



„Hat es sich gelohnt?“

Amortisationsberechnung



„Hat es sich gelohnt?“ - Amortisationsberechnung

- Übersicht
 - Vorstellung Fallbeispiel: DRK Service GmbH
 - Was ist der Wert eines Spenders/Mitglieds?
 - Kennzahlen
 - Beispiel Mitgliederwerbung
 - Fragen & Diskussion



DRK-Fördermitgliedschaft

■ Fördermitgliedschaft beim Deutschen Roten Kreuz – Daten und Fakten

■ Rd. 3,6 Mio. Fördermitglieder bundesweit (Stand 31.12.2008, Quelle: DRK- Jahrbuch 2008)

Mitgliederübersicht 2008

Stand: 31.12.2008

Mitgliedsverband	Fördermitglieder	aktive Mitglieder*	Jugendrotkreuz	Anteil an Bevölk.	hauptamtl. Beschäftigte	Zivildienstantritte	Kreisverbände/Schwesternschaften	Ortsverbände
Baden-Württemberg	540.633	36.688	14.298	6,93%	5.121	694	34	681
Baden	163.074	8.800	3.633	7,96%	1.802	226	17	251
Bayern	836.459	102.538	44.660	7,84%	13.374	2.550	73	0
Berlin	62.827	1.515	595	1,92%	615	183	9	2
Brandenburg	66.674	5.314	1.233	2,89%	3.403	130	21	59
Bremen	13.221	678	117	2,11%	517	71	2	0
Hamburg	52.712	874	424	3,06%	1.143	35	7	5
Hessen	278.649	15.278	4.276	4,90%	1.856	609	40	462
Mecklenburg-Vorpommern	52.316	3.158	1.213	3,41%	4.193	203	16	67
Niedersachsen	294.392	22.557	8.683	4,71%	13.500	532	50	1.198
Nordrhein	213.956	10.206	6.778	2,41%	4.049	866	30	154
Oldenburg	33.677	1.521	801	3,38%	577	77	10	1
Rheinland-Pfalz	232.989	11.331	3.850	6,14%	7.805	682	31	326
Saarland	45.892	3.500	2.210	4,99%	520	175	7	245
Sachsen	133.789	9.954	2.960	3,50%	10.414	375	41	169
Sachsen-Anhalt	77.906	3.972	1.108	3,47%	4.249	147	23	92
Schleswig-Holstein	97.790	1.891	3.591	3,64%	5.490	146	15	464
Thüringen	79.037	6.044	2.634	3,86%	5.746	122	27	194
Westfalen-Lippe	317.989	17.385	5.138	4,07%	6.173	504	41	285
Verband der Schwesternschaften	602				3.488 21.857**		34	
Generalsekretariat					569***			
Summe	3.594.584	263.204	108.202		116.461	8.327	528	4.655

