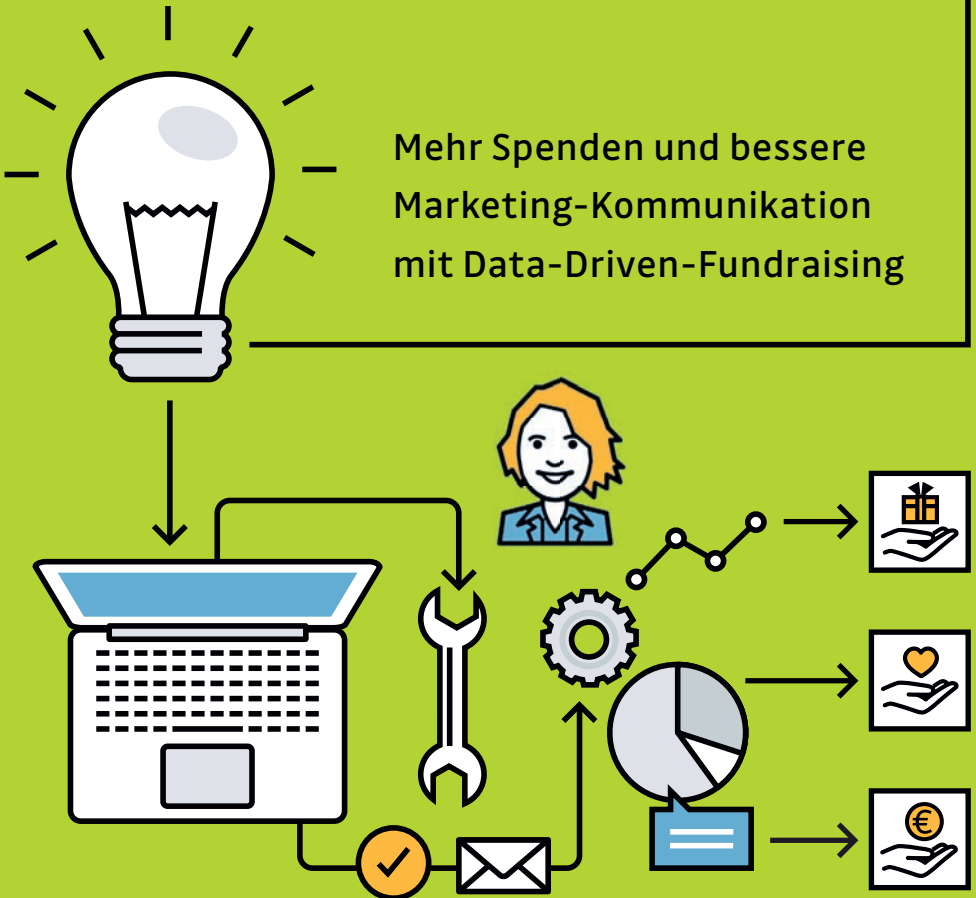


ANDREAS BERG

DATABASE + FUNDRAISING

Mehr Spenden und bessere
Marketing-Kommunikation
mit Data-Driven-Fundraising



2 Daten

„Selbst, wenn Sie das bestmögliche CRM-System haben, spielt das keine Rolle, wenn Ihre Daten Mist sind.“

Ivan Wainewright¹, britischer Database-Fundraising-Spezialist

Im Mittelpunkt des Database-Fundraisings stehen die Daten. Buchstäblich gar nichts funktioniert, wenn man nicht die richtigen und vollständigen Daten hat. Verglichen mit allen anderen Arbeitsfeldern nehmen die Sammlung, Kontrolle, Pflege und Aufbereitung von Daten den größten Raum ein.²

2.1 Arten

In einem Fundraising-System gibt es mehrere Arten von Daten, über die ein kurzer Überblick gegeben werden soll. Dies ist keine technische Darstellung, also keine Übersicht, wie diese Daten in einer Datenbank gespeichert werden, sondern die Strukturierung erfolgt inhaltlich.

- » Zu den **Personendaten** gehören alle Daten, die Kennzeichen einer (juristischen oder natürlichen) Person sind. Dies sind vor allem Name, d. h. Vorname, Familienname und Titel, sowie Präfix (von, van etc.) und Suffix (z. B. Junior). Für die Titel werden mindestens drei Felder benötigt, da Titel entweder vor dem Vornamen stehen können (z. B. Dr.), zwischen Vor- und Nachnamen (Graf, Kardinal) oder nach dem Nachnamen (wie die meisten akademischen Titel seit 1998: M.A. oder B.A.). Einige dieser Titel sind zudem Namensbestandteile (Professor, Doktor), und einige nicht (Diplom, Master). Strikt von den Titeln zu

1 Wainewright 2017, S. 17: „Even if you have the best possible CRM system, it still doesn't matter a hoot if your data is rubbish, your users not trained, your processes not defined, your project management and implementation managed badly [...]“.

