

fundoffice Studie:
NeuspenderInnen in
Österreich 2011-2016

fundoffice GmbH Margaretenstraße 44/11, 1040 Wien
www.fundoffice.at office@fundoffice.at 0676/ 771 07 07

Die Fragen

1.) Wie viele Neuspender/innen (erste Spende überhaupt – keine Newsletterbestellungen oder Bestellungen von Broschüren o.ä.) wurden von Deiner/Ihrer Organisation in Österreich insgesamt jeweils im Jahr 2011 bis 2016 gewonnen?

2.) Aufteilung der Anzahl der Neuspender/innen aus Frage 1 nach folgenden Kriterien und jeweils nach Jahr (2011 bis 2016):

2.a) Erste Spende auf ein Direct Mailing

2.b) Erste Spende Online (sms, Homepage, e-mailing, etc.)

2.c) Erste Spende aus der Straßen- oder Haustürwerbung

2.d) Erste Spende aus der Zusammenarbeit mit Medien (Zahlscheinbeilage in Zeitungen, TV- oder Radiospot, redaktionelle Kooperation o.ä.)

2.e) Erste Spende aus einer sonstigen Quelle (unzuordenbar, Events, etc.)

Umfrage

Neuspendergewinnung 2011 bis 2016

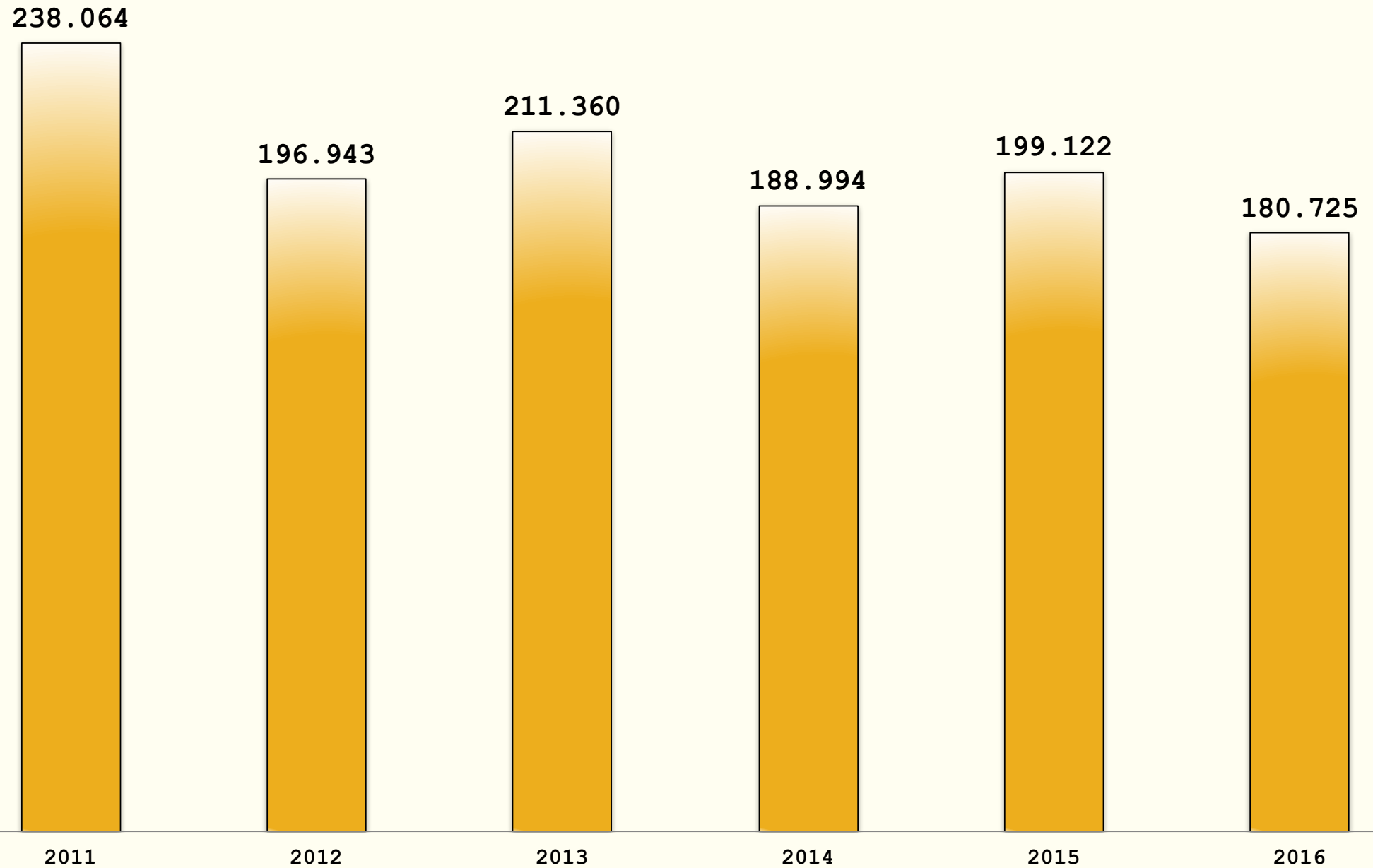
Eckdaten:

