

# FUNDRAISING-PRAXIS

## SMS-Spende: Einmalige Kleinspende oder mehr?

*Kleine Spenden-Beträge und Beziehungsaufbau mit dem Spender unmöglich, so lauten die Zweifel, die hinsichtlich der SMS-Spende gehegt werden. Doch ist das wirklich so? Das haben wir Florian Nöll, Gründer und Geschäftsführer der Spendino GmbH, gefragt. Das Amerikanische Rote Kreuz hat es vorgemacht und auch in Deutschland steigt die Akzeptanz für die Charity-Nummer. Eine Studie brachte ans Licht: SMS-Spender sind treuer als man denkt. Doch ob aus dem Einmalspender ein langfristiger Unterstützer wird hängt von der Kreativität des Fundraisers ab, so Nöll.*

Wer besonders schnell und einfach spenden möchte, kann dies per SMS tun. Dazu genügt es, eine Nachricht mit einem einzigen Wort, z.B. Japan, an die Charity-Nummer 81190 zu senden und ein Betrag zwischen 1 und 10 Euro wird mit der nächsten Telefonrechnung des Spenders eingezogen. Spätestens seit der Erdbebenkatastrophe in Haiti gehört die SMS-Spende zum festen Repertoire von Fundraisern in der Katastrophenhilfe. Das Amerikanische Rote Kreuz (ARC) hat es vorgemacht und für Haiti mehr als 40 Millionen US-\$ gesammelt, ausschließlich per SMS. Das sind beeindruckende Zahlen, die es natürlich in deutsche Relationen zu setzen gilt. Auch in Deutschland steigt die Akzeptanz für SMS-Spenden messbar, so die SMS-Spendenexperten der spendino GmbH. Für die Katastrophenhilfe in Pakistan gingen mehr SMS-Spenden ein als für Haiti. Und nach der Katastrophe in Japan haben die Deutschen wiederum mehr SMS-Spenden getätigt als noch für Pakistan. Die Entwicklung der SMS-Spenden kehrt damit den eigentlichen Spendentrend für diese drei Katastrophen um (siehe auch Interview mit Roland Adler, in dieser Newsletter-Ausgabe).

### **Die SMS-Spende ist ein Werkzeug für die Gewinnung von einmaligen und anonymen Kleinspenden! Oder?**

Das stimmt nur auf den ersten Blick. Das ARC hat bis heute mehr als 400.000 Abonnenten für seinen SMS-Newsletter aus den SMS-Spendern für Haiti gewonnen. Das US-amerikanische Unternehmen mGive, Fundraising-Dienstleister des ARC für die SMS-Spenden, hat eine Studie veröffentlicht. 79% der Spender, die per SMS gespendet haben, leisteten demnach auch auf einem weiteren Kanal einen Beitrag für die gleiche Organisation. Das sind überraschende und beeindruckende Ergebnisse der Untersuchung. Der erwartete anonyme Kleinspender ist in Wirklichkeit ein regelmäßiger Unterstützer.

### **Wie kann aus einer SMS-Spende eine langfristige Beziehung entstehen?**

Gewöhnlich erhält der Spender als Antwort auf seine SMS-Spende eine Nachricht samt Webadresse der bedachten Organisation. Das ist eine freundliche und selbstverständliche Geste. Wer als Fundraiser jedoch den Beziehungsaufbau nicht dem Zufall überlassen möchte, der wird schon mit der Antwort-SMS aktiv. „Vielen Dank für Ihre Unterstützung. Dürfen wir Sie telefonisch über unsere Arbeit informieren?“, lautet der Antworttext einer bekannten Tierschutzorganisation. Antwortet der Spender mit „Ja“ wird er mit dem Ziel, ihn als Dauerspender zu gewinnen, zurückgerufen. Mit Erfolg und positivem ROI schon innerhalb des Kampagnenzeitraums, wie man auf dem Deutschen Fundraising Kongress erfahren konnte. Diese

Kampagne ist gleichzeitig ein Beispiel dafür, dass SMS-Spenden auch außerhalb der Katastrophenhilfe zum Einsatz kommen. Das ARC ist übrigens den gleichen Weg gegangen um den angesprochenen Newsletter-Verteiler aufzubauen, hat jedoch danach gefragt, ob der Spender auch in Zukunft Nachrichten auf sein Handy erhalten möchte.

Ebenfalls auf dem Deutschen Fundraising Kongress wurde mit dem spendino Relationshipbuilder ein Softwaremodul zur Spenderbindung präsentiert. In der Antwort-SMS findet der Spender einen Hinweis auf ein persönliches Dankeschön, eine Spenderurkunde. Um diese Urkunde zu erhalten, besucht der Spender eine spezielle Webseite der bedachten Organisation. Nachdem er sich anhand seiner Handynummer authentifiziert hat, wird er in sehr einfachen Schritten zur Urkunde geleitet. Das Ergebnis für den Fundraiser: Aus einem anonymen Spender wird ein vollständiges Spenderprofil samt der Erlaubnis, Nachrichten via SMS und E-Mail an den Spender zu versenden, jeweils mit entsprechendem Double-Opt-in. Die Urkunde ist allerdings nur eine Möglichkeit, einen Anreiz zu setzen. Zuletzt entscheidet die Kreativität des Fundraisers darüber, was der Spender als Dankeschön für seine Unterstützung erhält.

### **Heute Klein- morgen Großspender?**

„Auch Kleinvieh macht Mist! Die kleine Spenderei gibt's schon ab 5 Euro!“ Mit dieser Nachricht warb das Deutsche Rote Kreuz zu Ostern auf seiner Facebook-Fanseite für eine Spende per SMS. Dieser Aufruf verdeutlicht das ungeheure Potential des jungen Fundraising-Instruments. Mindestens jede zehnte Spende für Japan wurde bereits per SMS getätigt. Das hat spendino ermittelt und betont, sehr konservativ gerechnet zu haben.

Von der Zukunft erwarten wir uns eine Antwort auf die folgende Frage: Bleibt die SMS-Spende nur ein Streicher im Orchester der Fundraising-Instrumente oder ist sie möglicherweise die ernst zu nehmende Chance zur nachhaltigen Verjüngung der eigenen Spender und zur Gewinnung von Neuspendern?

### **Einen Kommentar schreiben**