2 In diesem Sinne auch Nandeshwar und Devine, Pos. 541ff.

unterscheiden sind Funktionsbezeichnungen wie Bürgermeister, MdB und dergleichen, vor allem, weil sie nur temporär gelten.

- » **Kontaktdaten** sind Informationen, die Sie benötigen, um eine Person zu kontaktieren, also postalische Anschrift, E-Mail, Telefon, Messenger-Adressen, Benutzernamen in sozialen Medien usw. Ein gutes Fundraising-System sollte die Möglichkeit bieten, mehr als eine Adresse zu hinterlegen, um z. B. den Zweitwohnsitz oder die Dienstanschrift abzubilden. Aber auch vier Telefonnummern (Festnetz, Büro, Handy privat, Handy beruflich) sind heute keine Seltenheit mehr. Viele Menschen haben zudem mehrere E-Mail-Adressen für unterschiedliche Zwecke (private Mails, berufliche Mails, Newsletter zu Thema X, Ehrenamt usw.).³ Für alle Kontaktdaten muss die Verwaltung von Opt-in oder Opt-out einzeln möglich sein. Ein Opt-in für alle E-Mail-Adressen etwa wäre nicht nur datenschutzrechtlich fragwürdig, sondern würde die Steuerung von Kommunikationspräferenzen erschweren, z. B. wenn eine Spenderin Newsletter unter der einen E-Mail-Adresse abonniert, Dank-Service-Mails an eine andere Adresse gehen sollen und die elektronische Zuwendungsbestätigung (eZWB) an die Mailadresse des Steuerberaters. In vielen NGOs sind diese Herausforderungen schon tägliche Praxis und sie werden sicher zunehmen.

- » **Beziehungsdaten** sind Angaben über Beziehungen zwischen verschiedenen Personen. Dies können Verbindungen zwischen natürlichen Personen sein, wie Familien oder auch Bekanntschaften. Weiterhin bestehen Beziehungen zwischen juristischen und natürlichen Personen, wie Mitgliedschaften, Mitarbeiterverhältnisse, Studium etc. Schließlich gibt es Beziehungen zwischen juristischen Personen, wie Konzernstrukturen, Filialen oder die Strukturen föderaler NGOs. Beziehungsdaten gewinnen zunehmend an Bedeutung. Sie sind

3 Vgl. Kraus, S. 325 f.

wichtig, um etwa ein Ehepaar, eine Familie richtig und nur einmal anzuschreiben, auch dann, wenn es Unterschiede bei den Nachnamen gibt.

Ein Zukunftstrend wird die Nutzung von persönlichen Netzwerken der NGO-Unterstützer und Mitarbeiter werden. Also z. B. die Erkenntnis, dass ein potenzieller Großspender als Ansprechpartner einer Firma schon bekannt ist. Oder dass ein neues Mitglied schon als Kontakt der Presse- oder Lobbyingteams in Erscheinung tritt. Vielleicht ist auch jemand bei einem Zuwendungsgeber beschäftigt und gleichzeitig als Petitionsunterzeichner vermerkt. In all diesen Fällen wäre es notwendig, die Fundraising-Kommunikation entsprechend anzupassen. Die technischen Möglichkeiten dazu sind in vielen Systemen bereits vorhanden.

- » **Buchungsdaten** enthalten alle Zahlungen, die ein Unterstützer geleistet hat. Zu den Buchungen ist mindestens festzuhalten, wer, wann, wie viel, woraufhin, wofür, wie und woher gespendet hat. Die Tabelle auf der nächsten Seite gibt einen Überblick.

Frage	Bezeichnet	Erläuterung	Relevant für ZWB	Abstimmung Hauptbuch
Wer?	Spender	entspricht dem Kontoinhaber	ja	nicht zwingend notwendig
Wann?	Zahlungsdatum	Buchungsdatum des Kontoauszugs	ja	für Abstimmungen notwendig
Wie viel?	Betrag		ja	zwingend notwendig
Wofür?	Mittelverwendung	Sach- bzw. Erlöskonto, evtl. Hierarchie: 1. Bereich/Thema 2. Fonds 3. Projekt	teilweise	zwingend notwendig, muss abgestimmt werden
Woraufhin?	Aktion	Wodurch wurde die Spende ausgelöst? Fundraisingdimension	nein, nur für Auswertungszwecke	nicht notwendig
Wie?	Zahlungsart		nein	nicht notwendig
Woher?	Konto- verbindung	IBAN, Kreditkartennummer etc.	nur für die Dokumentation der Zuordnung	nicht notwendig
Wohin?	Eingangskonto			für Abstimmungen notwendig

Abbildung 1: Die acht „W“ der Spendenbuchung⁴

4 Die acht „W“ werden von mehreren Kolleginnen und Kollegen zur Veranschaulichung benutzt. Leider ließ sich die/der Urheber(in) nicht mehr herausfinden, insofern bitte ich die fehlende Quellenangabe zu entschuldigen.

