unter anderem Ihr Name gehören („Persönliche Informationen“).  **Protokolldaten**  Wie viele andere Website-Betreiber:innen auch, sammeln wir Informationen, die Ihr Browser sendet, wenn Sie unsere Website besuchen („Protokolldaten“). Diese Protokolldaten können Informationen wie die Internetprotokoll-Adresse ("IP") Ihres Computers, den Browsertyp, die Browserversion, die von Ihnen besuchten Seiten unserer Website, die Uhrzeit und das Datum Ihres Besuchs, die auf diesen Seiten verbrachte Zeit und andere Statistiken enthalten.  Darüber hinaus können wir Dienste von Drittanbietern wie Google Analytics nutzen, die diese Daten sammeln, überwachen und analysieren ...  [Der Abschnitt „Protokolldaten“ ist für Organisationen, die Analyse- oder Tracking-Dienste in Websites oder Apps verwenden, wie z. B. Google Analytics.]  **Kommunikation**  Wir können Ihre persönlichen Daten verwenden, um Sie mit Newslettern, Marketing- oder Werbematerialien und anderen Informationen zu kontaktieren, die ...  [Der Abschnitt „Kommunikation“ ist für Organisationen gedacht, die Benutzer:innen per E-Mail (E-Mail-Newsletter) oder auf andere Weise kontaktieren möchten.]  **Cookies**  Cookies sind Dateien mit kleinen Datenmengen, die eine anonyme eindeutige Kennung enthalten können. Cookies werden von einer Website an Ihren Browser gesendet und auf der Festplatte Ihres Computers gespeichert. Wie viele Websites verwenden auch wir Cookies, um Informationen zu sammeln. Sie können Ihren Browser so einstellen, dass er alle Cookies ablehnt oder anzeigt, wenn ein Cookie gesendet wird. Wenn Sie jedoch keine Cookies akzeptieren, können Sie möglicherweise einige Teile unserer Website nicht nutzen.  **Sicherheit**  Die Sicherheit Ihrer persönlichen Daten ist uns wichtig, aber denken Sie daran, dass keine Methode der Übertragung über das Internet oder eine Methode der elektronischen Speicherung zu 100 % sicher ist. Obwohl wir uns bemühen, handelsübliche Mittel zum Schutz Ihrer persönlichen Daten einzusetzen, können wir deren absolute Sicherheit nicht garantieren.  **Änderungen dieser Datenschutzrichtlinie**  Diese Datenschutzrichtlinie gilt ab [Datum einfügen] und bleibt gültig, außer im Hinblick auf künftige Änderungen ihrer Bestimmungen, die unmittelbar nach ihrer Veröffentlichung auf dieser Seite in Kraft treten werden.  Wir behalten uns das Recht vor, unsere Datenschutzrichtlinie jederzeit zu aktualisieren oder zu ändern, und Sie sollten diese Datenschutzrichtlinie regelmäßig überprüfen. Ihre fortgesetzte Nutzung des Dienstes, nachdem wir Änderungen an der Datenschutzrichtlinie auf dieser Seite veröffentlicht haben, gilt als Anerkennung der Änderungen und als Ihr Einverständnis, die geänderte Datenschutzrichtlinie einzuhalten und an sie gebunden zu sein. Wenn wir wesentliche Änderungen an dieser Datenschutzrichtlinie vornehmen, werden wir Sie entweder über die von Ihnen angegebene E-Mail-Adresse oder durch einen auffälligen Hinweis auf unserer Website informieren.  **Kontaktieren Sie uns**  Wenn Sie Fragen zu dieser Datenschutzrichtlinie haben, kontaktieren Sie uns bitte. |

