

2.9 Adress- und Spendenverwaltung

Eine Adress- und Spendenverwaltung mit einer Datenbank ist für modernes professionelles Fundraising unabdingbar. Datenbanken erlauben es, die Fülle der vorhandenen Daten sinnvoll und zeitsparend zu verarbeiten und enthaltene Informationen nutzbar zu machen. Dabei geht es nicht nur um Gewinnung neuer Spender und Bindung bestehender Unterstützer. Die Datenbank hilft auch beim Dankmanagement, in der Finanzbuchhaltung, bei der Erstellung von Zuwendungsbestätigungen und bei der Einhaltung des Datenschutzes. Außerdem erlaubt sie ein Controlling der im Fundraising ergriffenen Maßnahmen.

Mit Adressen, Spendenbuchungen und auch weiteren Daten aus dem Meldewesen verfügen kirchliche und diakonische Einrichtungen über eine große Menge an Informationen über Spender, Interessenten und Spendenverhalten. Um diese Daten nutzbar zu machen, bedarf es einer elektronischen Adress- und Spendenverwaltung. Diese Datenbank, im Fundraising Database genannt, unterstützt die Arbeit, erleichtert die Verarbeitung von Spenden und das Danken und hilft den Ertrag im Fundraising zu steigern.

Am wirkungsvollsten zeigt eine Database ihre Vorteile im Bereich der personalisierten Spendenbriefe, der sogenannten Mailings. Laut Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) werden im Fundraising 30 Prozent der Einnahmen über Spendenbriefe erzielt. Im verfasst-kirchlichen Bereich dürfte dieser Anteil sogar höher noch sein, wie die Erfahrungen in verschiedenen EKD-Gliedkirchen zeigen.

Der Erfolg der Adress- und Spendenverwaltung mit einer Datenbank liegt allerdings nicht allein in der Software, sondern auch in den eingesetzten Ressourcen (einschließlich des Personals) und Akzeptanz der Database in der jeweiligen Einrichtung.

1. Funktionen einer Adress- und Spendenverwaltung

Mit einer Datenbank ist es möglich, die Adressen der Spender, zusätzliche Informationen über Spender und Interessenten sowie Angaben zu den Spenden zu speichern, zu sortieren und zu nutzen. Namen, Titel, Anschrift, Urlaubsanschriften, Geburtsdaten, Verwandtschaftsverhältnisse, Aktivitäten und Vorlieben lassen sich in gute Datenbanken eintragen. Auch aus dem kirchlichen Meldewesen, soweit dies der Einrich-

tung erlaubt ist, können Daten für das Fundraising in die Datenbank einfließen. Bei diesem Umgang mit persönlichen Daten sind selbstverständlich die Richtlinien des Datenschutzes (Bundesdatenschutz und kirchlicher Datenschutz – DSchG-EKD) zu beachten. Die Datenbank kann Dubletten und fehlerhafte Adressen erkennen und für weitere Mailings ausschließen.

Mit den zur Verfügung stehenden Daten lassen sich Zielgruppen für das Fundraising ermitteln, optimieren und für den Druck personalisierter Spendenbriefe exportieren. So können etwa in einem Spendenbrief an alle Mitglieder die Familien und Ehepaare mit der korrekten Einzelanrede angesprochen werden.

Mit in der Database festgelegten Werbecodes können anschließend Spendeneingänge, auch von mehreren Spendenaktionen parallel, elektronisch verbucht werden. Damit wird ein schnelles Aussenden von Dankbriefen und Zuwendungsbestätigungen möglich.

Im Anschluss oder schon während einer Spendenaktion können Auswertungen helfen, den Erfolg zu steigern. Auch Fehler in der Planung und Ausführung von Spendenaktionen können so erkannt und korrigiert werden. Alle diese Vorgänge lassen sich mit einer Database zentral auf Kirchenkreis- oder Dekanatsebene oder dezentral in den Gemeinden oder Einrichtungen vor Ort durchführen.