Die Antworten auf die Warum- und Wofür-Fragen müssen auf jeden Fall getrennt gespeichert werden. Sonst ist es nicht möglich, Verwendungszweckänderungen korrekt abzubilden. Nehmen wir an, ein Weihnachtsmailing wirbt um ungebundene Spenden, aber der Unterstützer vermerkt bei der Überweisung, dass das Geld für Wasserprojekte ausgegeben werden soll. In dem Fall ist das Weihnachtsmailing immer noch der Auslöser der Spende, die also auf diese Aktion verbucht werden sollte. Zwingend muss aber die gewünschte Mittelverwendung eingehalten werden. Dazu sind wir als Fundraiser nicht nur moralisch, sondern auch rechtlich verpflichtet. Die Einhaltung der Mittelverwendung muss lückenlos dokumentiert sein. Dafür muss eine Abstimmung der Spendenbuchhaltung mit der Finanzbuchhaltung auf Ebene der Sachkonten stattfinden. Zusammenfassungen sind dabei zulässig, d. h. es muss nicht eine Einzelspende belegt werden, sondern die Einhaltung der Mittelverwendung insgesamt.

Besondere Bedeutung haben die Buchungsbestandteile, die relevant für die Erstellung der Zuwendungsbestätigung (ZWB) sind.⁵ Bei diesen gibt es klare Regelungen der Finanzbehörden für die Erfassung. Dies betrifft die Zuordnung einer Spende zum Spender, das Zahlungsdatum und den Betrag. Die Zweckbindung wird bei der ZWB-Erstellung für die Identifikation der Zuwendungsart (Geldzuwendung, Mitgliedsbeitrag, Sachzuwendung, Aufwandsverzicht) benötigt.

Die Speicherung der Kontoverbindung (IBAN, Kreditkartennummer o. Ä.) ist sinnvoll, um bei Klärungsbedarf oder im Fall einer Betriebsprüfung die Zuordnung der Spende nachvollziehen zu können. Die Kombination von IBAN und Kontoinhaber ist die sicherste Methode, eine Spende einem Unterstützer zuzuordnen. Deswegen wird der Kontoinhaber im elektronischen Kontoauszug von den Banken für jede Zahlung

5 Jedes Fundraising-System muss in der Lage sein, die Zuwendungsbestätigungen zu archivieren und Zweitschriften/Doppel zu reproduzieren. Zweitschriften müssen gekennzeichnet werden. Die Original-Bestätigungen müssen elektronisch archivierbar sein. Die Reproduktion darf sich vom Original nicht unterscheiden, im Zweifel sind Fotokopien oder Scan-PDFs abzulegen. Da bei Sach- und Aufwandsverzichtsspenden die ZWB handschriftlich unterschrieben werden muss, ist hier die Ablage als Kopie unumgänglich.

übermittelt. Dadurch wird auch (schon rein rechtlich) definiert, wer der Spender ist. Spender ist die Person, aus dessen Vermögen die Spende stammt. Bei einer Überweisung ist das immer der Kontoinhaber. Hat ein Ehepaar ein gemeinsames Konto, so sind beide zusammen als Spender anzusehen und die Spende muss auf das Ehepaar verbucht werden. Aus Fundraisingsicht kann das problematisch sein, denn ein gemeinsames Konto bedeutet nicht, dass die Spendenscheidung auch gemeinsam getroffen wurde. Trotzdem muss die Buchung auf den Kontoinhaber erfolgen, um die rechtlichen Vorgaben einzuhalten und die ZWB entsprechend ausstellen zu können.⁶

Sind die Informationen zum Spender nicht vollständig, weil z. B. nur der Name bekannt ist, so sollte trotzdem ein Spenderdatensatz angelegt werden. Dies erleichtert die Zuordnung von Folgespenden und ggf. die Vervollständigung der Spenderdaten. Zudem wäre sonst die Anzahl der Spender in keiner Auswertung korrekt.

Für die Dokumentation der korrekten Zuordnung sollte die Kontoverbindung nicht nur in der Spendenbuchung, sondern auch beim Spender gespeichert werden. Nur so kann sie bei der Zuordnung der nächsten Spende genutzt werden.

Die Frage, wie gespendet wurde, bezieht sich auf die Zahlart, also per Überweisung, Kreditkarte, Barspende, Einzellastschrift, Mehrfachlastschrift, Dauerauftrag oder Online-Bezahldienst (z. B. PayPal). Bei Lastschriften empfiehlt es sich, zusätzlich eine Verlinkung zu den Lastschriftdaten abzuspeichern, um Servicefragen schneller klären zu können und eine automatische Verbuchung von Rücklastschriften zu ermöglichen.

