

Wir leben Fundraising – mit Freude und im Dialog.

Herzlich willkommen

Standards, Mythen & gut gehütete Geheimnisse

Fundraising-Kennzahlen



PERSÖNLICHE VORSTELLUNG



Prof. Tom Neukirchen

t.neukirchen@fundgiver.de

- Diplom-Politologe, gelernter Journalist
- 20 Jahre Fundraising-Erfahrung
- 10 Jahre Ehrenamt DFRV
- Nebenberuflicher Hochschullehrer



Jörg Reschke

joerg.reschke@capgemini.com

- BWLer & Verwaltungswissenschaftler
- 13 Jahre Fundraising-Erfahrung
- Dozent und Autor
- baut die IT-Beratung für NGOs bei Capgemini aus

Agenda

Einführung in das Thema - Warum Kennzahlen?!

Studie in progress: Fundraising-Kennzahlen in DACH

Ausblick

WARUM KENNZAHLEN?!

1. Es gibt keine einheitliche, eindeutige und allgemein anerkannte Definition von Kennzahlen.
2. Gesichert ist: Ohne Kennzahlen hat man nur Ergebnisse.
3. Es bedarf einer gemeinsamen Annäherung.

WARUM KENNZAHLEN?!

Gute Kennzahlen...

- sind quantifizierte Merkmale betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge;
- sind verdichtetes Wissen über die Realität und helfen, Fakten zu bewerten und
- dienen dem (Qualitäts-)Management.
- Sie machen Veränderungen in einen Zeitraum nachvollziehbar,
- können Vergleiche mit Dritten ermöglichen,
- sind in einem System von Kennzahlen besser als vereinzelt Zahl und
- müssen teilweise bestimmte Gütekriterien erfüllen.

HERAUSFORDERUNGEN

im Umgang mit Kennzahlen

... erscheinen Vielen eindeutig, werden aber selten von Vielen gleich definiert.

... suggerieren eine falsche Genauigkeit.

... verleiten zu Vergleichen von Äpfel und Birnen.

... können leicht missbraucht oder manipuliert werden – oder in die Irre führen.

Paradebeispiel für eine unklare Kennzahl: Anteil der Werbe- und Verwaltungskosten

KENNZAHLEN IM GESAMTZUSAMMENHANG

Ohne eine Konstanz in der Definition bleibt eine Kennzahl nur eine Momentaufnahme

Damit Kennzahlen verglichen werden können
(intern oder extern)

- muss die Definition gleich bleiben,
- muss die Erhebung gleich bleiben und
- muss die Bemessungsgrundlage gleich bleiben.

Was tun wenn die Bemessungsgrundlage nicht korrekt war?

(z.B. Rückläufer erfassen und vom Versand abziehen --> höhere Responsequote)

- Änderung deutlich machen
- auch nach alter Bemessungsgrundlage darstellen

Vorher:

500 Major-Spender	500-1.000€ p.a.
100 Top-Spender	>1.000€ p.a.

Nachher:

550 Major-Spender	500-2.000€ p.a.
50 TopSpender	>2.000€ p.a.

In beiden Segmenten steigt die Durchschnittspende

GRUPPENARBEIT

Bildet Gruppen von 3-5 Personen (die ihr nicht kennt), 15min Gruppenarbeit

Name

Name der Kennzahl:

Definition

Definition der Kennzahl:

Anwendungsbereich

Wo kann diese Kennzahl angewandt werden?

Wertebereich

Welche Wertebereiche würdet ihr als gut/durchschnittlich/schlecht bezeichnen?

Limitierungen

Welche Limitierungen hat diese Kennzahl? Was sind die Herausforderungen?

GRUPPENARBEIT

Bildet Gruppen von 3-5 Personen (die ihr nicht kennt), 15min Gruppenarbeit



Was sind
Eure
Ergebnisse?

Agenda

Einführung in das Thema - Warum Kennzahlen?!