- Daten von 22 NPOs: 10 davon aus den Top 25 - 7 weitere zwischen Platz 26 und 50 (Basis: Ranking FVA aus dem Spendenbericht 2016)
- 22 NPOs Gesamt ca. 180.000 NeuspenderInnen 2016
- Abbildung von ca. 20% des Marktes (geschätzt)
- Vielen Dank an die teilnehmenden NPOs: amnesty international, Ärzte ohne Grenzen, Blindenverband Wien NÖ, Care, Concordia, debra Austria, Diakoniewerk, Global 2000, Greenpeace, Herzkinder, HG der Blinden und Sehschwachen, Hilfswerk Austria Int., Institut für Krebsforschung, Kindernothilfe, Licht für die Welt, Menschen für Menschen, Pro Juventute, Sterntalerhof, VCÖ, Vier Pfoten, WMF Barmherzigkeit Int. und WWF
- Danke auch an die Datenbankanbieter, Datadialog, Direct Mind und Grün für die Unterstützung!

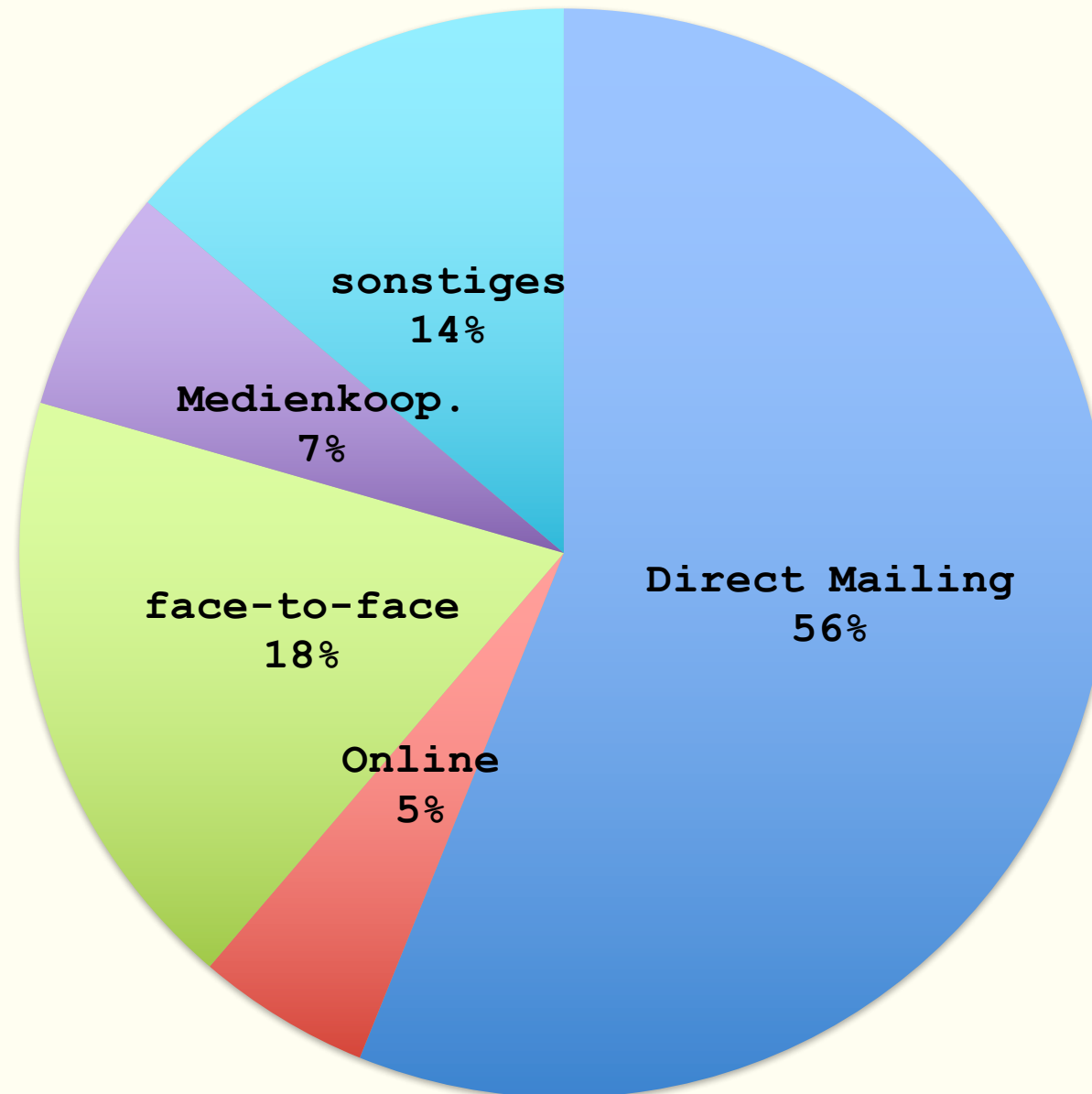
Umfrage – NeuspenderInnen

fundoffice

