



# **IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG!**

## **Spenderbindung über Spenderbefragung**

**Dr. Manuela Schulz, Amnesty International**

**Axel Götz, GFS Data Solutions**

**AMNESTY  
INTERNATIONAL**





## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

# 1. DATENANALYSE MIT FOKUS GROSSSPENDER IN 2008

- Potentialermittlung
- Profilierung / Beschreibung
- Berechnung von life time values und Spendervolumen



## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### 2. ZIELE

- **Ziele des Interviewmailings waren:**
  - **Wissensgenerierung bezogen auf die aktiven und weniger aktiven Großspender**
    - Herkunft
    - inhaltliche Schwerpunkte
    - bevorzugte Kontaktmedien
    - Bewertung der Arbeit von Amnesty International
    - Hinwendung zu anderen NPO
    - Soziodemographie
    - Bei Reaktivierern: Gründe für das Nicht-Spenden
  - **Ableitung von Maßnahmen im Großspenderbereich**
  - **Spenderbindung**



## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### 3. MAILPACKAGE

- **WEN SCHREIBEN WIR AN?**
  - **GESAMTAUFLAGE: 5200**
  - **Interview-Mailing in zwei Etappen (April und Juli 2010)**
  - **Testgruppe wurde in Sektions- und Gruppen-Spender gesplittet.**
  - **Jeweils zwei Versionen bei den Mailings:**
    - **Aktive Spender (2007-2010)**
    - **Reaktive Spender (2002-2007)**



## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### 3. MAILPACKAGE

- **WAS WAR DER INHALT?**

- **Bestandteile: Anschreiben, Fragebogen, Überweisungsträger, Rückantwortumschlag und z. T. Rückantwort-Coupon**
- **Graphisch schlicht und nüchtern gehalten, um den seriösen Charakter der Befragung zu unterstreichen.**
- **Anschreiben der Generalsekretärin: Dankeschön & Erklärung der Befragung**
- **Kein expliziter Spendenaufruf, aber Überweisungsträger beigelegt.**



## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

# EINTEILUNG DES TEST-SZENARIOS

## Testgruppen

Aus. Kz.	Anzahl Briefe	Text-version	Ziel-gruppe	Brief	Zahlschein	Fragebogen		Bestellcoupon	
						Normal 01	Reaktivierer 02	Normal 01	Reaktivierer 02
1	2.662	TV01	Aktive der Sektion	ja	ja	ja	----	ja	----
2	541	TV02	Inaktive der Sektion	ja	ja	----	ja	----	ja
<b>Summe</b>	<b>3.203</b>								
3	1.758	TV03	Aktive der Gruppen	ja	ja	ja	----	----	----
4	238	TV04	Inaktive der Gruppen	ja	ja	----	ja	----	----
<b>Summe</b>	<b>1.996</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>5.199</b>								





# Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

## 4. FEEDBACK

### Fragebogen

Sehr geehrte Frau Dr. Schulz,

ich bin kein Freund von Fragebogen. Sie brauchen Auswertungen, ich denke, Sie werden von Anderen genug Hinweise

Ich unterstütze ai seit zig Jahren,

weil ich die Arbeit für unbedingt erforderlich halte, um weltweit eine erreichen, weil die bei ai arbeitenden Menschen, die Zeit nicht mit Wortgeschwa weil gezielt den Menschen geholfen wird, die sich für eine bessere We behandelt wurden/werden.

Ich selbst halte es für notwendig, die Welt ein wenig besser und schöner zu maci

eigener Einsatz im Beruf für gerechte und gute Verhältnisse in der Fir eigenen drei Kindern ein gutes Zuhause gegeben, ehrenamtliche Hilfe in Kirche, an anderen Stellen und persönlichem

Jetzt als Rentner: ehrenamtliche Beratung der Führungskräfte in einem gemeinnützigen psychisch Behinderter: dadurch kommen dort die Dinge voran und die fröhlicher bei der Arbeit sein.