Studie in progress: Fundraising-Kennzahlen in DACH

Ausblick

DACH-STUDIE IN PROGRESS

Erkenntnisse zum Einsatz von Fundraising-Kennzahlen in Deutschland, Österreich und der Schweiz

THINK
ABOUT
THINGS
DIFFERENTLY

Zielsetzung

- Erfassung der Relevanz und Definition von Kennzahlen mit Differenzierung nach verschiedenen Fundraising-Schwerpunkten
- Vergleich von Definitionen und Metriken
- Bestandserhebung von Herausforderungen und Bedarfen

DACH-STUDIE IN PROGRESS

Erkenntnisse zum Einsatz von Fundraising-Kennzahlen in Deutschland, Österreich und der Schweiz

THINK
ABOUT
THINGS
DIFFERENTLY

Methodik-Steckbrief

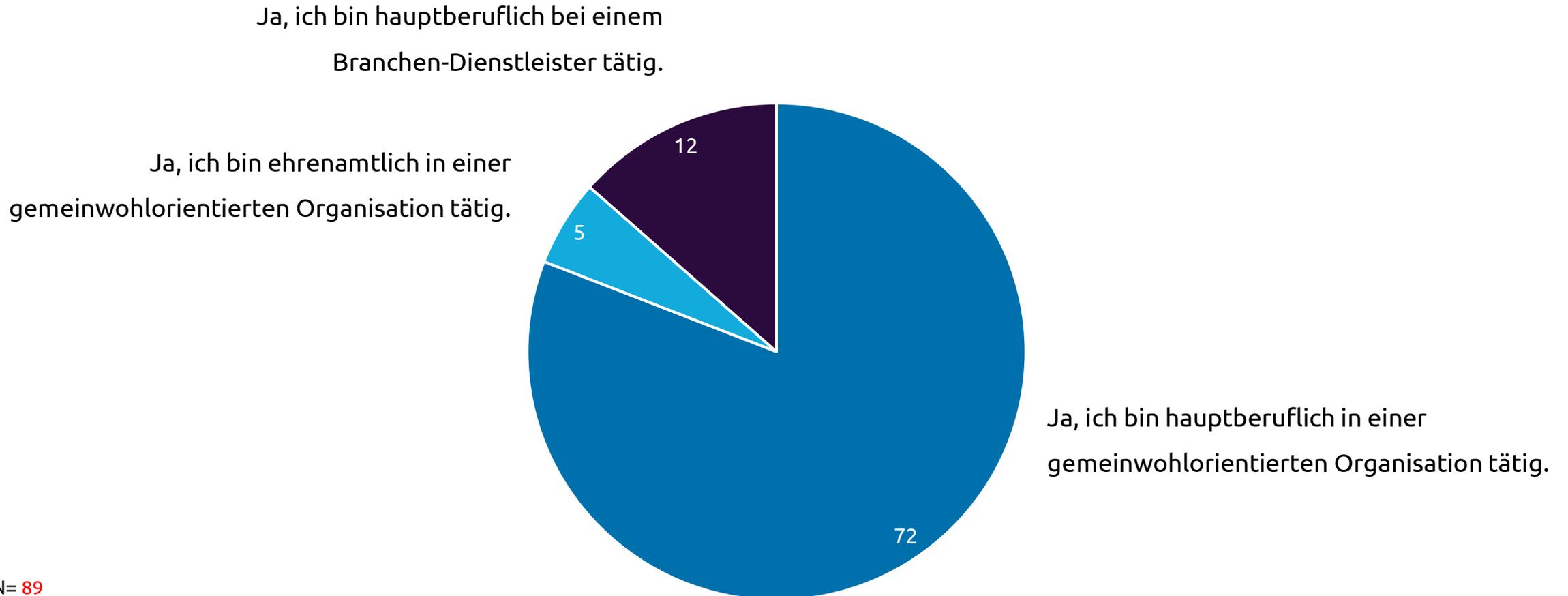
- Online-Befragung von Fundraiser:innen (Ehrenamt, Hauptamt, Dienstleister)
- Panel-Befragung nach verschiedenen Fundraising-Schwerpunkten

Umsetzung

- Befragungs-Zeitraum: April und Mai 2023
- Kommunikation über Swissfundraising und soziale Netzwerke
- Rücklauf aus der Schweiz: über 80 Personen