2. Vorteile und Nachteile

Die wichtigsten Vorteile für den Einsatz einer Database sind die Geschwindigkeit beim Dankmanagement, die Kostenersparnis, die Erschließung neuer und Optimierung alter Zielgruppen und letztlich natürlich die Steigerung der Einnahmen.

Mit einer Datenbank können Spenden täglich mit wenig Aufwand bedankt und quittiert werden. Dabei spielt es bei elektronischer Verbuchung der Spenden keine Rolle, ob eine oder zwanzig verschiedene Spendenaktionen über die Datenbank abgewickelt werden. So lassen sich mit einem zentralen Spendenkonto auf Kirchenkreis- oder Dekanatsebene auch in der spendenträchtigen Vorweihnachtszeit alle Spenden innerhalb von 24 Stunden mit individuellen Briefen bedanken. Das wird z.B. in den Kirchenkreisen Burg-

dorf und Burgwedel-Langenhagen in der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers so praktiziert.

Die Database verringert die Fundraisingkosten in bestimmten Bereichen beträchtlich. Durch elektronische Verbuchung von Spendenaktionen wird Arbeitszeit gespart. Besonders wenn mehrere Kirchengemeinden eine zentrale Datenbank auf Kirchenkreis- oder Dekanatssebene verwenden, lassen sich viele Vorgänge einsparen, die auf beiden Ebenen parallel und damit doppelt getätigt wurden. Dies ist eines der überzeugendsten Argumente, um die Verwaltung für die Einführung einer Datenbank zu gewinnen. Durch Dublettenabgleich, Aussortieren von fehlerhaften Adressen und Optimierung der Zielgruppen lassen sich auch bei einzelnen Mailings und Aktionen die Kosten senken.

Da man davon ausgehen kann, dass Einrichtungen durchschnittlich zehn Prozent der Spenderadressen pro Jahr durch Wegzug, Versterben oder andere Umstände verlieren, ist der sorgfältige Umgang mit Adressdaten und Zielgruppen äußerst wichtig. Durch Adressgewinnung, neue Aktionen zur Gewinnung von Neuspendern oder das erneute Ansprechen bestimmter Zielgruppen in der Datenbank lassen sich neue Spenden gewinnen. Erfahrungen im kirchlichen Bereich zeigen, dass Auswertungen von Spendenaktionen und das Aufzeigen von Erfolgen die Verantwortlichen durchaus motivieren können, die Anzahl der Mailings im Jahr zu steigern.

Letzten Endes führt eine richtig eingesetzte Adress- und Spendenverwaltung zur Steigerung der Einnahmen und sichert Organisationen für die Zukunft ab.

Ein Nachteil von Datenbanken ist der hohe Einsatz von Ressourcen bei der Einführung. Bis zum Routineeinsatz in einer Einrichtung dürfte eine Datenbank einen höheren Arbeitsaufwand als bei den laufenden Abläufen ohne Datenbank bedeuten. Auch der Kostenfaktor für eine Software, für deren Installation und für die notwendigen Schulungen kann zunächst als Nachteil gesehen werden. Der Einsatz einer solchen Software rechnet sich erst ab einer gewissen Größe einer Einrichtung.

3. Einführung einer Adress- und Spendenverwaltung

Zum Start in eine professionelle Adress- und Spendenverwaltung sollten die Verwaltungsabläufe in einer Organisation geklärt sein. Wo wird gebucht? Wo werden Zuwendungsbestätigungen ausgestellt? Wer arbeitet zu welchem Zeitpunkt an der Spendenverwaltung? Es sollte geplant werden, wie die Abläufe zukünftig aussehen und welche Ziele mit dem Einsatz der Soft-

ware erreicht werden sollen (z. B. höhere Einnahmen, Spenderbindung, Neuspendergewinnung). Auch die Bereitschaft der Mitarbeitenden an diesem Projekt muss geklärt werden. Dann sollte eine Arbeitsgruppe gebildet werden, die anhand eines Kriterienkatalogs Softwareanbieter und Software prüft. Vor der endgültigen Entscheidung sollte die ausgewählte Datenbank unbedingt bei einem Nutzer im Echteininsatz geprüft werden. Für die Einführung der Software und Schulung der Mitarbeitenden müssen genügend Ressourcen eingeplant werden. Es ist ratsam, mit dem Anbieter eine Testphase zu vereinbaren.

