

Online Fundraising, Online-Volunteering, mobiles Spenden

Aktuelle Trends und Entwicklungen in der Spendenkultur

Wir leben in einer Zeit der Beschleunigung, in welcher uns die Möglichkeit des E-Mail-Verkehrs dazu zwingt schneller zu kommunizieren, zu antworten und zu arbeiten. In einer Zeit, in welcher Mann immer häufiger online als offline nach seiner Traumfrau sucht – sich ganz nebenbei lästige Drinks und nötige Groschen spart, die hier und da Offline dazu dienen eine Frau zu bezirzen. In einer Zeit, in welcher es möglich ist, Freundschaften über nahezu alle Kontinente hinweg zu pflegen, ohne dabei ins Flugzeug steigen zu müssen.

Wir leben in der Zeit der Internetgesellschaft, geprägt durch die Generation der „Digital Natives“. In dieser Zeit, in der das tägliche Leben immer mehr vom World Wide Web geprägt zu sein scheint, geht auch das Ehrenamt online. Verständlich: denn dort erreichen sie ihre zukünftigen Spender am besten, können deren Anforderungen gerecht werden. Für Organisationen, Projekte und für diejenigen, die mit wenig Aufwand Gutes tun wollen, birgt die Online-Welt große Chancen: Egal ob Zeit oder Geld, immer mehr Spenden werden online getätigt. Wobei das Online-Fundraising, das Online-Geldspenden, schon als etablierter Trend gelten kann, steckt das Online-Zeitpenden noch in ihren Kinderschuhen.

Das mag im ersten Augenblick absurd klingen, betrachtet man die harten Fakten: In Deutschland werden jährlich bis dato nur drei bis fünf Prozent des jährlichen Spendenvolumens von 6,5 Milliarden Euro online generiert.

Erstaunlich ist dabei allerdings, dass im Falle einer Katastrophe bis zu 50% online gespendet werden. Diese Entwicklung ist verständlich, entspricht der Wunsch der Spender, in aktuellen Notsituationen möglichst schnell zu reagieren, doch der Schnelligkeit des Mediums Internet.

Nun leben wir nicht in einer Zeit, in welcher Katastrophen wie Taifun „Haiyan“ oder die Hochwasserkatastrophe in Mitteleuropa an der Tagesordnung stehen - noch nicht, und zum Glück. Doch warum ist es sinnvoll, als Organisation oder Projekt Online-Spenden möglich zu machen?

Online-Fundraising und Online-Spenden

Im Zuge der Digitalisierung des Alltags orientieren sich nicht nur Konsumenten sondern auch Spender immer mehr ins Internet – egal ob mit oder ohne Katastrophe. Die Zahl der Online-Spender steigt stark und stetig an.

Es sind jedoch nicht nur, die Digital Natives, also die jungen Generationen, die immer mehr im Internet ihre Spenden tätigen. Auch der klassische Spendenmarkt, d.h. die Menschen über 50, die so genannten Silver Surfers, drängen zunehmend ins Netz.

Mit Blick auf das Wachstum der Online-Spender ist zudem interessant, dass, obwohl Onlinespenden noch unter zehn Prozent der Gesamtspendensumme ausmachen, die einzelnen Spenden online höher ausfallen als offline. Offline wird zwischen 10 und 15 Euro gespendet, online hingegen zwischen 25 und 50 Euro. Auf der Spendenplattform betterplace.org beträgt die durchschnittliche Spende sogar über 60 Euro. Nicht zuletzt ist das dem gewonnenen Vertrauen der User gegenüber Online-Zahlungssystemen, wie Paypal, zu verdanken.

Fakt ist: Wachstumszahlen sowie die Marktentwicklung in anderen Branchen sprechen dafür, dass das Internet mittelfristig zum wichtigsten Spendenkanal werden wird. Eine Studie prognostiziert: innerhalb der nächsten drei Jahre wird Online-Fundraising in Deutschland, nach der Unternehmensspende, an zweiter Stelle der wichtigsten Fundraising-Kanäle für NGO's stehen.

Hinzu kommt, dass die Anzahl der Smartphone-Nutzer immer weiter steigt. Das bedeutet: Spender wollen auch übers Smartphone Geld geben können. Wichtig ist dabei allerdings, dass die Organisation für das Spenden eine mobile Webseite einrichtet. Zu beachten sind dabei zwei Dinge: Lesbarkeit und Benutzerfreundlichkeit – damit man auch gerne spendet. Eine gut gemachte mobile Website lohnt sich: So ist beispielsweise bei betterplace.org seit der Einführung der für mobile Geräte optimierten Website ein Anstieg von 331% mehr Online-Spenden über Smartphones oder Tablets zu verzeichnen. Doch nicht nur für den Spender, der dank mobiler Website, losgelöst von Raum und Zeit, an seine Lieblingsorganisation oder sein Lieblingsprojekt spenden kann, ist die mobile Website von Vorteil. Auch Organisationen und Projekte können davon profitieren.