* ohne Jugendrotkreuz

** Mitglieder der Schwesternschaften (Rotkreuzschwestern)

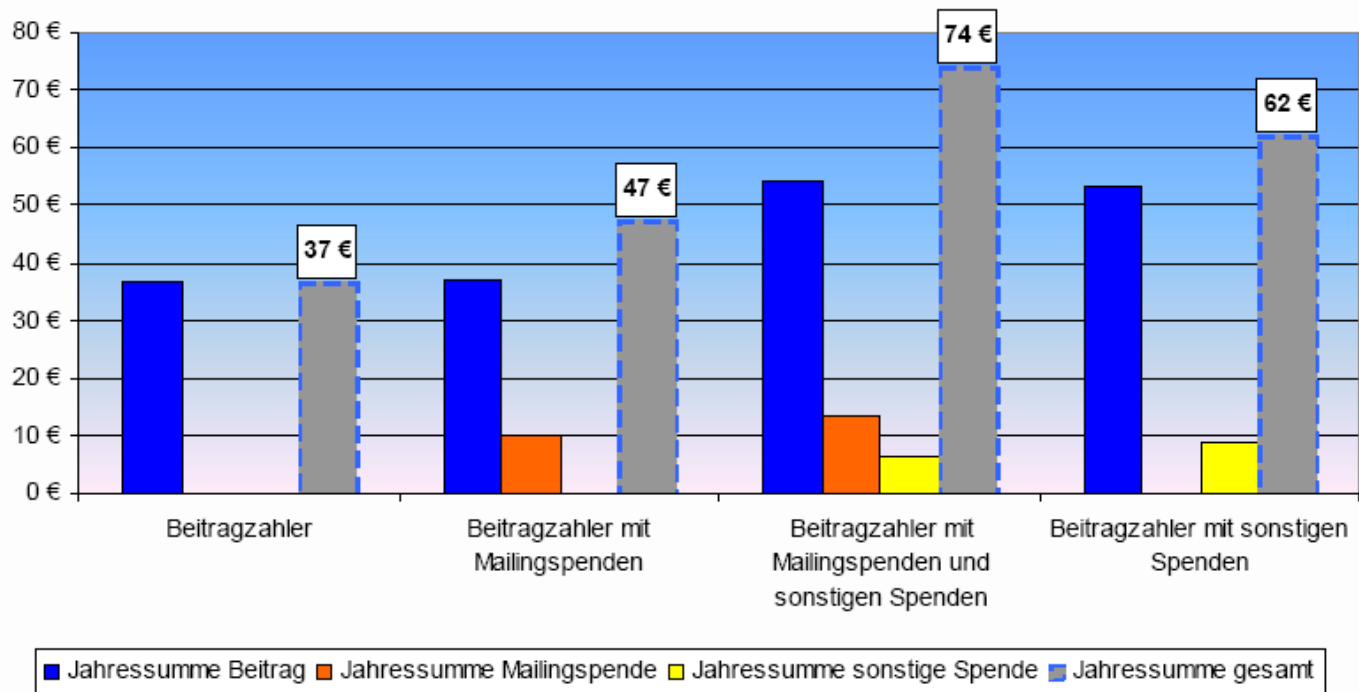
*** inkl. Suchdienste Hamburg und München



DRK-Fördermitgliedschaft

- **Durchschnittliche Zahlungssummen pro Jahr** (Quelle: Bestands-/Kommunikationsanalyse DRK-Service-GmbH/GfS)

Durchschnittliche Zahlungssummen pro Jahr und Person (nur Mitglieder ab 1994)