Gewonnene Neuspender gesamt nach Jahren

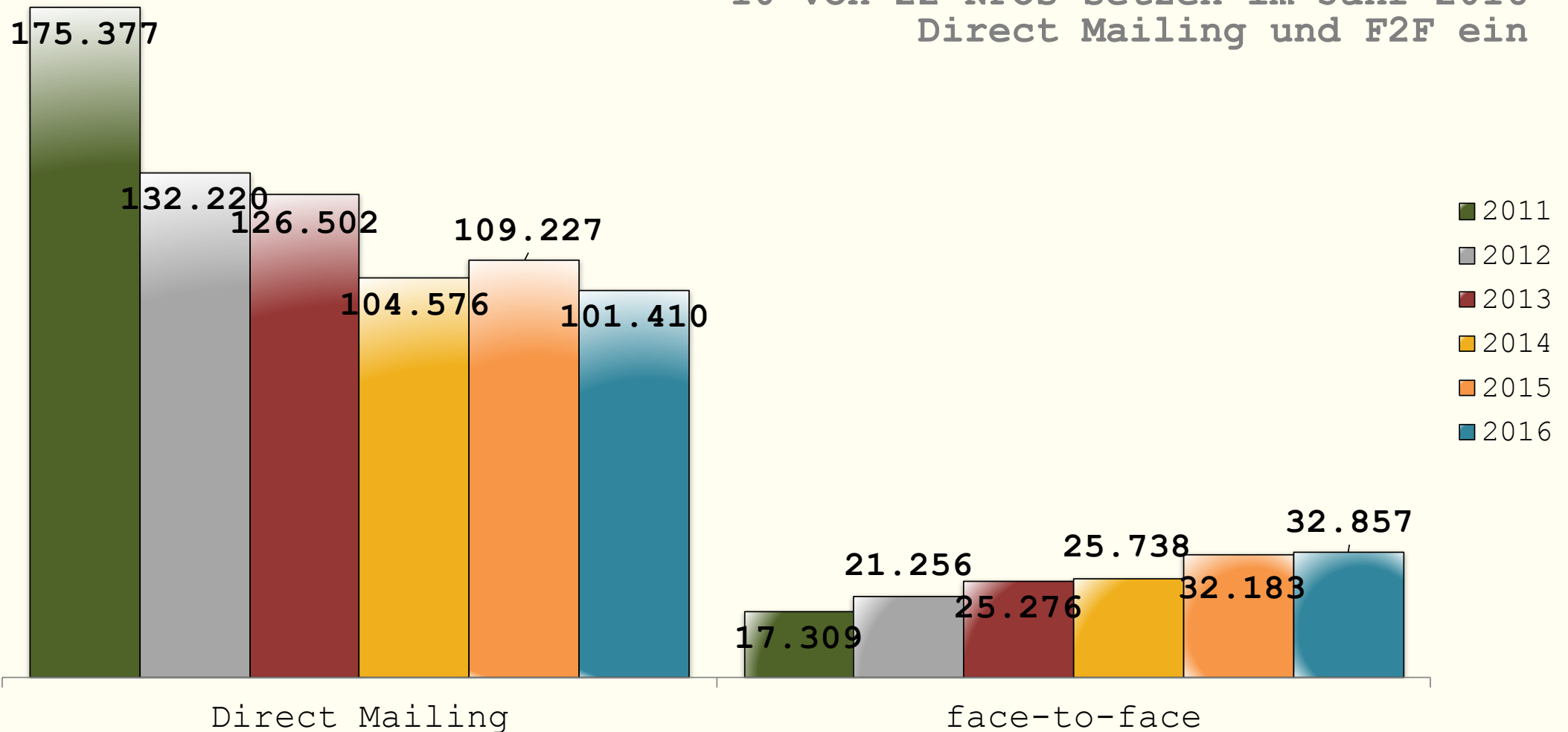


Gewonnene Neuspender nach Methode im Jahr 2016

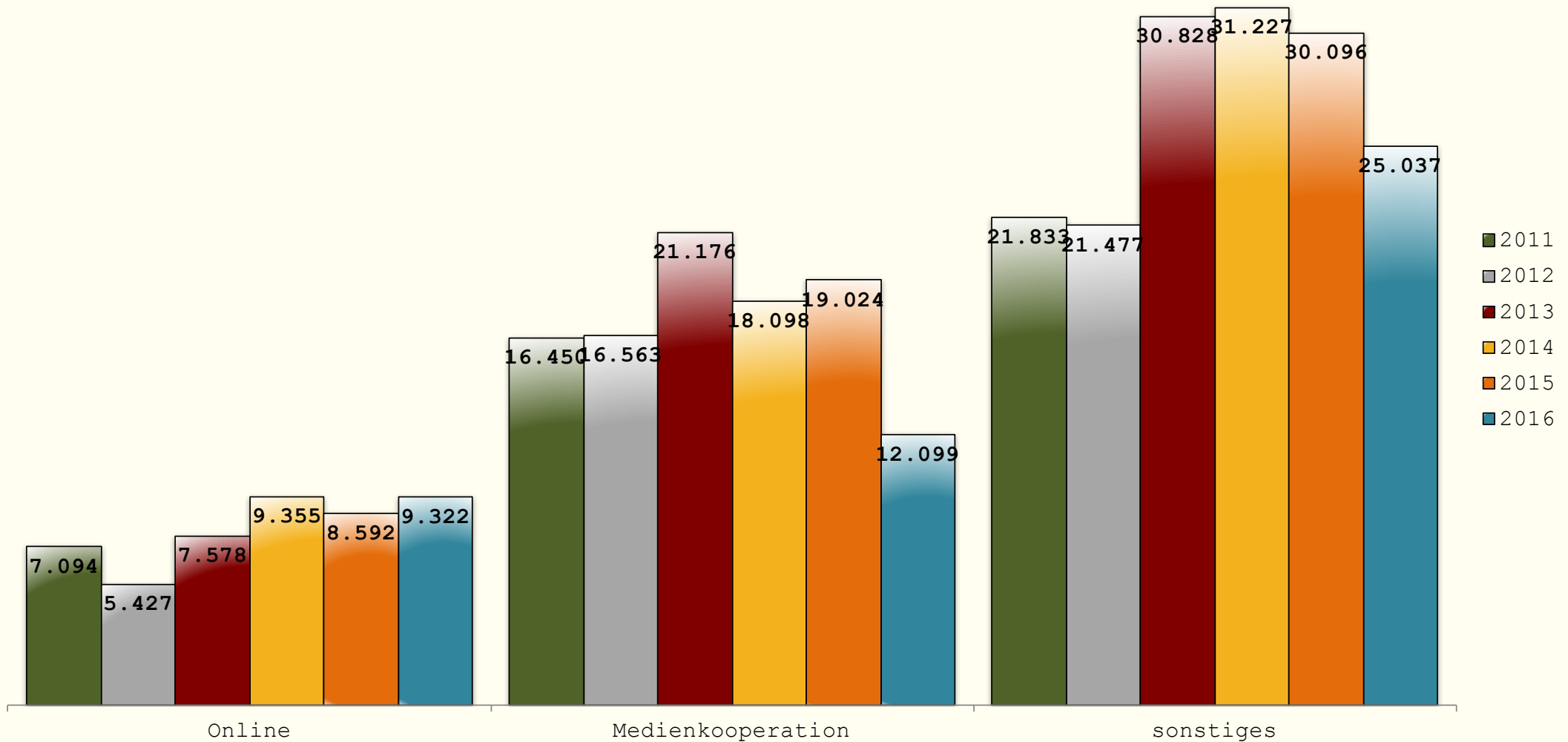


Entwicklung von Direct Mailing und f2f von 2011 bis 2016

10 von 22 NPOs setzen im Jahr 2016 Direct Mailing und F2F ein



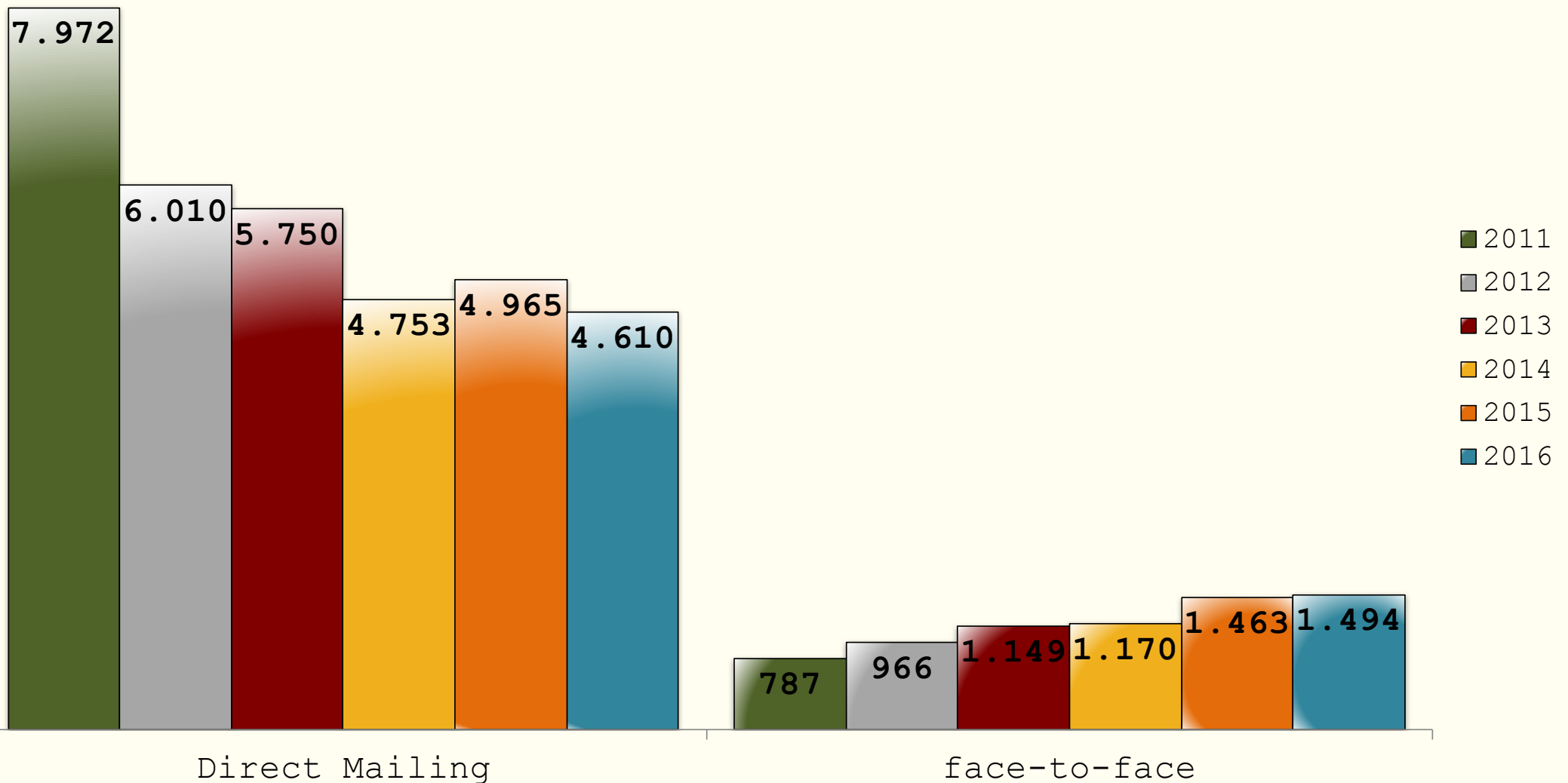
Entwicklung von Online, Medienkoop. und Sonstigem von 2011 bis 2016