Klavierspiel im Altenheim Bei den schönen Volksliedern und den alten Schlagern leben die Alten die mit Demenz!

Bei den Mitteilungen von ai wäre mir wichtig, dass zwar die Mißstände kurz gen und Nachrichten voll davon und irgendwte reicht es: da kann jeder sagen, die W besser – und sorgt weiter rücksichtslos für seinen eigenen Vorteil), aber

mehr die Lebensumstände des Einzelnen geschildert werden, der sich, schlecht behandelt wird (mich interessiert der einzelne Mensch, nicht s:

die erfolgreichen Taten von ai in den Blickpunkt kommen: wo hat mar

der Dank des Einzelnen, dem geholfen wurde, im Mittelpunkt steht (das baut m.E. die ai-Mitglieder auf und hält sie bereit, weiter für solch

Mit freundlichen Grüßen

*St. ...*

### 4. Möchten Sie eingeladen werden zu folgenden Veranstaltungen?

	Nein	Ja	Weiß nicht
Besuche internationaler Menschenrechtsverteidiger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Treffen engagierter Amnesty-Unterstützer	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Thematische Infoabende (z.B. Filmabend, Buchvorstellung etc.)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Menschenrechtspreisverleihung	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 5. Können Sie sich vorstellen, Amnesty International zusätzlich auch anders zu unterstützen?

	Nein	Eher nein	Eher ja	Ja
Anlassspenden (zu „runden“ Geburtstagen, Jubiläen etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Testamentszuweisung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zustiftungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Relief-Fond (z. B. Unterstützung der Angehörigen von Opfern)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige Ideen:				

### 6. Wie bewerten Sie folgende Aussagen?

	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme zu
Amnesty International ...				
... arbeitet professionell	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... bewirkt viel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... ist in der Öffentlichkeit kaum präsent	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... kann ich vertrauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
... arbeitet effizient	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 7. Unterstützen Sie auch andere Hilfsorganisationen?

Ja  Nein

Wenn ja, nennen Sie uns bitte die für Sie wichtigsten Organisationen, die Sie unterstützen:

### 8. Haben Sie Anregungen und Wünsche? Bitte teilen Sie uns diese hier mit.

organisierung v. Lokalschaften (s.o.) für Opfer von polit. Verfolgung

### 9. Zum Schluss haben wir einige persönliche Fragen. Alle Angaben sind natürlich freiwillig.

Ihr Geburtsjahr: 1954

Ihr Geschlecht: w  m

Ihr Beruf: Psychoanalytikerin

*Voraussetzungen sind m.E. mit dieser Art von Fall, wenn sie dort drinnen, die Menschenrechte in die gängige Rechtspraxis einbringen!!!*

	Nein	Ja	Weiß nicht
Besuche internationaler Menschenrechtsverteidiger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Treffen engagierter Amnesty-Unterstützer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Thematische Infoabende (z.B. Filmabend, Buchvorstellung etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Menschenrechtspreisverleihung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*den, wenn meine Anwesenheit möglich wäre!*

	Nein	Eher nein	Eher ja	Ja
en" Geburtstagen, Jubiläen etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
lützung der Angehörigen von Opfern)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*unrealistische Forderungen der Staaten gegenüber gefangener menschenschicksal Verantwortung!*

### 10. Welche Aussagen?

	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme zu
it kaum präsent	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*verantwortung gegenüber der menschen. würde einfordern!!!*

bitte die für Sie wichtigsten Organisationen, die Sie unterstützen: deren Hilfeleistungen per Überwachungsbehörden! und nicht weniger!