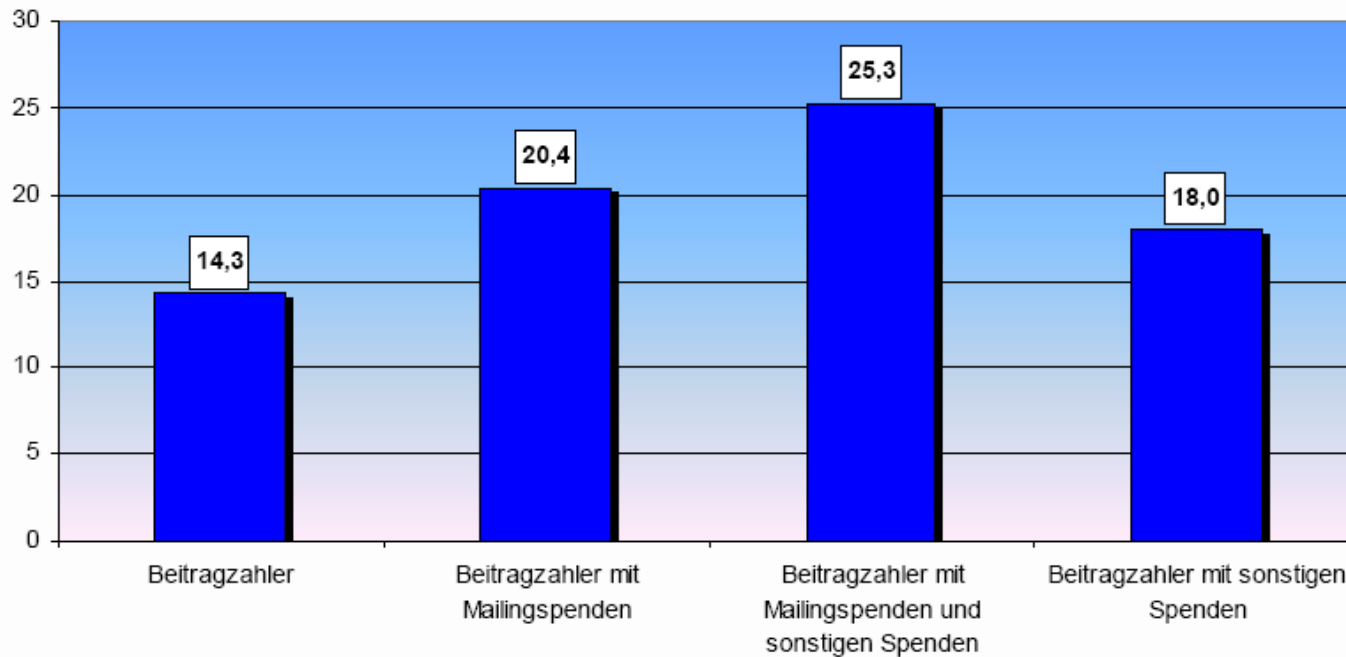




DRK-Fördermitgliedschaft

- **Durchschnittliche Mitgliedsdauer pro Jahr** (Quelle: Bestands-/Kommunikationsanalyse DRK-Service-GmbH/GfS)

Durchschnittliche Mitgliedsdauer in Jahren (gesamt)

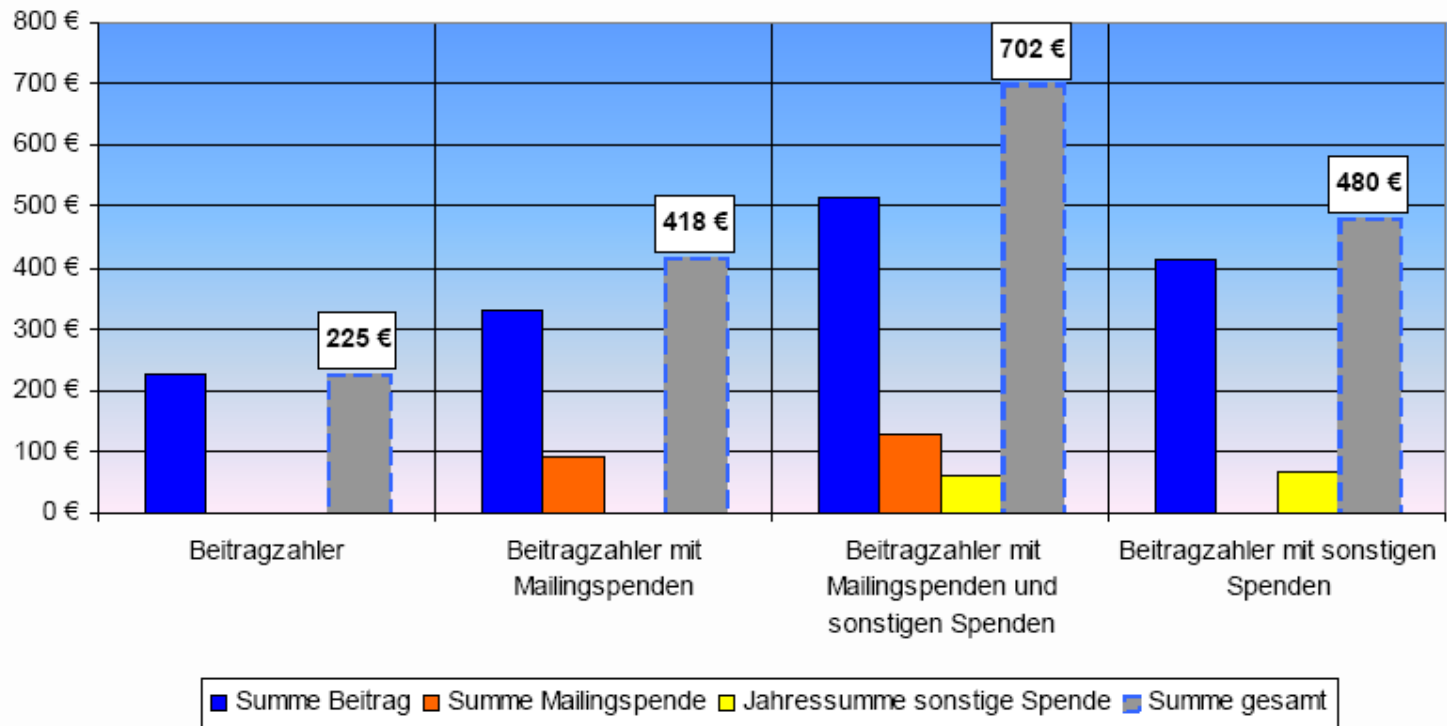




DRK-Fördermitgliedschaft

■ Life-Time-Value (Quelle: Bestands-/Kommunikationsanalyse DRK-Service-GmbH/GfS)

Durchschnittliche Zahlungssummen gesamt / Life-Time-Value (nur Mitglieder ab 1994)





■ Wer ist das?