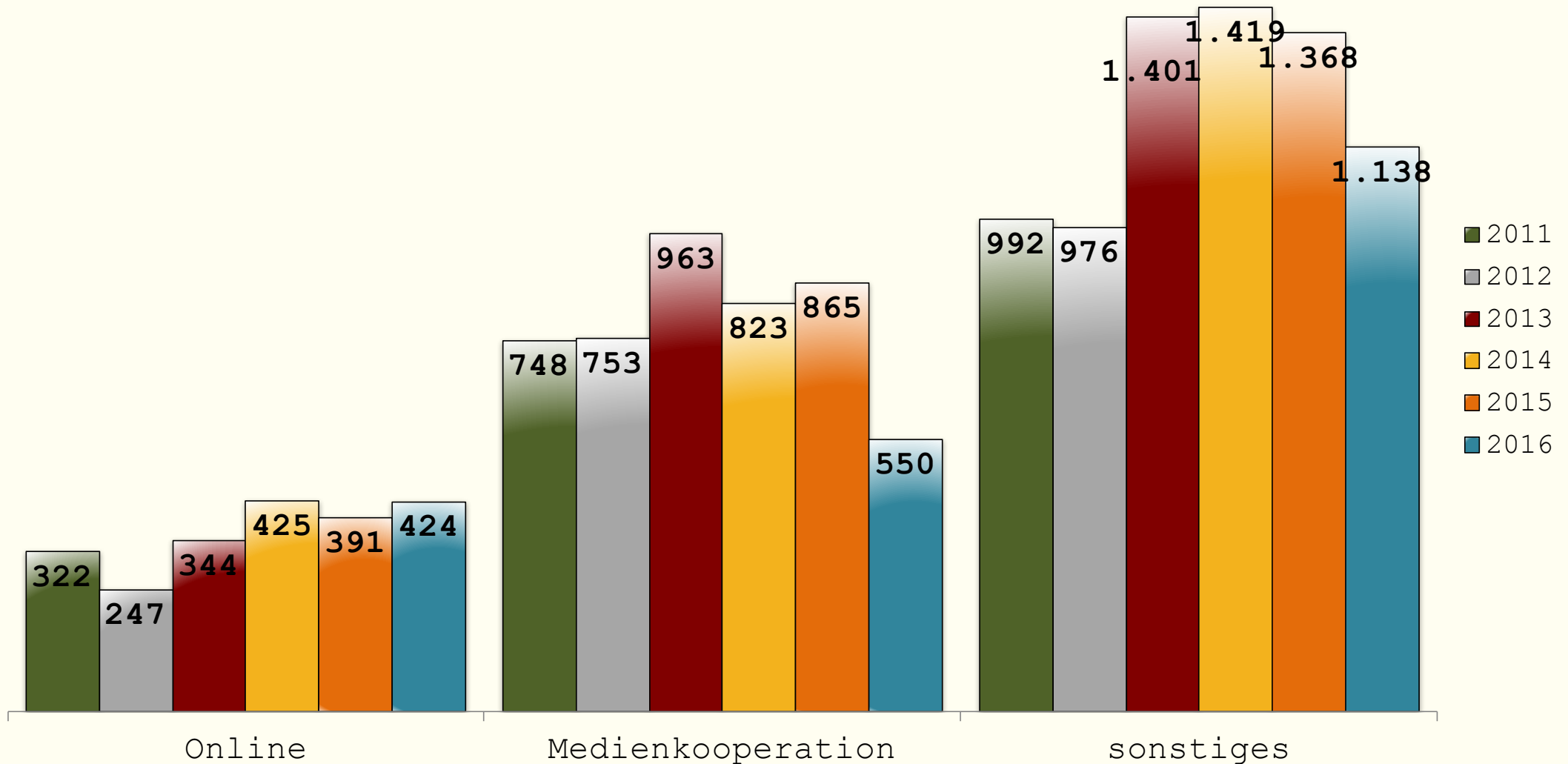
Umfrage - NeuspenderInnen

fundoffice

durchschnittliche Neuspendergewinnung je