Wünsche? Bitte teilen Sie uns diese hier mit. *Wünsche sind nicht überhöht; Vertreter haben in alle jäh. Person unterstützen sie alle der Regierung der Staatengemeinschaft, die sich machbarheit bekämpft! Hier liegt die Verantwortung einige persönliche Fragen. Alle Angaben sind natürlich freiwillig. bis übergeben von Ai.*

6  
m   
ner





## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### 4. FEEDBACK

- „Vielen Dank für die wunderbare Arbeit, die Ihr alle leistet!“
- „Ich freue mich sehr über Ihr außergewöhnliches und ausdauerndes Engagement!! Weiter so! Und durch meine kleinen Zuwendungen hoffe ich Sie zu ermutigen, diese wichtige Aufgabe fortzusetzen!“
- „Ich empfinde das Maß Ihrer Spendenanfragen und Informationszusendungen als angemessen und insgesamt als nicht aufdringlich.“
- „Bleiben Sie am Ball! Es ist gut, dass es Ihre Organisation gibt!“
- „Dankeschön an Ihre Mitarbeiterinnen!“
- „Es hat mir gut gefallen, dass ganz unkompliziert und telefonisch die Aufstockung meines Beitrages möglich war!“



## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### 4. FEEDBACK

- „Ich wünsche Ihnen Zuwachs an Förderern! Danke für Ihre Arbeit!“
- „Machen Sie weiter so, es ist wichtig und notwendig! Danke für Ihr Engagement, es gibt mir Hoffnung!“
- „Ich bin froh, dass Sie diese wichtige Arbeit tun! Viel Erfolg!“
- „Ich finde Ihre Organisation extrem vertrauenswürdig! Bitte weiter so!“
  
- Auf die Frage: Haben Sie Anregungen und Wünsche?  
„Nein - aber vielen Dank, dass Sie es machen und ich nur das Geld und gute Wünsche geben muss.“



## Ihre Meinung ist uns wichtig: Spenderbefragung amnesty international

### RESPONSE AUF BEIDE MEDIEN (SEKTION)

#### Summary

Zielgruppe	Anzahl Briefe	Reagierer Fragebogen	in % Fragebogen
Aktive	2.665	542	20,34%
Inaktive	541	37	6,84%
<b>Summe</b>	<b>3.206</b>	<b>579</b>	<b>18,06%</b>



## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### 5. RESPONSE AUF BEIDE MEDIEN (SEKTION)

#### Summary

Zielgruppe	Anzahl Briefe	Reagierer Fragebogen	in % Fragebogen	Reagierer mit Spende	in % Spende	Durchschnitt in €	Bruttospenden in €	Spende pro Brief
Aktive	2.665	542	20,34%	80	3,00%	312,40 €	24.992,00 €	9,39€
Inaktive	541	37	6,84%	28	5,18%	234,50 €	6.566,00 €	12,14 €
<b>Summe</b>	<b>3.206</b>	<b>579</b>	<b>18,06%</b>	<b>108</b>	<b>3,37%</b>	<b>292,20 €</b>	<b>31.558,00 €</b>	<b>9,85€</b>



## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### WEITERE KENNZAHLEN (SEKTION)

- **Es wurden ca. 20 Coupons zur Kontaktaufnahme zurückgeschickt.**
- **56% der Aktiven gaben Ihren Namen an.**
- **Der Brutto ROI beträgt 1,81.**
- **Bei 3.203 Aussendungen gab es 579 Reaktionen auf den Fragebogen. und 108 Spender reagierten per Spende.**
- **Nur 28 Personen haben auf Beides reagiert.**
- **Somit beträgt die Reaktionsquote 20,57 % (659) auf die gesamte Maßnahme.**



## Ihre Meinung ist uns wichtig: Spenderbefragung amnesty international

### RESPONSE AUF BEIDE MEDIEN (GRUPPEN)

#### Summary

Zielgruppe	Anzahl Briefe	Reagierer Fragebogen	in % Fragebogen
Aktive	1.758	651	37,03%
Inaktive	238	46	19,33%
<b>Summe</b>	<b>1.996</b>	<b>697</b>	<b>34,92%</b>



## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### 5. RESPONSE AUF BEIDE MEDIEN (GRUPPEN)