- Der Auftrag der DRK-Service GmbH ist die Leistung von Diensten für Verbände und Einrichtungen in der Trägerschaft des Roten Kreuzes, die werbliche Förderung und Verbreitung der Ideen des Roten Kreuzes, die Durchführung von Werbemaßnahmen sowie die Verbreitung von Schriften und der Vertrieb von Gegenständen, die für die

Arbeit des Deutschen Roten Kreuzes von Bedeutung sind (Auszug aus dem Gesellschaftervertrag).

Geschäftsbereich Fundraising und seine Unterbereiche



September 2009, Berlin, Grundvertrag der DRK-Service GmbH



■ Geschäftsbereich Fundraising

■ Mitgliedergewinnung

- 1.100 Aktionen seit 1981
- 1,3 Mio. Neumitglieder
- 51 Mio. € zusätzlicher Jahresbeitrag
- Beitragsaufkommen daraus: 400 Mio. €
- jährlich 30.000 Neumitglieder

■ Jahresmailingprogramm

- ca. 350.000 Aussendungen
- Ergebnis: jährlich 1,1 Mio. € freie Mittel
- zahlreiche Tests und Analysen: Know-how-Transfer

■ Mitgliederbetreuung

- 586.000 im Full-Service in 122 Kreis- und Ortsverbänden
- Jahresbeitragsaufkommen: 23 Mio. € für die KV
- seit 1985 Verarbeitung von 310 Mio. € Mitgliedsbeiträgen und Spenden
- transparenter und aktueller Mitgliederbestand



■ Geschäftsbereich Fundraising

■ Telefon-Fundraising

- Beitragsanpassung: zeitgemäße Anpassung der Beiträge » 0,5 Mio. € / Jahr
- Mitgliederpflege: Wiederaufnahme von Beitragszahlungen » 300.000 € / Jahr
- Spendenprojekte: zweckgebundene Spenden von Mitgliedern für Projekte der Kreisverbände » 1 Mio. € / Jahr
- Gratulationen zu Geburtstagen und Jubiläen
- Servicenummer, unter der wir für Mitglieder erreichbar sind



„Wert“ eines Fördermitglieds

- **Sachgerechte Kriterien** (Beispiele)
 - Betriebswirtschaftliche Kriterien, z. B. Durchschnittsbeitrag pro Fördermitglied
 - Soziodemographische Kriterien, z. B. geworbene Mitglieder pro Stadtteil
 - Geografische Kriterien, z. B. Mitglieder-Dichte in Region Südpfalz



„Wert“ eines Fördermitglieds

■ Menschengerechte Kriterien (Grundsätze des Roten Kreuzes)

- Menschlichkeit
- Die Internationale Rotkreuz- und Rothalbmondbewegung, entstanden aus dem Willen, den Verwundeten der Schlachtfelder unterschiedslos Hilfe zu leisten, bemüht sich in ihrer internationalen und nationalen Tätigkeit, menschliches Leiden überall und jederzeit zu verhüten und zu lindern. Sie ist bestrebt, Leben und Gesundheit zu schützen und der Würde des Menschen Achtung zu verschaffen. Sie fördert gegenseitiges Verständnis, Freundschaft, Zusammenarbeit und einen dauerhaften Frieden unter allen Völkern.
- Unparteilichkeit
- Neutralität
- Unabhängigkeit
- Freiwilligkeit
- Einheit
- Universalität



