



*Europas großes Spendenportal
für weltweite Hilfsprojekte*

Spendenportale und andere innovative Fundraising-Konzepte

Dienstag, den 28. April 2009
DZI Spenden-Siegel FORUM 2009



Agenda

Vorstellung HelpDirect

Spendenportale in Deutschland

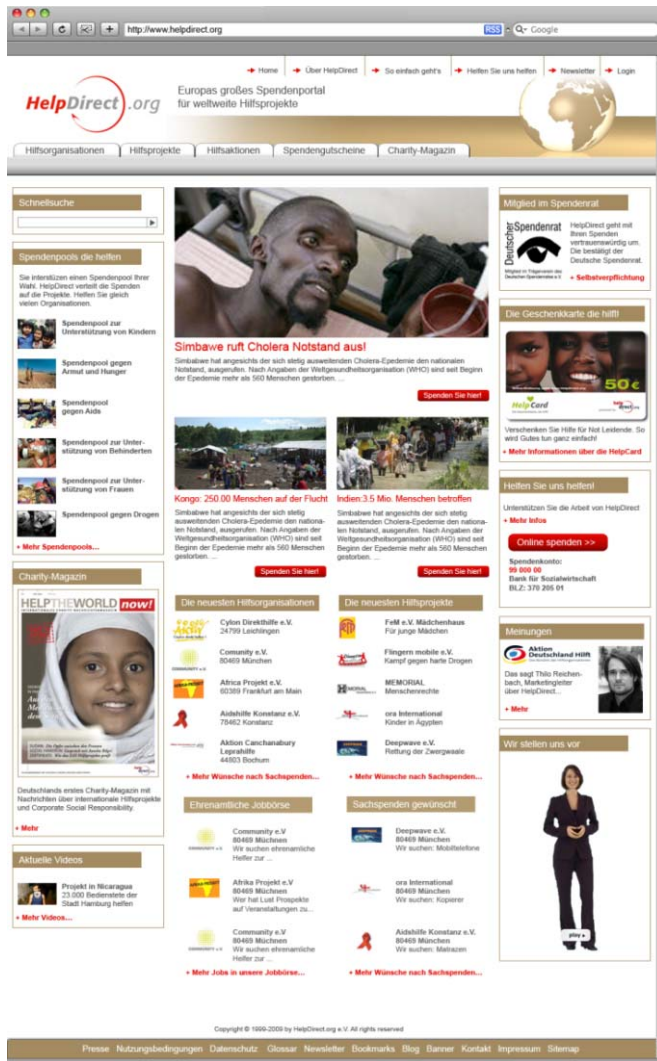
- Der Markt der Spendenportale
- Versuch einer Strukturierung
- Chancen und Risiken
- Ausblick in die Zukunft

Neue Fundraising-Konzepte

- Social Business – was ist das?
- Unternehmertum mit sozialem Engagement
- Die HelpGroup GmbH



Erstes deutsches Spendenportal



(Neues Webdesign ab Juni 2009)

- Das Portal **www.HelpDirect.org** wurde 1999 gegründet und war somit **das erste deutsche Spendenportal**, an dem sich viele danach erst entwickelte Portale dieser Art orientierten. Es wird betrieben vom gemeinnützigen Verein „**Aktion HelpDirect e.V.**“
- Bei HelpDirect kann sich jeder Spender umfassend über **ca. 700 Organisationen und ihre Hilfsprojekte in 130 Ländern** informieren und spenden. So entsteht eine umfangreiche Transparenz für den Spender.
- Die Nutzung des Dienstes ist **kostenlos**. Die Spenden fließen direkt den Hilfsprojekten zu. Das Portal finanziert sich über Sponsoren.
- Viele Medienanbieter (**ARD, ZDF, etc.**) sowie auch Bundesbehörden (**Bundespräsident Köhler, Ministerien, etc.**) nutzten HelpDirect bereits zum Aufruf bei Spendenaktionen.
- HelpDirect gilt seit Jahren als **das führende deutschsprachige Spendenportal für internationale Hilfsprojekte** im Bereich der humanitären Hilfe, sowie des Umwelt, Natur- und Tierschutzes.



Der Markt ist unübersichtlich



www.hilfsorganisationen.de



Mehr als Mitarbeiter und Konsument



sozialhelden.de



SOCIALPOWER.NET



Versuch einer Strukturierung

	1999	2001	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Reine Charity-portale	HelpDirect	Spendenportal	Deutsches Spendenparlament	Hilfsorganisationen	charity-label	charityangel Spenden.de		Spendenspiegel	Engagiert-in-Deutschland sofortspenden
Charity-shops		PlanetHelp			clever-spenden	Charityauktion SocialPower Ycare.de		WeSaveTheWorld spendenkarte Clicks4charity Sei-sozial	
Charity-Web 2.0					ammado		Sozialhelden Reset Fairdo betterplace	Kaioo Weltretter Netzwerken Ideenzutaten Helpedia Ido-world	wikando
New Charity-konzepte						emailcharity stargebot			

Blau = Gemeinnützige Anbieter, Schwarz = Private Initiativen, Rot = Gewerbliche Anbieter