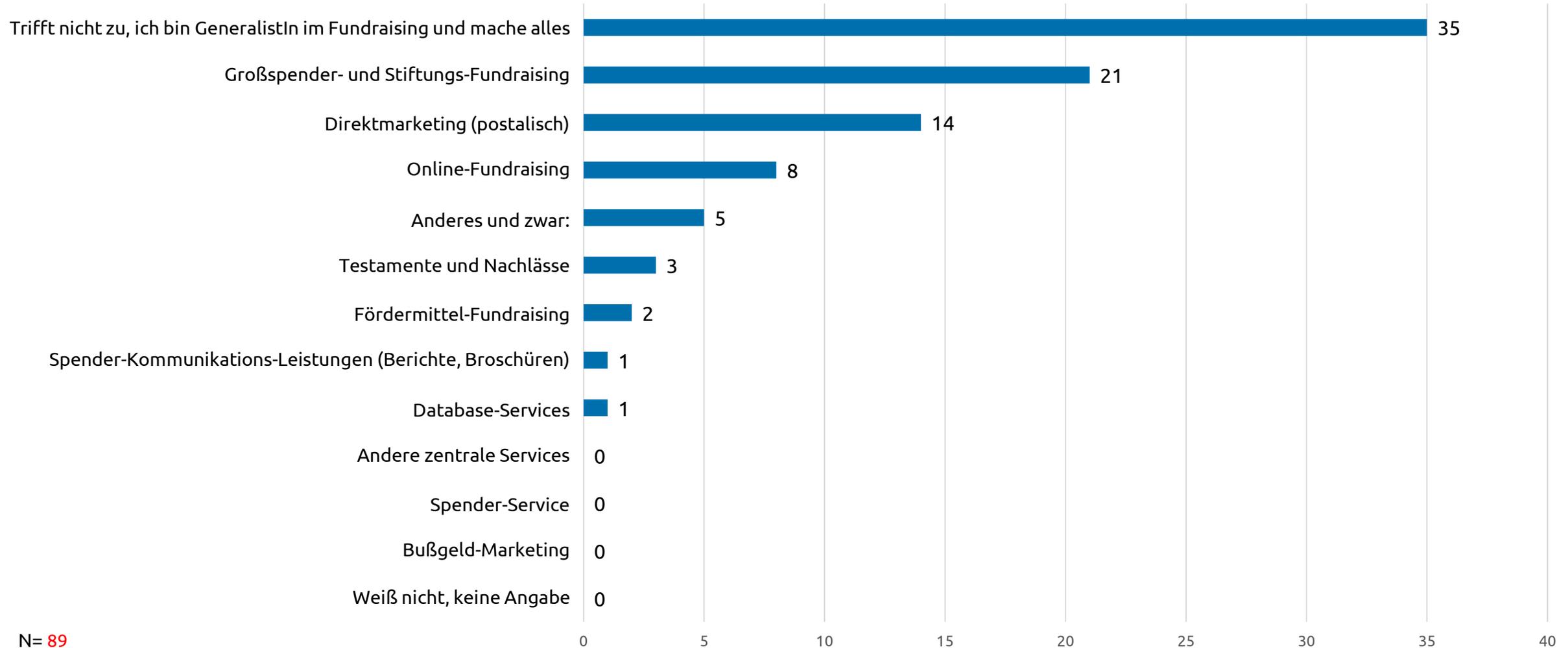
ERSTE ERGEBNISSE AUS DER SCHWEIZ

Sind Sie haupt- oder ehrenamtlich beruflich in einer gemeinwohlorientierten Organisation oder bei einem Branchen-Dienstleister tätig?



ERSTE ERGEBNISSE AUS DER SCHWEIZ

In welchen Bereich des Fundraisings sind Sie vorwiegend tätig bzw. am ehesten zuordbar?



ERSTE ERGEBNISSE AUS DER SCHWEIZ

Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Kennzahlen für Ihren Arbeitsbereich?

127 Nennungen, hier die häufigsten:

- 15 x Durchschnittspende(n), Durchschnittsbetrag, Durchschnittspende von Stiftungen, aufs Jahr gerechnet
- 11 X RoI (tlw. brutto/ netto RoI)
- 9 x Response, Responsequote, Response-Rate (pro Maßnahme / Mailing)
- 8 X Spendeneinnahmen (Brutto/Netto/Volumen/Ertrag/Netto-Ertrag)

ERSTE ERGEBNISSE AUS DER SCHWEIZ

Beispiel: Durchschnittsspende

Definition

Durchschnittsspende wird weitgehend einheitlich definiert als Spendensumme / Anzahl Spenden

Berechnung

Spendensumme / Anzahl Spenden

Faktoren

Wie lange Zuordnung? Mit oder ohne Großspenden?