|  |
| --- |
| **VORLAGE COOKIE-RICHTLINIE**  Letzte Aktualisierung [Monat/Tag/Jahr]  EINLEITUNG  [Name der Organisatione] („wir“ oder „uns“ oder „unser“) kann Cookies, Web-Beacons, Zählpixel und andere Tracking-Technologien verwenden, wenn Sie unsere Website [Name der Website.com] besuchen, einschließlich anderer Medienformen, Medienkanäle, mobiler Websites oder mobiler Anwendungen, die damit in Verbindung stehen oder damit verbunden sind (zusammenfassend die „Website“), um die Website anzupassen und Ihre Erfahrung zu verbessern.  Wir behalten uns das Recht vor, diese Cookie-Richtlinie jederzeit und aus beliebigen Gründen zu ändern. Wir werden Sie über alle Änderungen informieren, indem wir das Datum der „letzten Aktualisierung“ dieser Cookie-Richtlinie aktualisieren. Jegliche Änderungen oder Modifikationen werden sofort mit der Veröffentlichung der aktualisierten Cookie-Richtlinie auf der Website wirksam, und Sie verzichten auf das Recht, über jede derartige Änderung oder Modifikation gesondert informiert zu werden.  Wir empfehlen Ihnen, diese Cookie-Richtlinie regelmäßig zu überprüfen, um über Aktualisierungen informiert zu sein. Es wird davon ausgegangen, dass Sie die Änderungen in einer überarbeiteten Cookie-Richtlinie zur Kenntnis genommen haben, sie unterliegen ihnen und es wird davon ausgegangen, dass Sie die Änderungen in einer überarbeiteten Cookie-Richtlinie akzeptiert haben, wenn Sie die Website nach dem Datum der Veröffentlichung einer solchen überarbeiteten Cookie-Richtlinie weiter nutzen.  VERWENDUNG VON COOKIES  Ein „Cookie“ ist eine Informationskette, die Ihnen eine eindeutige Kennung zuweist, die wir auf Ihrem Computer speichern. Ihr Browser stellt dann diese eindeutige Kennung zur Verfügung, die jedes Mal verwendet wird, wenn Sie eine Anfrage an die Website stellen. Wir verwenden Cookies auf der Seite unter anderem, um die von Ihnen genutzten Dienste zu verfolgen, Registrierungsinformationen aufzuzeichnen, Ihre Benutzereinstellungen zu speichern, Sie auf der Site angemeldet zu halten, Kaufvorgänge zu erleichtern und die von Ihnen besuchten Seiten zu verfolgen. Cookies helfen uns zu verstehen, wie die Seite genutzt wird, um Ihre Benutzererfahrung zu verbessern.  ARTEN VON COOKIES  Die folgenden Arten von Cookies können verwendet werden, wenn Sie die Site besuchen:  Werbe-Cookies  Werbe-Cookies werden von Werbetreibenden und Ad-Servern auf Ihrem Computer platziert, um Ihnen Werbung anzuzeigen, die für Sie höchstwahrscheinlich von Interesse ist. Diese Cookies ermöglichen es Werbetreibenden und Anzeigenservern, Informationen über Ihre Besuche auf der Website und anderen Websites zu sammeln, die an einen bestimmten Computer gesendeten Anzeigen zu ändern und zu verfolgen, wie oft und von wem eine Anzeige angesehen wurde. Diese Cookies sind mit einem Computer verknüpft und sammeln keine persönlichen Informationen über Sie.  Analyse-Cookies  Analytics-Cookies überwachen, wie Benutzer:innen auf die Website gelangt sind und wie sie mit der Website interagieren und sich auf ihr bewegen, sobald sie auf der Website sind. Diese Cookies lassen uns wissen, welche Funktionen auf der Website am besten funktionieren und welche Funktionen auf der Website verbessert werden können.  Unsere Cookies  Unsere Cookies sind „Erstanbieter-Cookies“ und können entweder permanent oder temporär sein. Es handelt sich dabei um notwendige Cookies, ohne die die Website nicht richtig funktioniert oder bestimmte Merkmale und Funktionen nicht zur Verfügung stellen kann. Einige von ihnen können manuell in Ihrem Browser deaktiviert werden, können aber die Funktionalität der Website beeinträchtigen.  Personalisierungs-Cookies  Personalisierungs-Cookies werden verwendet, um wiederholte Besucher:innen der Website zu erkennen. Wir verwenden diese Cookies, um Ihren Browserverlauf, die von Ihnen besuchten Seiten sowie Ihre Einstellungen und Präferenzen bei jedem Besuch der Website aufzuzeichnen.  Sicherheits-Cookies  Sicherheits-Cookies helfen, Sicherheitsrisiken zu erkennen und zu verhindern. Wir verwenden diese Cookies, um Benutzer:innen zu authentifizieren und deren Daten vor unbefugten Parteien zu schützen.  Website-Verwaltungs-Cookies  Site-Management-Cookies werden verwendet, um Ihre Identität oder Sitzung auf der Site aufrechtzuerhalten, damit Sie nicht unerwartet abgemeldet werden und alle von Ihnen eingegebenen Informationen von Seite zu Seite erhalten bleiben. Diese Cookies können nicht einzeln abgeschaltet werden, aber Sie können alle Cookies in Ihrem Browser deaktivieren.  Cookies von Drittanbieter:innen  Cookies von Drittanbieter:innen können von Unternehmen, die bestimmte von uns angebotene Dienste betreiben, auf Ihrem Computer platziert werden, wenn Sie die Website besuchen. Diese Cookies ermöglichen es den Drittanbietern, bestimmte Informationen über Sie zu sammeln und zu verfolgen. Diese Cookies können manuell in Ihrem Browser deaktiviert werden.  [Andere]  [Sonstiges]  KONTROLLE VON COOKIES  Die meisten Browser sind so eingestellt, dass sie Cookies standardmäßig akzeptieren. Sie können jedoch in den Einstellungen Ihres Browsers Cookies entfernen oder ablehnen. Bitte beachten Sie, dass eine solche Maßnahme die Verfügbarkeit und Funktionalität der Website beeinträchtigen kann.  Weitere Informationen darüber, wie Sie Cookies kontrollieren können, finden Sie in den Einstellungen Ihres Browsers oder Geräts oder auf der Website Ihres Browsers.  ANDERE TRACKING-TECHNOLOGIEN  Zusätzlich zu Cookies können wir Web-Beacons, Pixel-Tags und andere Tracking-Technologien auf der Website verwenden, um die Website individuell anzupassen und Ihre Erfahrung zu verbessern. Ein "Web-Beacon" oder "Pixel-Tag" ist ein kleines Objekt oder Bild, das in eine Webseite oder E-Mail eingebettet ist. Sie werden verwendet, um die Anzahl der Benutzer:innen zu verfolgen, die bestimmte Seiten besucht und E-Mails angesehen haben, und um andere statistische Daten zu erfassen. Sie erfassen nur eine begrenzte Anzahl von Daten, wie z. B. eine Cookie-Nummer, Uhrzeit und Datum des Seiten- oder E-Mail-Aufrufs sowie eine Beschreibung der Seite oder E-Mail, auf der sie sich befinden. Web-Beacons und Pixel-Tags können nicht abgelehnt werden. Sie können jedoch ihre Verwendung einschränken, indem Sie die Cookies steuern, die mit ihnen interagieren.  DATENSCHUTZPOLITIK  Weitere Informationen darüber, wie wir die durch Cookies und andere Tracking-Technologien gesammelten Informationen verwenden, finden Sie in unserer Datenschutzrichtlinie [HIER KLICKEN]/auf der Website veröffentlicht. Diese Cookie-Richtlinie ist Teil unserer Datenschutzrichtlinie und ist in diese integriert. Durch die Nutzung der Website erklären Sie sich mit dieser Cookie-Richtlinie und unserer Datenschutzrichtlinie einverstanden.  KONTAKT  Wenn Sie Fragen oder Kommentare zu dieser Cookie-Richtlinie haben, kontaktieren Sie uns bitte unter:  [Organisationsname]  [Straße und Hausnummer]  [Stadt, Bundesland, Postleitzahl]  [Telefonnummer]  [Faxnummer]  [E-Mail] |