In verschiedenen EKD-Gliedkirchen wird mit unterschiedlichen Datenbanken gearbeitet. Erkundigen Sie sich beim Fundraising-Beauftragten Ihrer Landeskirche, ob und mit welcher Software gearbeitet wird und ob bestimmte Regelungen eingehalten werden müssen. Vielleicht gibt es in Ihrer Landeskirche bereits einen Anforderungskatalog. Daran können Sie ablesen, welche Aufgaben die Software erfüllen muss.

Fazit

Trotz des anfänglichen Aufwands zahlt sich der Einsatz einer Adress- und Spendenverwaltung im professionellen Fundraising aus. Im kirchlichen und auch im diakonischen Fundraising ist eine sinnvolle Verarbeitung von Daten ohne Datenbank nicht möglich. Dabei sollte die Adress- und Spendenverwaltung nicht auf die Anschaffung einer Database reduziert werden. Die Einbindung der Datenbank in die Verwaltungsabläufe und der notwendige Einsatz von Mitarbeitenden muss mit eingeplant werden. Nur so wird es Einrichtungen zukünftig noch möglich sein, sich gegen die immer stärker werdende Konkurrenz auf dem Spendenmarkt zu behaupten.

Worauf Sie achten sollten:

- Klären Sie die langfristigen Ziele Ihrer Einrichtung. Die Entscheidung, eine Adress- und Spendenverwaltung einzuführen, wirkt sich auf die Arbeit der kommenden Jahre aus.
- Klären Sie zunächst die jetzigen und zukünftig geplanten Arbeitsabläufe in Ihrer Organisation, bevor Sie sich auf die Suche nach einer für Sie geeigneten Software machen.
- Planen Sie Zeit und Mittel für die Inbetriebnahme der Software ein.
- Die Person oder Personen, die zukünftig die Datenbank pflegen und bedienen, sollten über entsprechende Kompetenzen verfügen und auf der Software geschult werden.
- Die einzuführende Software muss nicht nur jetzigen Ansprüchen genügen, sondern auch dem zukünftigen Fundraising in der Einrichtung.

Was Sie vermeiden sollten:

- Kaufen Sie keine Database nur aufgrund der Präsentation einer Softwarefirma.
- Vermeiden Sie es, sowohl Verwaltung als auch haupt- und ehrenamtliche Fundraiser nicht richtig in die Einführung einer Datenbank einzubeziehen. Gegen den Widerstand der Verwaltung wird ein solches Projekt immer scheitern.
- Lassen Sie sich nicht durch den anfänglichen Aufwand vom Einsatz einer professionellen Adress- und Spendenverwaltung abbringen.

Weiterführende Literatur:**Zur Einführung einer Database:**

Kriterienkatalog für Datenbanken auf der Internetseite des Deutschen Fundraisingverbands unter www.fundraisingverband.de

Database im kirchlichen Bereich:

Ingrid Alken, Database Fundraising in kirchlichen Strukturen am Beispiel der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers, in: Ingrid Alken/Paul Dalby/Lothar Schulz (Hg.), Kirche und Fundraising – Konzepte, Projekte und Impulse, Fundraising Studien 3, 2007, S. 303–337

Grundlagen zum Database-Fundraising:

Hans Rossegger/Helga Schneider/Hans-Josef Hönig, Database Fundraising, wie Sie Ihr Fundraising zum Erfolg führen, 2000

Reinhard Detering, Database, in: Fundraising Akademie (Hg.), Fundraising – Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden, 3. aktualisierte Auflage, 2006, S. 585–599