Anwendung

Pro Segment (z.B. Großgönner)? Pro Maßnahme/Mailing?

Als Alternative für die Durchschnittsspende kann beispielsweise der Median herangezogen werden

ERSTE ERGEBNISSE AUS DER SCHWEIZ

Beispiel: Response-Rate

Definition

Response-Rate wird weitgehend einheitlich definiert Reaktionen / Verteiler

Berechnung

Reaktionen / Verteilergröße

Faktoren

Verteiler ohne Bounces/Rückläufer? Reaktionen nur Spenden? Oder mit Beschwerden/Streichungen?

Anwendung

Pro Maßnahme

Für mehr Klarheit sorgt eine Unterscheidung zwischen Response- und Spenden-Rate.

ERSTE ERGEBNISSE AUS DER SCHWEIZ

Beispiel: Return on Investment (ROI)

Definition

Response-Rate wird häufig definiert als Einnahmen/Kosten einer Maßnahme

Berechnung

Erlös oder Ertrag einer Maßnahme? Netto- oder Brutto-Kosten einer Maßnahme?

Faktoren

Zeitraum der Berechnung

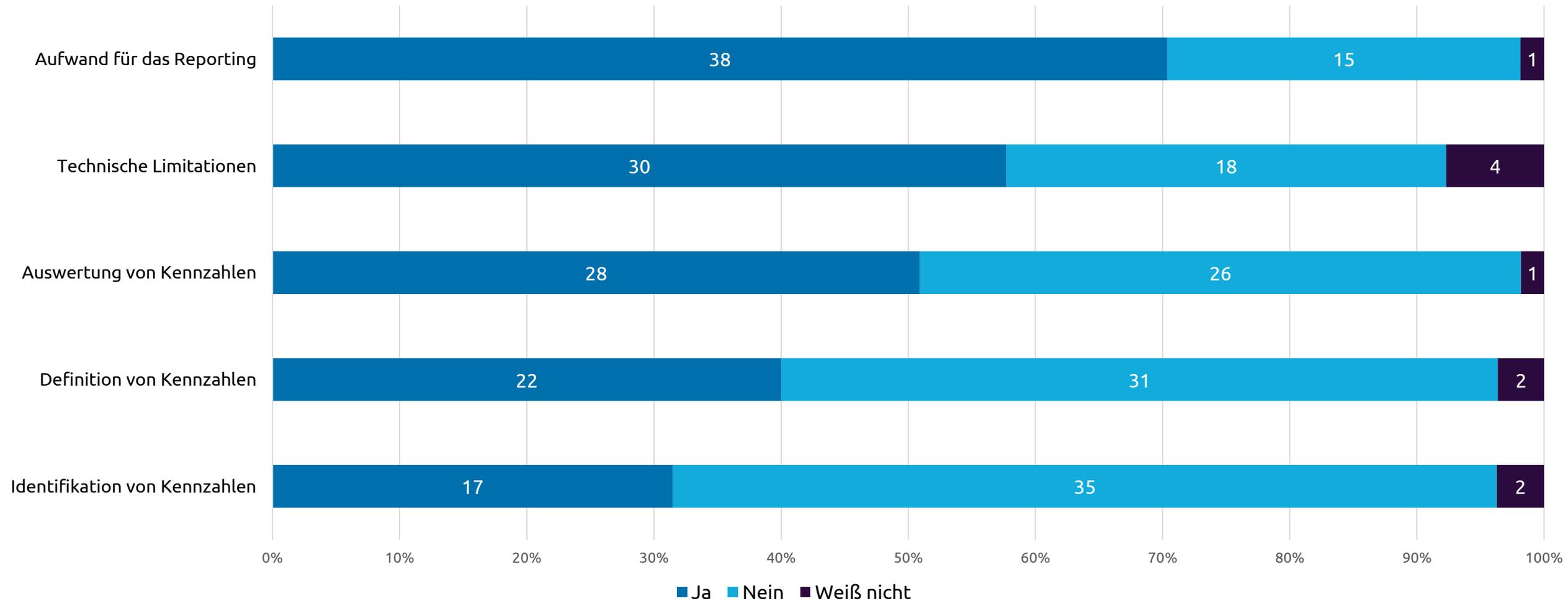
Anwendung

Pro Maßnahme

Bei dem Begriff Einnahmen herrscht keinerlei Definitionsklarheit mehr!