#### Summary

Zielgruppe	Anzahl Briefe	Reagierer Fragebogen	in % Fragebogen	Reagierer mit Spende	in % Spende	Durchschnitt in €	Brutto-spenden in €	Spende pro Brief
Aktive	1.758	651	37,03%	22	1,25%	256,01 €	5.632,11 €	3,20€
Inaktive	238	46	19,33%	9	3,78%	122,22 €	1.100,00 €	4,62 €
<b>Summe</b>	<b>1.996</b>	<b>697</b>	<b>34,92%</b>	<b>31</b>	<b>1,55%</b>	<b>217,16 €</b>	<b>6.732,11 €</b>	<b>3,37 €</b>



## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### WEITERE KENNZAHLEN (GRUPPEN)

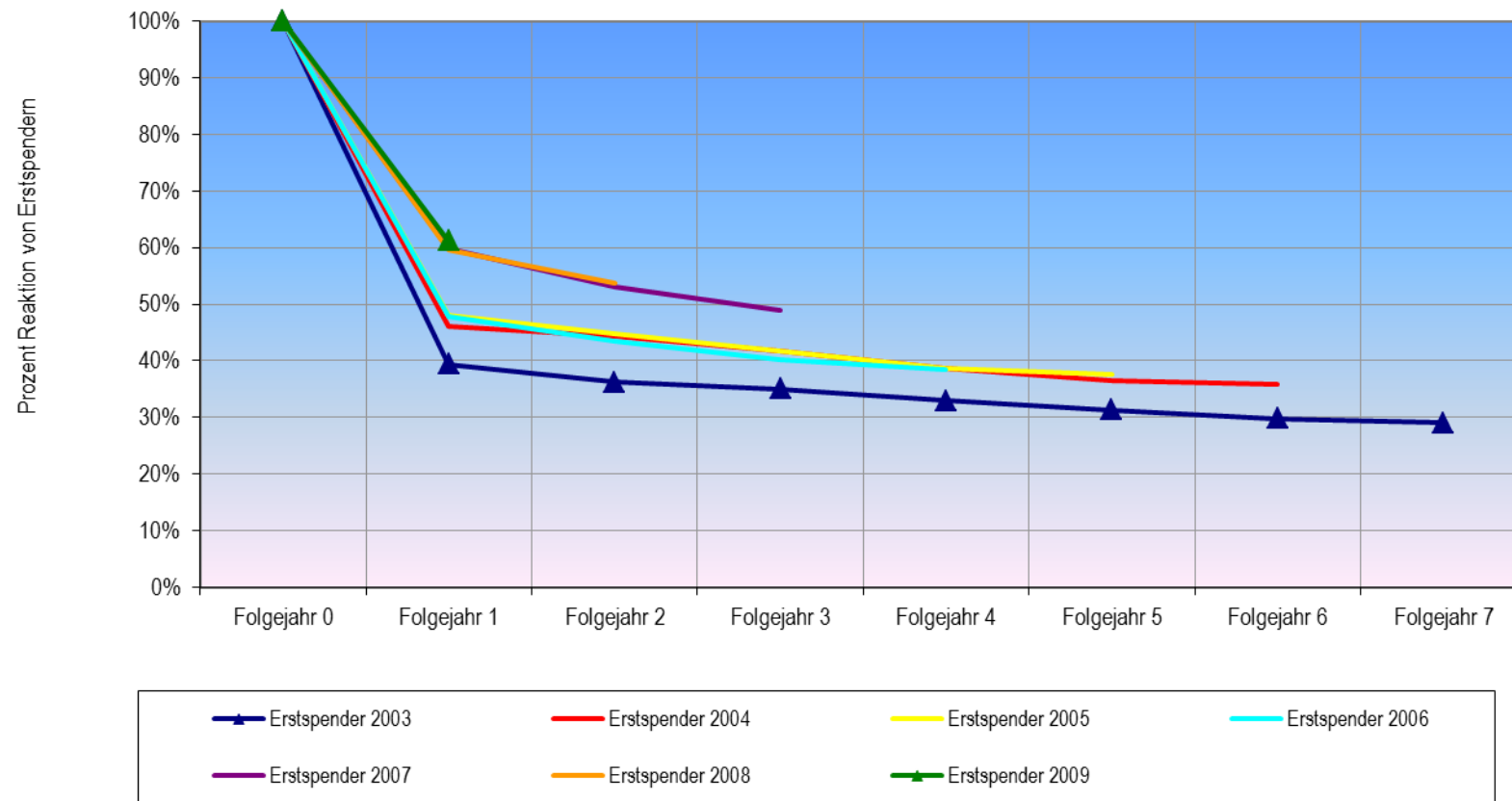
- 43% der Aktiven gaben ihren Namen an.
- 74% der Inaktiven gaben ihren Namen an.
- Der Brutto ROI beträgt 0,65.
- Bei 1.996 Aussendungen gab es 697 Reaktionen auf den Fragebogen und 31 Spender reagierten per Spende.
- Nur 13 Personen haben auf Beides reagiert.
- Somit beträgt die Reaktionsquote 35,82 % (715) auf die gesamte Maßnahme.



## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### HALTBARKEIT / VERWEILDAUER

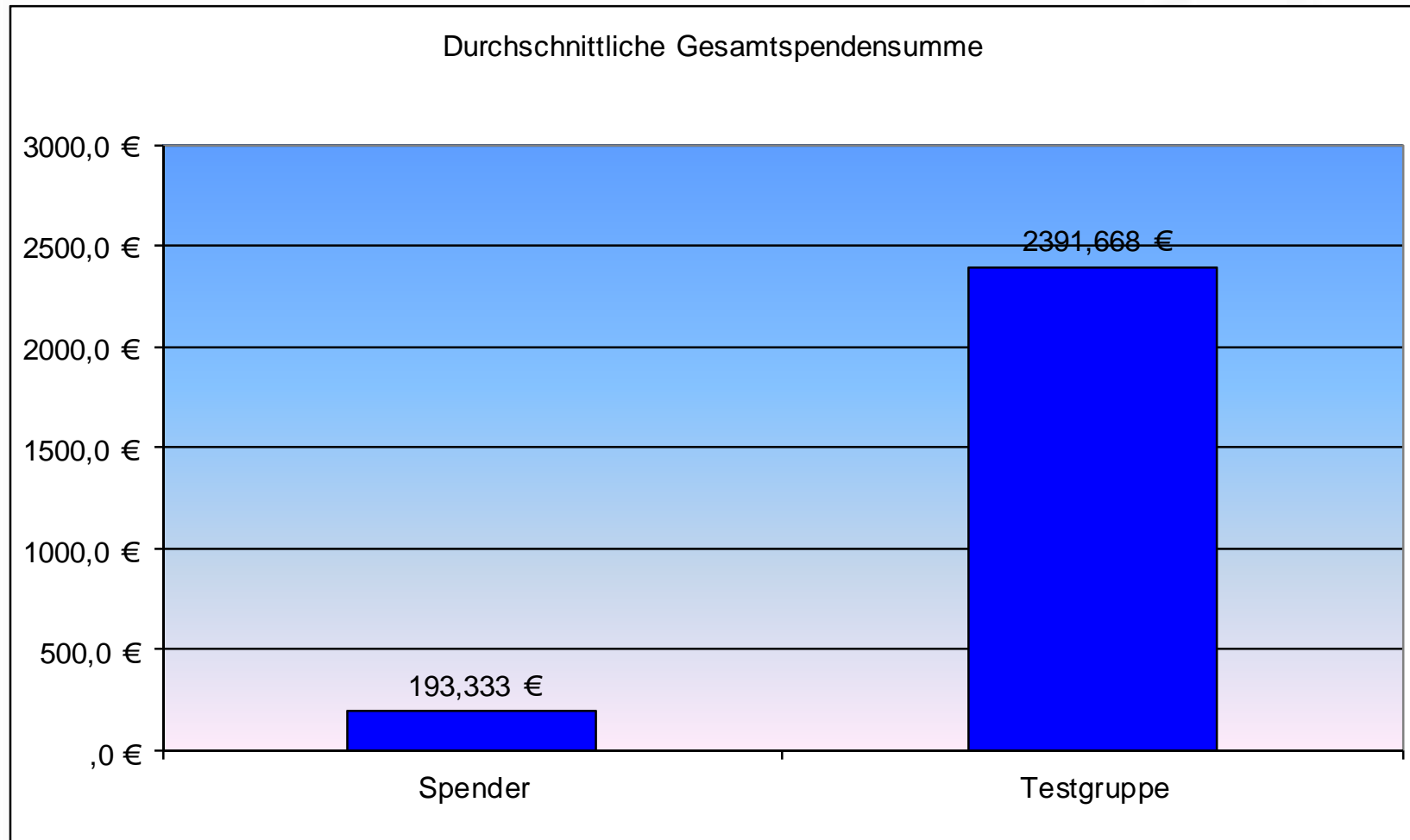
Erstspender und Spendenverhalten in Folgejahren (B)





## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### LEBENSSENDENSUMME





## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### 6. SOZIODEMOGRAPHIE

- **Aktive und Reaktivierer haben eine fast gleiche Geschlechterverteilung – aber mit umgekehrten Geschlechterverhältnis zwischen den GSP auf Sektion bzw. auf Gruppen!**
  - **Geschlecht: 60 % Männer, 40% Frauen (Sektion)**
  - **Geschlecht: 60 % Frauen, 40 % Männer (Gruppen)**
  - **Alter: Aktive (57 Jahre) sind im Schnitt 6 Jahre jünger als Reaktivierer (62 Jahre).**
- **laut Datenanalyse in 2008: 54 Jahre**



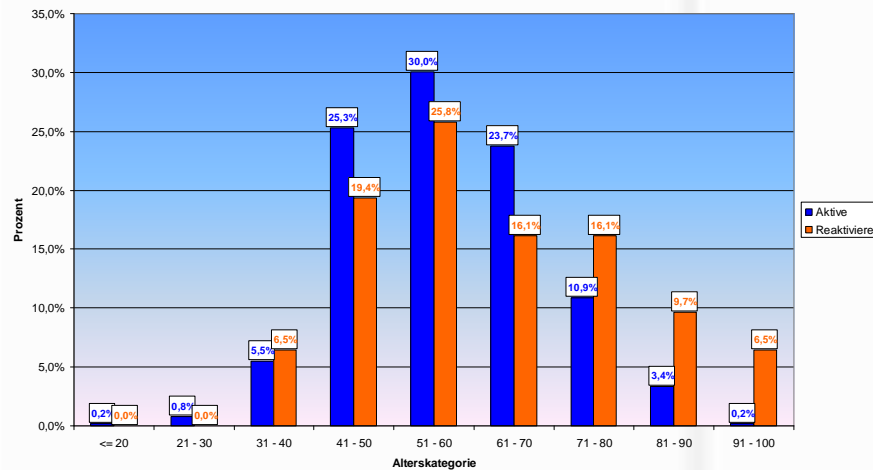
Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