Ein Beispiel: Nehmen wir an, Sie sind beim Bäcker um Brötchen für das Frühstück zu holen. Auf den Tresen steht ein kleines Schiffchen, das mit einem QR-Code

versehen ist. Natürlich sind Sie neugierig geworden. Sie scannen den QR-Code mit Ihrem Smartphone. Der Code leitet Sie direkt weiter auf die Spendenseite einer Organisation, die mobile optimiert ist. Das Projekt scheint interessant und es wert zu spenden. Auf der Seite sind Sie nun eh schon, also warum auch nicht gleich einfach und schnell spenden?

Das tägliche Umfeld eines potentiellen Spenders bietet etliche Kontaktpunkte, an welchen Spender und Organisation zusammengeführt werden können. Durch die Option des Spendens über ein Smartphone kann der Kontakt direkt aufgenommen werden, Spender und Organisation miteinander vermittelt werden und die Spende direkt getätigt werden. Zudem fordert die Möglichkeit des mobilen Spendens mehr spontane Spenden, die aus Alltagsgesprächen unter Freunden, Familien, Kollegen entstehen, heraus.

Lange Rede, kurzer Sinn: Dass Organisationen Online-Spendenmöglichkeiten anbieten, sollte mittlerweile nahezu zu einer Selbstverständlichkeit werden. Online-Spender sind zwar noch in der Minderheit, orientieren sich aber zunehmend im Netz und werden mittelfristig zur Mehrheit. Ist das Online-Spenden dann auch noch über ein Smartphone möglich, freut sich der Spender und mit dem Spender die Organisation.

Online-Volunteering: Zeitspenden mithilfe des Internets

Während sich das Online-Fundraising bereits als Trend der Spendenkultur heraus kristallisiert hat, steckt der Trend zum Online-Volunteering bzw. der Online-Zeitspenden noch in ihren Anfängen.

Viele Menschen sind gewillt, sich ehrenamtlich zu betätigen: Etwas Sinnvolles tun für den guten Zweck oder: für das gute Karma. Der klassische Weg: Organisationen, die Unterstützung brauchen, in der Nähe suchen und finden, mit diesen in Kontakt treten, einen Termin vereinbaren, Zeit nehmen usw., erweist sich gerade für Digital Natives, die spontanes, punktuell Engagement bevorzugen als zu langwierig. 69 Prozent der Jugendlichen sehen vor allem in digitalen Medien ein neues Mittel, die Welt für alle besser zu machen, so ein Ergebnis der Telefónica Global [Millennial Studie](#).

Online-Volunteering, also die virtuelle Zeitspende, könnte hier ein niedrighschwelliges Angebot für die junge Generation sein. Mit Online-Volunteering-Plattformen kann

man in Zukunft relativ einfach und von überall aus eine gute Tat vollbringen. Ein neuer Raum für soziales Engagement entsteht, ohne dass die Engagierten dabei gleich in einen Verein oder eine Partei eintreten müssen: *„Vor allem für junge Freiwillige, die auf flexible Arbeitszeiten angewiesen sind, bietet die Online-Freiwilligenarbeit eine Möglichkeit, sich wirkungsvoll (...) einzubringen.“*, berichtet das betterplace-lab in ihrer [Ehrenamtsstudie für die Ing-DiBa](#).

Doch was versteht man unter Online-Volunteering? Ganz einfach: Menschen werden online zum aktiven, freiwilligen Helfer. So können sie beispielsweise für ihre Lieblingsorganisation oder ihr Lieblingsprojekt digitale Aufgaben übernehmen – zum Beispiel indem sie einen Flyer erstellen oder die Webseite pflegen. Das geht einfach, schnell und ortsungebunden. Beide Seiten profitieren davon.

Vor allem eine spezielle Form des Online-Volunteering, das Micro-Volunteering, scheint zu funktionieren. Hier leisten Einzelpersonen einen freiwilligen Beitrag, der minimalen Zeitaufwand beansprucht. Gemeinsam bewirken diese Einzelpersonen jedoch Großes. Bestes Beispiel: Wikipedia. Durch freiwilliges Engagement von Einzelpersonen wird dafür gesorgt, dass das Online-Wiki stetig wächst und aktuell bleibt. Diese Form von Engagement wird auch als „Community Engagement“ bezeichnet.

Obwohl es mit großen Chancen verbunden ist, nutzen in Deutschland bisher nur wenige Organisationen die Möglichkeit des Online-Volunteering. Ob diese Form das persönliche Engagement jemals vollständig ersetzen wird? Vermutlich und hoffentlich nicht.

Doch auch das persönliche Vor-Ort-Engagement, das offline Ehrenamt, kann mithilfe des Internets Freiwillige motivieren und den Organisationen zusätzlichen Raum für das Gewinnen von Unterstützern bieten. [Betterplace.org](#) bietet bereits seit Februar 2013 in Deutschland den Usern die Möglichkeit nicht nur Geld, sondern eben auch Zeit zu spenden.