# SOCIAL MEDIA NETIQUETTE UND SOCIAL MEDIA POSTS FÜR FUNDRAISING

Mit Millionen von Menschen, die jeden Tag auf der ganzen Welt auf Social-Media-Plattformen aktiv sind, müssen sich die Benutzer:innen bei der Interaktion an Protokollstandards halten. Wie bei der Interaktion von Angesicht zu Angesicht mit Menschen ist es wichtig, die gleiche Etikette in sozialen Medien einzuhalten.

Obwohl die Interaktion in sozialen Medien als eine viel weniger persönliche Form der Kommunikation angesehen wird, ist es nicht weniger wichtig, andere Online-Nutzer:innen zu respektieren und zu schätzen. Es gibt bestimmte Verhaltensweisen, die Sie vermeiden sollten, und andere, die Sie immer im Hinterkopf behalten sollten, wenn Sie auf sozialen Medien interagieren. Da NGOs und gemeinnützige Organisationen auch mit ihren Spender:innen über soziale Medien kommunizieren, sind diese Werte auch für sie wichtig.

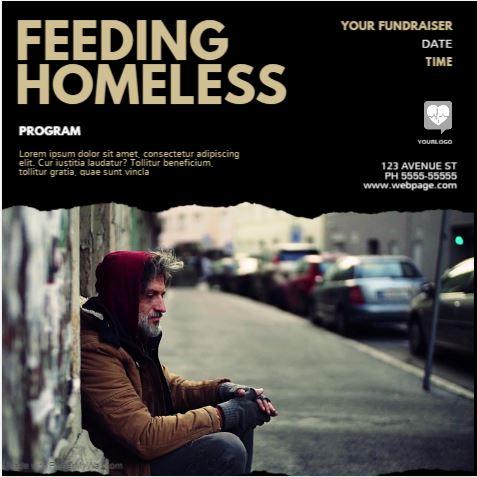


Source: [https://digitalschoolofmarketing.co.za/blog/what-is-social-media-etiquette/](about:blank)

Social-Media-Fundraising-Posts-Vorlagen. Hier sind ein paar Social-Media-Post-Vorlagen für Sie, die Sie für Ihr Fundraising verwenden können!

**Vorlage 1)**

**Vorlage 2)**



**Vorlage 3)**



Quelle: [https://www.postermywall.com/index.php](about:blank)

Diese Website bietet eine kostenlose Mitgliedschaftsoption; Sie können Vorlagen kostenlos herunterladen und mit dem Online-Editor bearbeiten.