Ziele

- **Gewinnung/Akquise von Fördermitgliedern**
 - **Steigerung der Beiträge:** Wir wollen die Einnahmen von Fördermitgliedsbeiträgen in 2009 um 10% steigern.
 - **Steigerung der Mitgliederzahlen:** Wir wollen die Mitgliederzahlen in 2009 von 2.500 Mitglieder auf 3.000 Mitglieder steigern.
 - **Erhalt des Mitgliederbestandes:** Durch kontinuierliche Mitgliedergewinnung wollen wir unseren Bestand von 5.500 Fördermitgliedern in 2009 halten.
 - **Finanzierung eines spezifischen Projektbereiches:** In 2009 wollen wir zusätzlich 250 Fördermitglieder gewinnen, um den ambulanten Hospizdienst auszubauen.
 - **Lokale Präsenz:** Wir wollen die Mitgliedergewinnung dazu nutzen, in 2009 in den PLZ-Bereichen 12345 – 12349 stärker Präsenz zu zeigen.



Ziele

■ Betreuung/Service von Fördermitgliedern

- **Erhöhung der Mitgliederbindung 1:** In 2009 wollen wir die Bindung unserer Fördermitglieder durch intensivere Informationspolitik erhöhen, insbesondere durch den quartalsmäßigen Versand eines Mitglieder-Magazins.
- **Erhöhung der Mitgliederbindung 2:** In 2009 wollen wir die Bindung unserer Fördermitglieder durch einen verbesserten Service erhöhen, insbesondere durch eine zügigere Beantwortung von Mitgliederanfragen.
- **Erhöhung der Mitgliederbindung 3:** In 2009 wollen wir die Bindung unserer Fördermitglieder erhöhen durch kontinuierliche Kontaktaufnahme, insbesondere durch optimaleres Nutzen des gesamten Mitglieder-Zyklus.
- **Optimierung der Datenbasis:** Wir wollen bis 10/09 die Datenbasis unserer Förderer-Datenbank verbessert haben, insbesondere durch Aktualisierungsläufe und intensivere Nutzung von Scoring-Verfahren.
- **Optimierung der Kosten:** Wir wollen in 2009 den Kostenanteil der Verwaltung um 5% senken. Um dieses Ziel zu erreichen, wollen wir die Personalstruktur unseres Mitglieder-Services umfassend neu aufstellen.



Förderertyp und Wert

- Einzelspender

- Dauerspender
 - Lastschrift
 - Dauerauftrag
 - Pate

- Mitglied

Kein Unterschied bei Auswahl und Berechnung der Kennzahlen
Großer Unterschied bei der Bewertung



Kennzahlen

■ Kennzahlen für die Amortisationsrechnung von Fördermitgliedern

- Aufnahme-Anzahl: X pr. Mon./Jahr
- Austritte („Abgänge“): X pr. Mon./Jahr
- Stornoquote: X % Stornos pr. Mon./Jahr
- Höhe Jahresbeitrag: X EUR pr. Woche/Mon./Jahr
- Höhe Durchschnittsbeitrag (Quote): JBA : Aufnahme = X EUR
- Höhe Kosten gesamt: X EUR aller Werbe-Aktionen
- Höhe Kosten pro Aktion: X EUR pro Aktion
- Höhe Kosten pro Mitglied: Gesamtkosten : Aufnahme = X EUR
- Höhe Kosten pro Aktionsperiode: X EUR pro Aktion in Zeitraum Y
- Service-Level: $X^{1...x} (a + b + c...)$

(a = Erreichbarkeit am Telefon in Minuten, b = Reaktionszeit auf Mitgliederanfrage in Stunden, c = Aufwand Bearbeitung pro Mitglied in Minuten)



Kennzahlen

■ Kennzahlen für die Amortisationsrechnung von Förderern

■ Investition (Gewinnungskosten):

- Aktionskosten
- Kosten für Erfassung und Begrüßung
- Adresskosten (Miete oder Vervollständigung)

■ Folgekosten

- Kosten aller folgenden Aktionen
- Kosten der Betreuung
- Kosten der Adresspflege / IT-Kosten

■ ROI = Return on Investment:

$$\frac{\text{Gewinn}}{\text{investiertes Kapital}} = \text{ROI}$$



So rechnet sich „Ihr“ neues Fördermitglied

■ Formeln „Amortisationsberechnung“

■ Investition pro Mitglied (IpM)

Kosten (- direkte Einnahmen)

----- = IpM

Anzahl neuer Mitglieder

■ Amortisation pro Mitglied (ApM)