Chancen + Risiken

Chancen

- Immer mehr junge Menschen werden sozial aktiv
- Je mehr Websites sich mit sozialer Verantwortung beschäftigen, um so mehr Öffentlichkeit wird aktiviert
- Das Internet entwickelt sich zur führenden Kommunikationsform der kommenden Generationen
- Im Katastrophenfall viele Möglichkeiten der Spendengenerierung
- Wettbewerb belebt das Geschäft
- Es entstehen neue Konzepte und Ideen für das Fundraising

Risiken

- Der Markt der Anbieter wird unübersichtlich. Die Organisationen können nicht überall vertreten sein. Was ist das richtige Portal für welche Organisation?
- Die klassischen NPOs/NGOs verlieren an Bedeutung
- Die neue Spendergeneration wird selbst aktiv werden und einzelne Empfänger direkt unterstützen
- Die gewerblichen Portale wollen alle Profit machen. Aber wie? Viele werden auf der Strecke bleiben
- Das Missbrauchsrisiko steigt. Konzepte wie das „Web of Trust“ werden dazu einladen
- Wem gehören die Spenderdaten?



Die Zukunft der Spendenportale?

- Die rein ehrenamtlich betriebenen Spendenportale werden selbständig weiterarbeiten. Hier wird es unterschiedlich erfolgreiche Konzepte geben. Einige werden aufgeben.
- Im Bereich der gewerblichen Anbieter werden (wie auch in anderen Internetsparten) nur 2-3 Portale überleben, da die Businessmodelle nicht ausgereift genug sind oder der geplanten Erlöse nicht schnell genug zum tragen kommt.
- Portalbetreiber fusionieren, da sie alleine nicht überlebensfähig sind (siehe Elargio + Helpedia)
- Ehemals engagierte Gründer werden enttäuscht aufgeben und andere Wege des sozialen Engagements suchen
- Internationale Anbieter werden den deutschen Markt für sich entdecken. Vor allem aus dem angelsächsischen Bereich.
- Portale werden bei der Generierung von Spenderdaten verstärkt in Wettbewerb zu direkten Organisationen treten
- Es wird gänzlich neue online / offline Modelle geben.



Neue Fundraising-Konzepte



Social Business – was ist das?



„Man kann eine Firma schaffen, die den Armen dient und bei der Profit ein Nebenprodukt ist, aber nicht das alleinige Ziel.“

Prof. Muhammad Yunus
Friedensnobelpreisträger 2006
Erfinder der Mikrokredite

- Prof. Yunus entwickelte zusammen mit dem Weltkonzern Danone 2006 das Grundkonzept zu einer „**Social Business Company**“. Inzwischen haben weitere Konzerne wie Intel oder BASF ähnliche Projekte realisiert.
- Investoren erhalten Ihre Einlagen mit niedriger Verzinsung zurück, behalten aber ihre Unternehmensanteile und könne sich so **weiterhin für das Unternehmen engagieren**.
- Realisierte Gewinne werden in den weiteren Ausbau des Unternehmens reinvestiert. **Die Gesellschafter erhalten keine Gewinnausschüttung**.



Gründung der HelpGroup GmbH



„Das Hauptziel der HelpGroup ist es, mit speziell entwickelten Produkten und Geschäftsmodellen mehr Spender und Spenden zur Unterstützung der Hilfsorganisationen bei HelpDirect zu gewinnen.“

„Dies wollen wir tun unter der Nebenbedingung, dass die Tätigkeit so viel einbringt, dass die dafür notwendigen Ressourcen in personeller und sachlicher Hinsicht professionell geleistet werden können.“



Gründung der HelpGroup GmbH



„Das Hauptziel der HelpGroup ist es, mit speziell entwickelten Produkten und Geschäftsmodellen mehr Spender und Spenden zur Unterstützung der Hilfsorganisationen bei HelpDirect zu gewinnen.“

„Dies wollen wir tun unter der Nebenbedingung, dass die Tätigkeit so viel einbringt, dass die dafür notwendigen Ressourcen in personeller und sachlicher Hinsicht professionell geleistet werden können.“



Das Help-Konzept

Der neue gewerbliche Bereich der Help-Gruppe musste aus rechtlichen Gründen vom gemeinnützigen Bereich getrennt werden. Somit entstand die HelpGroup GmbH.