## 6. SOZIODEMOGRAPHIE – ALTER

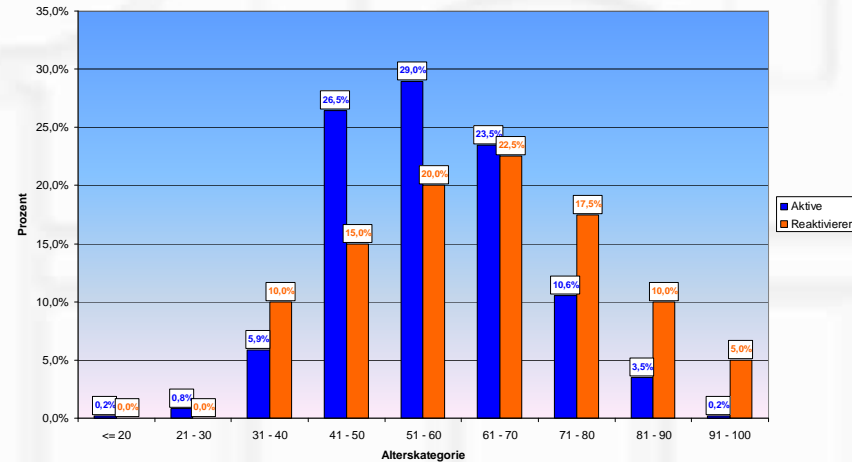
### Sektion

### Gruppen und Bezirke

**Altersverteilung Aktive und Reaktivierer**  
Prozent von gültige Nennungen bei 579 Personen (Aktive und Reaktivierer)



**Altersverteilung Aktive und Reaktivierer**  
Prozent von gültige Nennungen bei 651 / 46 Personen



**Durchschnittsalter Aktive: 57 Jahre, Reaktivierer: 62 Jahre**

**Geschätztes Durchschnittsalter lt. Großspenderanalyse 2008: 54 Jahre**

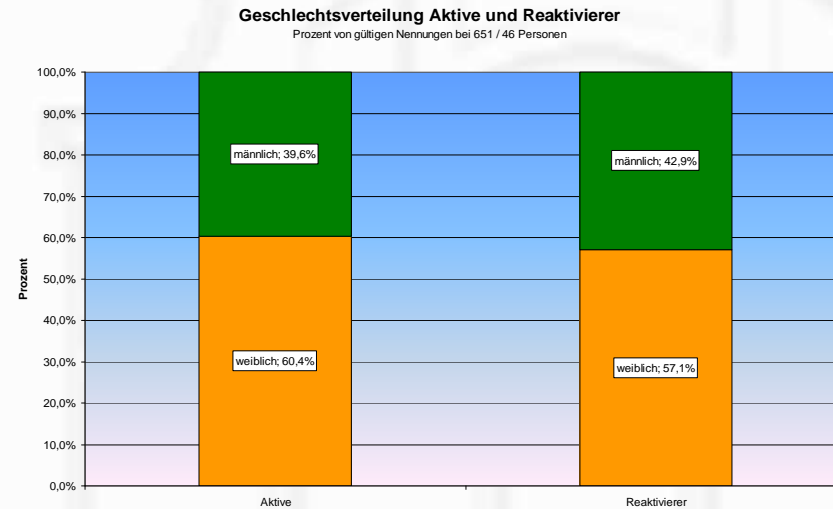
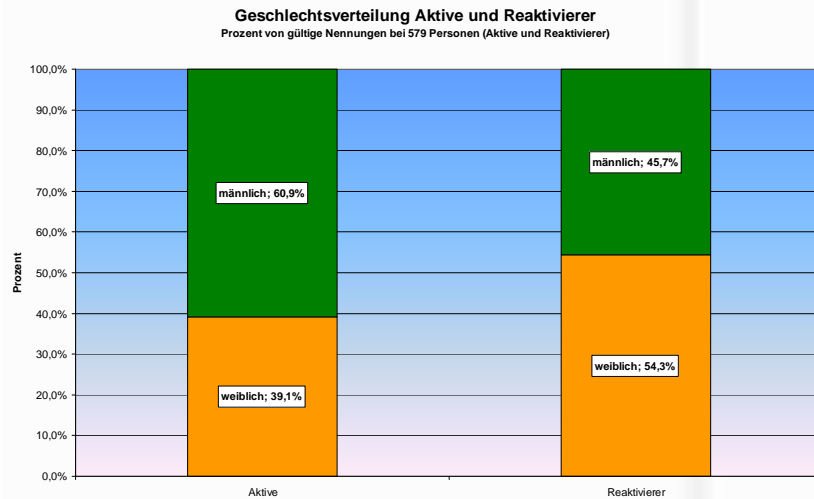


Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

## 6. SOZIODEMOGRAPHIE – GESCHLECHT

### Sektion

### Gruppen und Bezirke





## 6. SOZIODEMOGRAPHIE – PROFESSION

- Die häufigsten Berufsnennungen der Aktiven sind:
  - Lehrer
  - Rentner / Pensionär
  - Arzt
  - Ingenieur
  - Jurist
  - Beamter
- Analog dazu sind die Berufsnennungen der Reaktivierer.
- Hier bestätigt sich das Ergebnis der GSP-Analyse von 2008:
  - Extrem hoher Akademiker-Anteil!



## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### 7. FAZIT 1 – PROFIL

- **Es liegen keine gravierenden Unterschiede zwischen Aktiven Großspendern und Reaktivierern in Bezug auf das Antwortverhalten vor.**
  - **Die Großspender weisen ein sehr klares Profil auf:**
    - Präzisierung der Berufsgruppen
    - Präzisierung der Altersgruppen
    - Aufschlüsse über die Herkunft
    - Interessenslage der Zielgruppe
    - Erkenntnisse über Bewusstseinswandel



## 7. FAZIT 2 – KONTAKT

- **Bezüglich des Kontakts zu Amnesty International lässt sich zusammenfassen:**
  - **Aufschluss über bevorzugte Kontaktmedien gewonnen**
  - **bevorzugte Veranstaltungsformen identifiziert**
  - **Akzeptanz von Neuen Medien getestet**
  - **Meinungsbild bezüglich zusätzlicher Spendenaktionen**
  - **Bewertung der Arbeit von Amnesty**



## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### 7. FAZIT 3 – LESSONS LEARNED

- Hohes Vertrauen bei Großspendern vorhanden.
- Großspender sind offen für Kommunikation; das Anonymitätsbedürfnis geringer als erwartet.
- Bestell-Coupon weglassen (geringe Resonanz / Sektion).
- Ausweitung des Interviewmailings auf andere Zielgruppen sinnvoll.
- Nutzung des Interviewmailings für Reaktivierungsmaßnahmen sinnvoll.
- Wiederholung alle 2-3 Jahre zu empfehlen.
- Großspender als Multiplikatoren nutzen (Aktive Mitarbeit gewünscht).
- Im Vergleich zum Interviewmailing der Sektionsgroßspender sind die Ergebnisse der Gruppen-Großspender fast identisch. (z.B. Altersverteilung). Dies spricht für eine sehr klares AI-Großspenderprofil.
- Hoher Effekt bei Spenderbindung.



## Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

### **BINDUNG DURCH**

- **Hohe Response auf Sondermailing.**
- **Gelungene Reaktivierung.**
- **Verlängerung der Haltbarkeit / Verweildauer.**
- **Bezugnahme auf Kritik.**
- **Individuellere Kommunikation nach außen.**
- **Einbindung in die Standardkommunikation.**
- **Erhöhte Response auf Maßnahmen nach Interviewmailing.**



Ihre Meinung ist uns wichtig – Spenderbindung über Spenderbefragung

***VIELEN DANK***



**AMNESTY INTERNATIONAL** Sektion der Bundesrepublik Deutschland e.V.

Kampagnen und Kommunikation . Postfach 58 01 61 . 10411 Berlin

T: +49 30 420248-0 . F: +49 30 420248-350 .

E: [info@amnesty.de](mailto:info@amnesty.de) . W: [www.amnesty.de](http://www.amnesty.de)

SPENDENKONTO 80 90 100 . Bank für Sozialwirtschaft . BLZ 370 205 00