6 Unter bestimmten Bedingungen ist die Umbuchung auf eine andere Person als den Kontoinhaber möglich. Das setzt aber eine schriftliche Erklärung des/der Kontoinhaber voraus. Wie derartige Fälle behandelt werden, sollte im Dialog mit Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und/oder zuständigem Finanzamt geklärt werden.

- » Nicht direkt zu den Buchungsdaten gehören die **Vertragsdaten**. Hier werden die Informationen zu Dauerunterstützungen gespeichert, wie Mitgliedschaften oder Patenschaften. Dazu gehören die Höhe der Unterstützung, der Zahlungsrhythmus, die Zahlart, die Herkunft und der Verwendungszweck. Hinzu kommt noch eine Reihe weiterer Informationen je nach Art der Dauerspende. Diese können recht komplex sein, z. B. bei Kinderpatenschaften oder bei Mitgliedschaften föderaler Organisationen. Von Vorteil ist in vielen Fällen eine sogenannte Vertragslogik, bei der verschiedene Formen der Dauerunterstützung auf dieselbe Art und Weise abgebildet werden. Eine Person kann dann beliebig viele Verträge haben. Es gibt durchaus NGOs, bei denen Förderer mehrere Patenschaften abschließen. Das sollte getrennt angelegt und dokumentiert sein; jedenfalls nicht als reine Erhöhung einer einzelnen Patenschaft, weil dies für Spender und NGO nur schwer nachzuvollziehen ist und die korrekte Abbildung der Mittelverwendung nur mit Mühe gewährleistet werden kann.

- » Kontakthistorie und **Dokumentationsdaten** machen die bisherige Kommunikation mit dem Spender nachvollziehbar. Wann ist er womit angesprochen worden? Welche Fragen hat er gestellt, welche Beschwerden gab es und welches Lob? All das kann für die Folgekommunikation und die individuelle Ansprache hilfreich sein, besonders dann, wenn die entsprechenden Dokumente (Briefe, Mailings, E-Mails etc.) ebenfalls hinterlegt und auf Knopfdruck abrufbar sind. Hilfreich ist auch die Erfassung von Gesprächsnotizen aus Telefonaten und persönlichen Gesprächen. In der Praxis bleibt dies oft aus Zeitgründen aus, ganz einfach, weil das Telefon klingelt oder das nächste Großspendengespräch wichtiger erscheint als die Dokumentation des letzten. Ein Hinweis darauf, dass Datenpflege und Datenqualität in den NGOs noch nicht wichtig genug genommen und nicht konsequent genug als eigene Ziele verfolgt werden.

- » **Kampagnendaten** erfassen alles Wissenswerte über die eigenen Kampagnen und Aktionen, wie Zeitpunkt, Dauer, Kanal, Inhalte und Themen, Ziele, Zielgruppen und Selektionsschema, Varianten, Verantwortliche und beteiligte Mitarbeiter, Dokumente, Mittelverwendung, Budget und Kosten usw. In vielen Systemen können inzwischen auch Zeitpläne und To-Dos hinterlegt werden. Was genau erfasst wird, hängt stark von der Art der Aktion ab. Bei Face-to-Face-Kampagnen kommen beispielsweise noch Standorte und Dialoger hinzu. Zu den Kampagnendaten gehört auch die Abbildung der Folgekommunikation, sei es in Form von Dankbriefen oder den Regeln für Donor-Journeys. Die Erfassung von Themen sollte unabhängig von der Frage der Zweckbindung erfolgen. Da Letztere vor allem eine buchhalterische Funktion hat, bildet sie die tatsächliche Kommunikation nur unzureichend ab.

- » Der Vollständigkeit halber seien noch zwei weitere Rubriken erwähnt, mit denen die Benutzer nur selten in Berührung kommen. **Metadaten** sind Daten über Daten. Sie dienen einerseits technischen Zwecken, andererseits der Dokumentation und Nachvollziehbarkeit. Für die Anwender ist die Änderungshistorie der wichtigste Teil dieser Daten.

- » **Benutzerdaten** speichern alles, was sich auf einen Benutzer bezieht, also Name, Passwort, Berechtigungen und Ähnliches. Zu ihnen gehören auch die Arbeitslisten, also die To-Dos, die vom System oder anderen Benutzern hinterlegt werden.

- » Schließlich sind noch **aggregierte Daten** zu nennen. Hier werden Daten so aufbereitet, dass sie für bestimmte Zweck schnell und einfach genutzt werden können. Zunehmend große Bedeutung haben sogenannte Views oder Data-Cubes, die vor allem Buchungs- und Fördererdaten für Auswertungen und Selektionen zusammenfassen.