ERSTE ERGEBNISSE AUS DER SCHWEIZ

Gibt es Ihrer Meinung nach besondere Herausforderungen im Umgang mit Kennzahlen?



N= 55

ERSTE ERGEBNISSE AUS DER SCHWEIZ

Gibt es Ihrer Meinung nach besondere Herausforderungen im Umgang mit Kennzahlen?

- Gut strukturierte Daten
- Standards, um sie innerhalb/ausserhalb Organisation zu vergleichen.
- Bereichsübergreifendes, gemeinsames Verständnis
- Kreativ Ideen vs. soziale Kompetenz vs. Analytische Informationen als Basis für Fundraising-Aktivitäten...
- Bereichsübergreifende Einigkeit und Lieferung der Auswertungen
- Die Wirkung eines Projektes wird oft zu sehr über Kennzahlen beurteilt.. (Vieles) kann in der Regel nicht mit Zahlen erfasst werden.

ERSTE ERGEBNISSE AUS DER SCHWEIZ

Was würde Ihnen helfen, den Einsatz von Kennzahlen zu verbessern?

- Automation bei Kennzahlenerhebung (4)
- Beratung / Unterstützung zu Kennzahlen (Welche, wie erheben, Machbarkeit im CRM, Prozess) (4)
- Bessere Software / Tools / Dashboards (8)
- Branchenweite, anerkannte (Standard-)Definitionen + Erhebungsmethoden, die zu Kennzahlen auch immer mitgeliefert werden (14)

Agenda

Einführung in das Thema - Warum Kennzahlen?!

Studie in progress: Fundraising-Kennzahlen in DACH

Ausblick

WAS NOCH KOMMT....

- Einladungen zu den Panel-Diskussionen
- Download-Infos zu den vergleichenden Ergebnissen der Befragung aus D-A-CH
- Weitere Updates zur Studie für alle Interessierte
- Fachbuch zu Kennzahlen und Performance-Messung in 2024 geplant

Wer über die nächsten Schritte informiert werden möchte: E-Mail schreiben an joerg.reschke@capgemini.com

KENNZAHLEN RICHTIG EINSETZEN

- Kennzahlen sind wichtig um die Performance zu messen und das interne Wissen auszubauen.
- Richtig genutzt leisten Kennzahlen einen großen Beitrag für die Strategie.
- Kennzahlen nicht stumpf akzeptieren, sondern Bemessungsgrundlage und Darstellung hinterfragen.
- Kennzahlen werden besonders wertvoll im organisationsübergreifenden Austausch.

Aufruf: Nehmt teil an Benchmarking Circles, um Wissen zu generieren!