Die Plattform betterplace.org agiert dabei als Schnittstelle zwischen Menschen, die ein Ehrenamt ausführen möchten und Organisationen, die Aufgaben zu vergeben haben.

Spenden in der mobilen Gesellschaft – Die betterplacemobile-App

In einer mobilen Gesellschaft wird zunehmend erwartet, dass alles – auch soziales Engagement, von unterwegs und übers Smartphone gesteuert und organisiert werden kann – wie es eben bei Bankgeschäften und Online-Einkäufen bereits möglich ist. *„Die Bereitschaft junger Menschen, etwas für die Gesellschaft zu leisten, ist ungemein hoch. Wir müssen den Zugang einfacher und direkter gestalten, das mobile Internet nutzen und so die Einstiegshürden senken“*, so Thomas Ellerbeck, ehemaliges Mitglied der Geschäftsleitung von Vodafone Deutschland, in einer [Pressemitteilung](#) zum Start der betterplacemobile-App, die Vodafone und betterplace.org. gemeinsam entwickelt haben. Seit Juli 2013 können Smartphone-Nutzer mit Hilfe von [betterplacemobile](#), losgelöst von Raum und Zeit, nicht nur nach Projekten suchen, die sie finanziell unterstützen wollen, sondern auch nach interessanten Projekten direkt in ihrer Umgebung, für die sich vor Ort ehrenamtlich engagieren möchten. Die Kontaktaufnahme mit den Projekten ist mit Hilfe des Apps einfach und direkt möglich.

Damit erfüllt die mobile Applikation die Erwartungen des flexiblen Online-Spenders: Spenden – unabhängig von Zeit und Ort, egal ob Geld oder Zeit. Dies am besten möglichst einfach, direkt und transparent.

Vodafone und betterplace haben somit den ersten mobilen Marktplatz für *alle* Formen des sozialen Engagements entwickelt. *„Mit der App und mobilen Webseite als Infrastruktur schlagen wir eine Brücke zwischen digitalen Möglichkeiten und dem unmittelbaren bürgerschaftlichen Engagement“*, so Dr. Mark Speich vom Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation. Die App fungiert als Vermittlungsstelle und Kontaktmöglichkeit zwischen Organisation und Freiwilligen. Zugleich bietet sie den Organisationen die Möglichkeit bekannter zu werden. Aus Sicht der sozialen Organisation kann die App als ergänzendes „Projekt-Marketing“ betrachtet und, mit dem Ziel neue Freiwillige für ihr Projekt zu gewinnen, genutzt werden. Im neuen Jahr sollen die Entwicklungen an der App in Zusammenarbeit von betterplace.org und Vodafone weitergehen.

Fazit

Und nun das Ganze auf den Punkt gebracht: Das Internet bietet Gestaltungsräume, die hohes Potential für Organisationen und Menschen bergen, die Gutes tun wollen.

Die Statistiken zeigen: Die Spender tendieren immer mehr ins Netz. Zudem wird online ein höherer Geldbetrag gespendet als offline.

Organisationen und Projekte sollen die Chance des Online-Fundraising, welches schon bald zu den wichtigsten Fundraising-Kanälen zählen wird, sehen und nutzen. Im besten Fall sollte dies dann auch mobil auf einer dazu optimierten Webseite möglich sein.

Auch das Online-Zeitpenden scheint sich immer mehr in Deutschland durchzusetzen. Viele sind gewillt sich ehrenamtlich zu betätigen. Über Online-Volunteering-Angebote werden auch diejenigen erreicht, die von den bisherigen Barrieren des klassischen „Vor-Ort-Ehrenamts“ abgehalten wurden, beispielsweise durch räumliche Distanzen oder Schul- und Arbeitszeiten. Zählt man jedoch zu diesen Menschen, die doch vor Ort direkt mit angreifen wollen, kann auf Plattformen wie betterplace.org und Applikationen wie [betterplacemobile](http://betterplacemobile.org) zurück gegriffen werden, über welche das Engagement schneller und einfacher organisiert werden kann.

Weitere Informationen rund ums Thema Trends im sozialen Sektor finden Sie im Trendreport des betterplace-lab unter <http://trendreport.betterplace-lab.org/>

Weitere Informationen zum Thema „Zeitpenden“ bzw. „Online-Volunteering“ gibt es unter <http://trendreport.betterplace-lab.org/trend/karma-statt-kohle>

Ben Spoden ist Leiter Projektmanagement bei *betterplace Solutions GmbH* und Leiter des Projekts *betterplace mobile*. Er hat Wirtschaftswissenschaften an der *Schumpeter School of Business and Economics* studiert. Nach seinem Studium war er Projektleiter bei *Veolia* und in einer Medienagentur bevor er im April 2012 zu *betterplace* wechselte.

Kontakt: bsp@betterplace.org