Folgeeinnahmen + Folgekosten

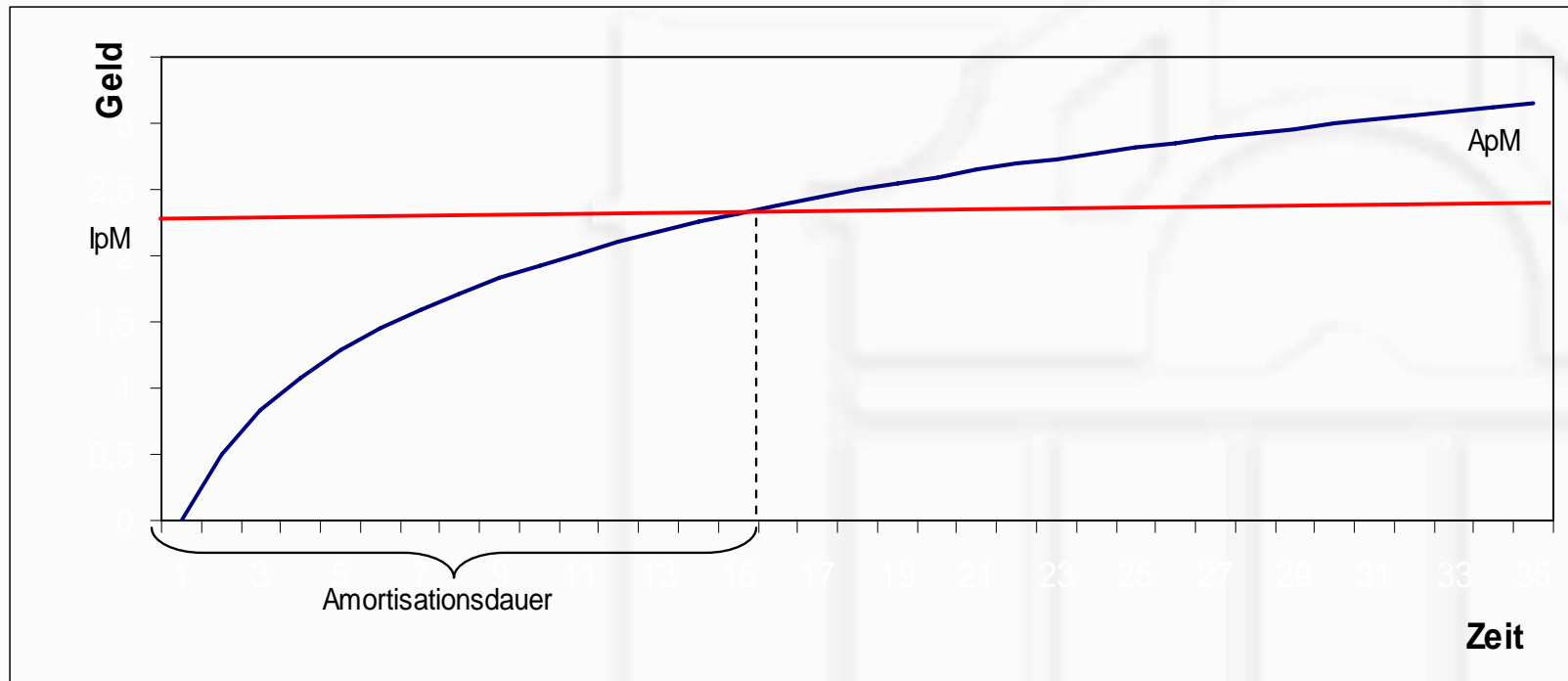
----- = ApM

Anzahl neuer Mitglieder



So rechnet sich „Ihr“ neues Fördermitglied

■ Definition Amortisationsdauer





So rechnet sich „Ihr“ neues Fördermitglied

- Wie hoch darf die Investition sein?
 - Hängt ab von
 - Fördertyp
 - Amortisationsdauer
 - Spendenhöhe (Durchschnittsspende/Durchschnittsbeitrag)
 - Spenderbindung/Fundraisingstrategie



So rechnet sich „Ihr“ neues Fördermitglied

■ Formeln „Amortisationsberechnung“ – Variante für Prognose

■ Wirtschaftlichkeit pro Mitglied (WpM)

$$\left(\begin{array}{l} \text{Ø Jahresbeitrag} \\ \times \\ \text{Jahre} \end{array} \right) - \frac{\text{Investition + Folgekosten}}{\text{Anzahl neuer Mitglieder}} = \text{WpM}$$