KENNZAHLEN IM GESAMTZUSAMMENHANG

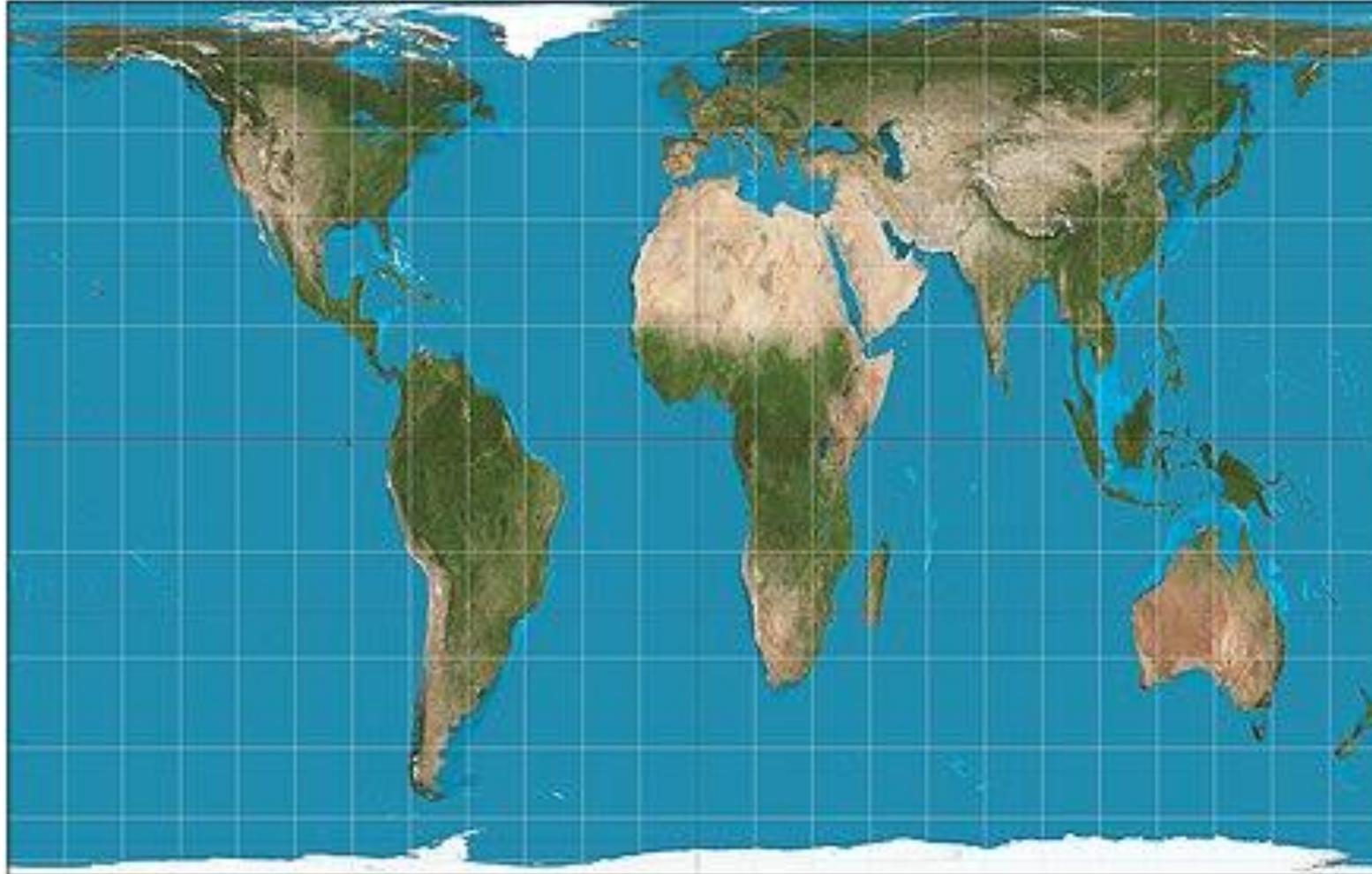
Alleinstehend bleibt eine Kennzahl nur ein Ergebnis.

Eine Kennzahl braucht einen Vergleich:

- einmalig vs. Historie
- intern vs. extern

Wo erhalten wir externe Vergleichswerte?

- persönlicher Austausch im Stillen/Persönlichen
- Fachgruppen
- Benchmarking Circle
- Vergleichsstudien
- Vorträge mit Use Cases
- Kennt ihr weitere?



Gall-Peters-Projektion der Weltkarte, Quelle: Strebe. URL:
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Gall%E2%80%93Peters_projection_SW.jpg

Die Welt der Kennzahlen ist nicht wie sie scheint.

KONTAKTDATEN



Prof. Tom Neukirchen
t.neukirchen@fundgiver.de



Jörg Reschke
joerg.reschke@capgemini.com



Standards, Mythen & gut gehütete Geheimnisse

Fundraising-Kennzahlen



Fragen und Anregungen?

Die Geschäftsstelle von Swissfundraising steht bei Fragen oder Anliegen immer gerne zur Verfügung.

Swissfundraising
Rosenbergstrasse 85
9000 St.Gallen
Telefon: +41 71 777 20 11
E-Mail: info@swissfundraising.org

 [swissfundraising.org/](https://www.swissfundraising.org/)

 [/swissfundraising](https://www.facebook.com/swissfundraising)

 [/swissfundraising](https://www.linkedin.com/company/swissfundraising)