Instrument



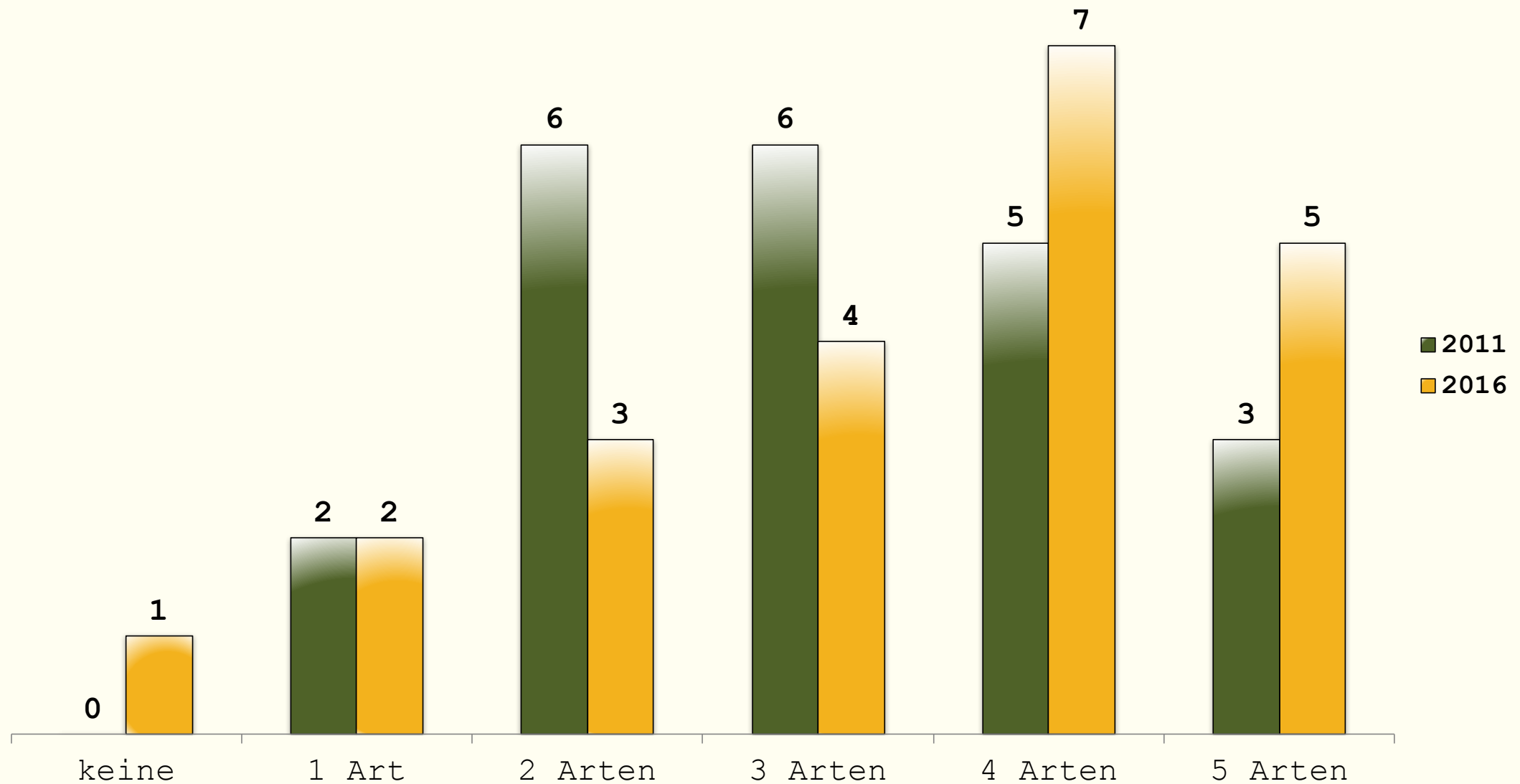
durchschnittliche Neuspendergewinnung je Instrument