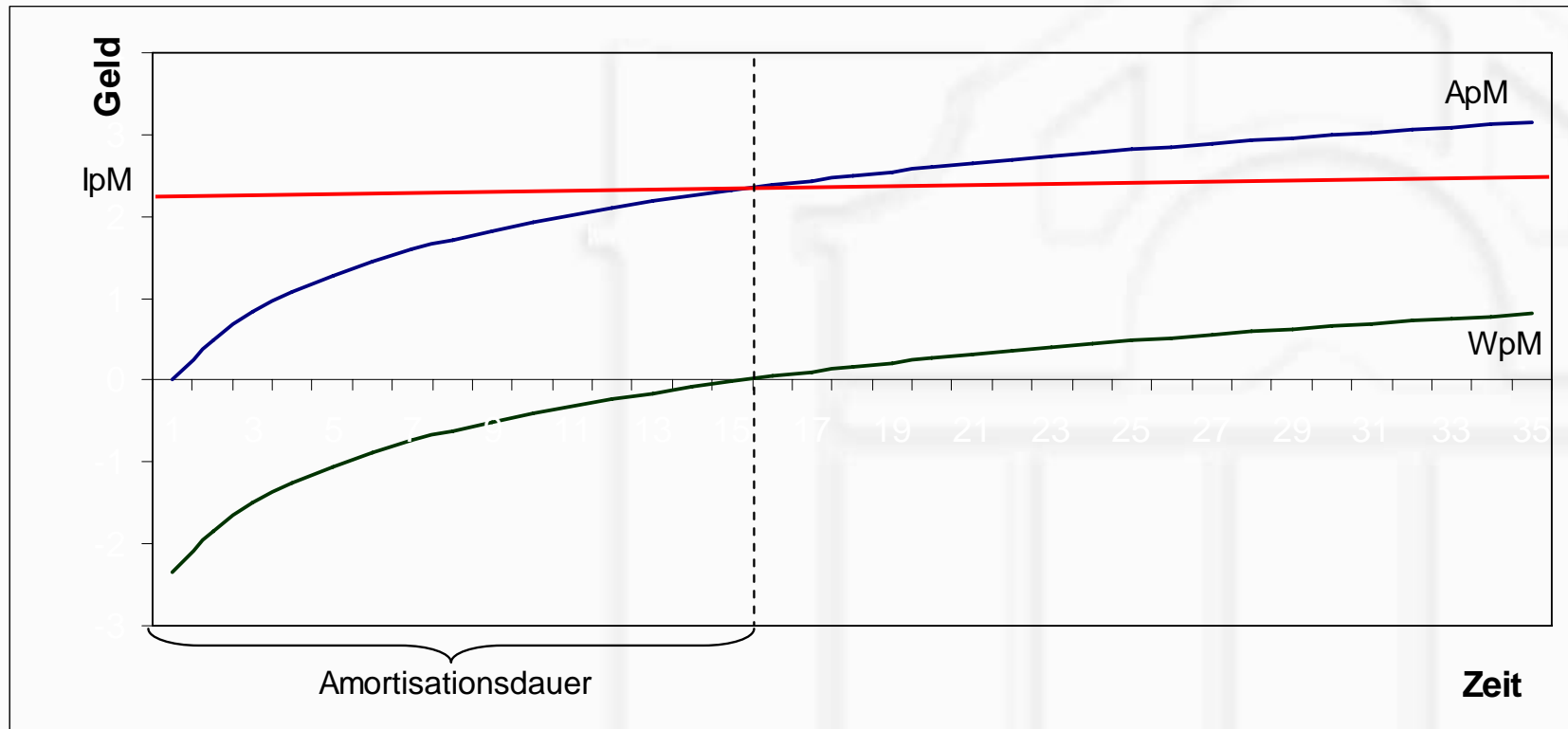
■ Bei Einzelspendern nur geringfügig anders:

$$\left(\begin{array}{l} \text{Ø -Spende} \\ \times \\ \text{Anzahl Spenden} \end{array} \right) - \frac{\text{Investition + Folgekosten}}{\text{Anzahl neuer Spender}} = \text{WpS}$$



So rechnet sich „Ihr“ neues Fördermitglied

■ Vergleich WpM und ApM





So rechnet sich „Ihr“ neues Fördermitglied

■ Beispiel Kreisverband Großstadt

■ Wirtschaftlichkeit Fördermitglieder 2009/Jahr 1: KV Großstadt

$$\begin{array}{r}
 62,17 \text{ EUR} \\
 \hline
 1
 \end{array}
 \times 1 - \left(\begin{array}{r}
 239.544,50 \text{ EUR} + 6.994,00 \text{ EUR} \\
 \hline
 3.497 \text{ Mtgl.} - 696 \text{ St.}
 \end{array} \right) = -25,34$$



So rechnet sich „Ihr“ neues Fördermitglied

■ Beispiel Kreisverband Großstadt

■ Wirtschaftlichkeit Fördermitglieder 2009/Jahr 1,5: KV Großstadt

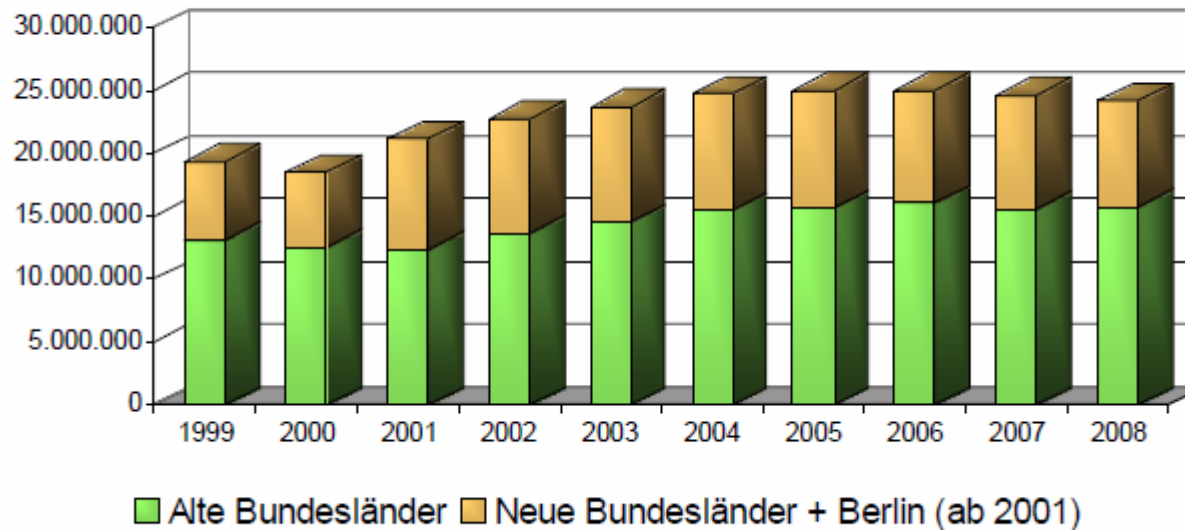
$$\left(\begin{array}{c} 62,17 \text{ EUR} \\ \text{-----} \\ 1 \end{array} \right) \times 1,5 - \frac{239.544,50 \text{ EUR} + 6.994,00 \text{ EUR}}{3.497 \text{ Mtgl.} - 696 \text{ St.}} = 5,24$$



So rechnet sich „Ihr“ neues Fördermitglied

■ Bruttoerträge Mitgliederbetreuung

Jahresüberblick: Bruttoerträge Gesamt





Umfeldfaktoren beachten

■ Wichtige Faktoren

- Es handelt sich bei Auswertungen immer um eine zahlenmäßige Laborsituation, die auf Wirklichkeit hin interpretiert und kommentiert werden muss.
- **Wichtige Faktoren sind:**
 - **Organisatorische Faktoren**, z. B. Datenbankwechsel, Umstrukturierungen, neue Mitarbeiter/innen
 - **Externe Faktoren**, z. B. Finanz- und Wirtschaftskrise, Datenskandale, aktuelle Ereignisse (z. B. Tsunami)
 - **Interne Faktoren**, z. B. Änderung der Jahreszielvorgaben, Vorstandswechsel, neue inhaltliche Ausrichtung der gesamten Organisation, Qualitätsmanagement



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.