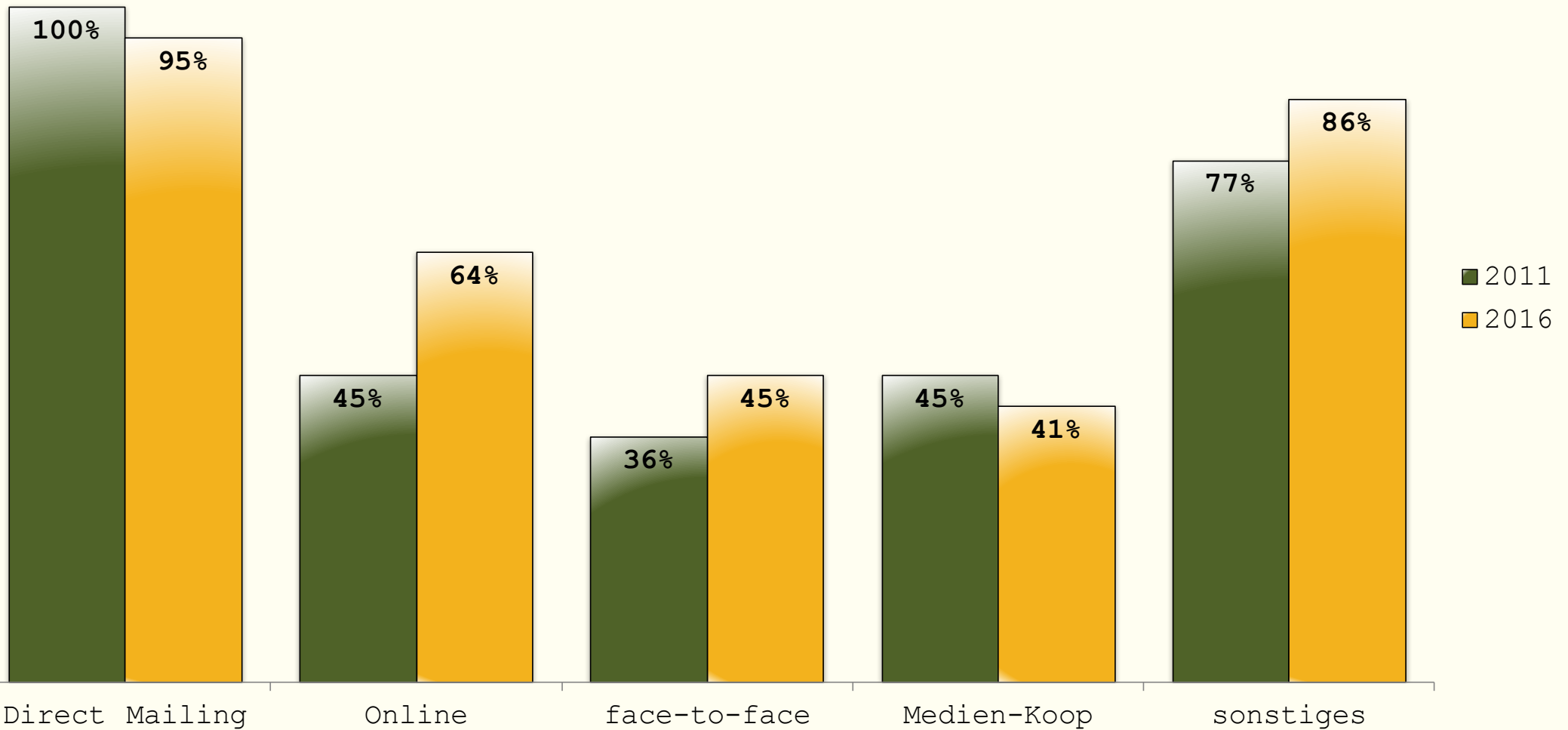
Umfrage - NeuspenderInnen

fundoffice

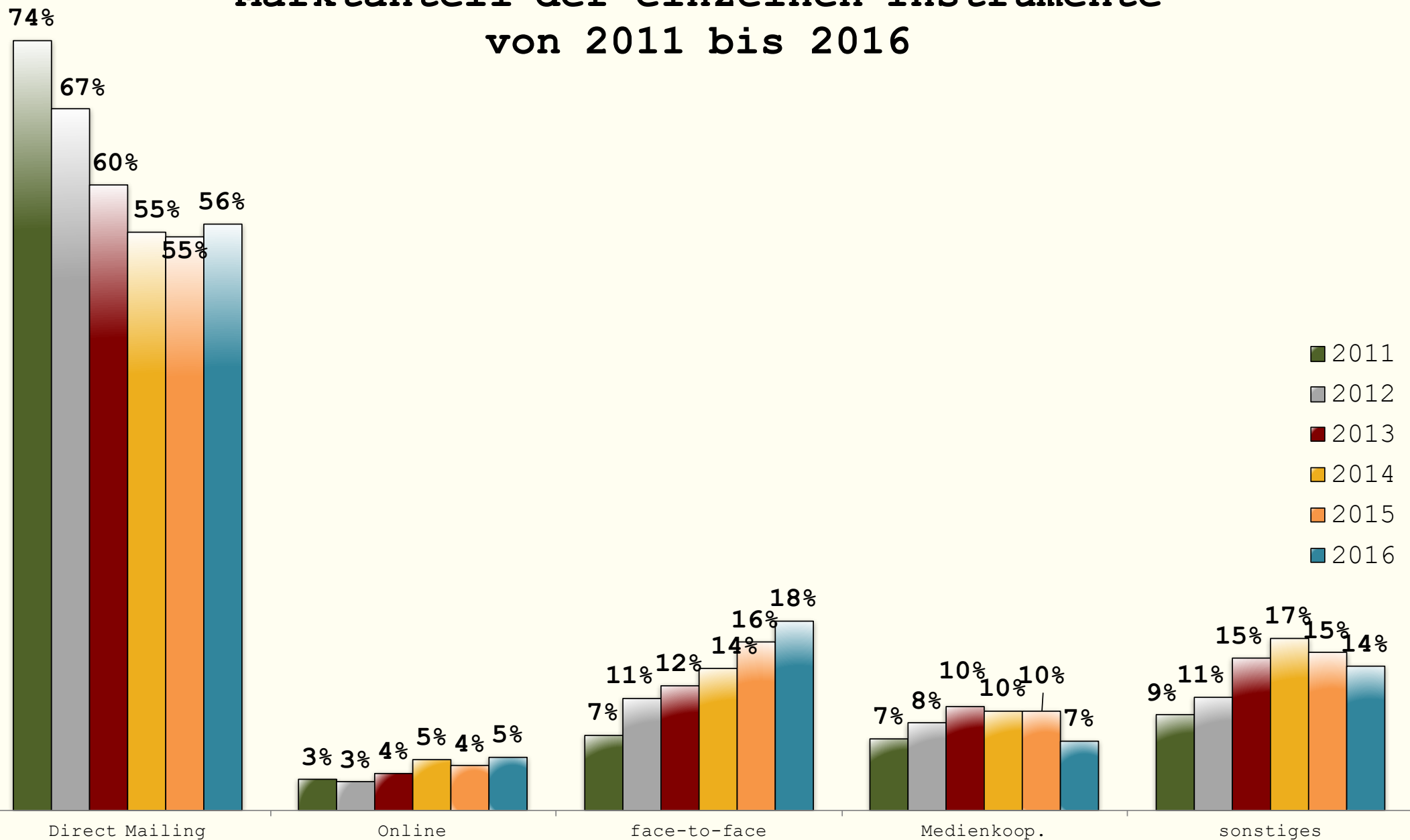
Wieviele Instrumente wurden jeweils pro
Organisation eingesetzt? 2011 vs. 2016



Eingesetzte Instrumente zur Neuspendergewinnung 2011 vs. 2016



Marktanteil der einzelnen Instrumente von 2011 bis 2016



Zusammenfassung

- Anzahl der NeuspenderInnen ist von 2011 bis 2016 nur leicht rückgängig (Bereinigt um die Zahlen, die von der Hungerkatastrophe in Ostafrika 2011 herrühren)
- Direct Mailing nach wie vor stärkstes Instrument; ist in den letzten 3 Jahren stabil geblieben
- Die Marktanteile der anderen Instrumente verschoben sich. Face to Face wird kontinuierlich stärker. Online bleibt auf bescheidenem Niveau.
- Man muss nicht zwingend alle Instrumente im Einsatz haben, um erfolgreich zu sein.

Kontakt Daten bei Rückfragen zur Studie:

gd fundoffice GmbH
Margaretenstraße 44/11, 1040 Wien
www.fundoffice.at

Mag. Georg Duit
Tel. +43 676 771 07 07
georg.duit@fundoffice.at

Mag. Franziska Spielleuthner
Tel. + 43 676 32 44 076
franziska.spielleuthner@fundoffice.at