- Der Verein Aktion HelpDirect e.V. vertritt den gemeinnützigen Bereich der Help-Gruppe.
- Mitglied im Deutschen Spendenrat und anderen wichtigen Verbandsorganisationen
- Verwaltung und Verteilung aller Spendengelder an die Partnerorganisationen
- Mit 30 % als Gesellschafter an der HelpGroup GmbH beteiligt
- Die HelpGroup GmbH vertritt den gewerblichen Bereich als Social Business Company
- Verantwortet den gesamten operativen Aufwand, Produktentwicklung, Vertrieb und Marketing
- Bündelt notwendige Investitionen in den Aufbau der Help-Gruppe
- Schließt Partnerschaften mit Vertriebs- und Handelspartnern



Das Help-Produktportfolio

Die HelpGroup wird unterschiedliche Produkt- und Geschäftsfelder etablieren, die sich alle gegenseitig ergänzen. Somit entsteht ein Portfolio an Help-Produkten die sich gegenseitig beim Vertrieb unterstützen. Es wird über die Generierung von Spendenquittungen möglich sein, eine umfassende Datenbank mit spendenaffinen Verbrauchern und Firmen aufzubauen. In dieser Web 2.0 **HelpCommunity** können Teilnehmer der einzelnen Programme ihre getätigten Spenden verwalten, mit anderen Teilnehmern kommunizieren und ihre Spendenerfolge über ein Spendenranking vergleichen. Der Nutzer einer **HelpCard** ist auch ein potentieller Kunde für **HelpMoney**. Ein Unternehmen, das den **HelpScheck** eingesetzt hat, ist auch ein potentieller Partner für den **HelpCoupon**, usw.



Help Group
The Social Business Company



Die erste Social-Giftcard

Produktbeschreibung: Die HelpCard ist die **weltweit erste Geschenkkarte**, mit der einzelne Hilfsprojekte von 700 Hilfsorganisationen direkt unterstützt werden können. Der Wert der Karte kann in 10 €-Schritten auf ausgewählte Hilfsprojekte unter www.HelpDirect.org gespendet werden. Es ist ein **ideales Geschenk** für Freunde, Familie und Verliebte um Notleidende zu unterstützen.

Markt: In Deutschland und den wichtigsten europäischen Ländern gibt es **kein vergleichbares Produkt**. Generell werden GiftCards immer populärer. Pro Kopf kauften die US-Bürger in 2006 durchschnittlich 4,6 GiftCards. Laut einer Studie von Deloitte zählen Geschenkkarten und Gutscheine **schon heute in Deutschland zu den bevorzugten Geschenken**. Weihnachten 2006 waren sie nach Büchern das zweithäufigste Präsent. Der US-Markt umfasst **80 Milliarden US-\$**, in Deutschland rechnet man in 2011 mit **17 Milliarden Euro**.

Vertriebswege: Neben einem eigenen Internetshop werden weitere Vertriebswege etabliert: Zusätzliche Onlinepartner, große Retailer, Fachhändler, Einzelhändler, Softwareanbieter für Kassensysteme, Netzbetreiber von Kreditkartenterminals u.v.a..

Folgende Kooperationspartner konnten bereits seit Anfang 2009 gewonnen werden:

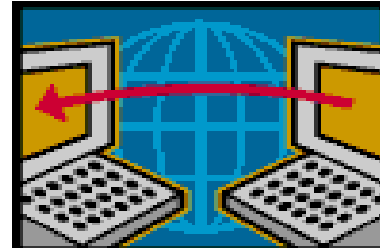


Die Geschenkkarte, die hilft!

Vier emotionale Motive mit unterschiedlichen Werten wurden bereits seit Anfang 2009 im Handel eingeführt. Weitere Motive und Themen können jederzeit je nach Partnergröße für den Handel entwickelt werden. Auch das Markenlogo des Handelspartners lässt sich auf der HelpCard integrieren.



HelpCard – Wie funktioniert sie?



- Der Handelspartner erhält einen eigenen Nummernkreis für seine HelpCards. Diese werden vor dem Verkauf in die HelpDirect-Datenbank eingespielt. Später kann der Handelspartner über einen Analysezugang die Abverkäufe und die Spendenzuordnung nach Ländern und Kategorien nachverfolgen.
- Ein Kunde kauft die HelpCard im Handel. Die Karte wird an der Kasse per EAN-Code am POS eingelesen.
- Die Abverkaufsdaten werden täglich per Datei an easycash zur Einarbeitung und Weiterleitung an HelpDirect übersandt. Die HelpCard muss innerhalb von 24 Stunden auf "aktiv" gesetzt werden.
- Der Käufer verschenkt die HelpCard an Freunde, Verwandte und Kollegen – oder nutzt sie einfach selbst!



HelpCard – Und was dann?



- Der Beschenkte sucht auf dem Spendenportal HelpDirect ein Hilfsprojekte seiner Wahl aus. Er hinterlegt im Spendenformular den Wert der HelpCard. Somit wird er zum emotionalen Spender und unterstützt ausgewählte Projekte.
- Die Spendendaten werden bei HelpDirect gesammelt und in einer Zwischendatei solange gespeichert, bis die Spendenbeträge über die Handels- und Vertriebspartner physikalisch auf dem Konto von HelpDirect eingetroffen sind
- Der vollständige Aufladebetrag wird von easycash beim Händler eingezogen und über die HelpGroup an HelpDirect weitergeleitet. Gleichzeitig erfolgt die Berechnung der Aufwandsentschädigung an die HelpGroup. Die Abrechnung mit dem Händler erfolgt über easycash. Sowie die Spenden bei HelpDirect vorliegen, werden sie an die vom Spender ausgewählte Organisation weitergeleitet.
- Zum Schluss freuen sich alle: **Der Käufer** - weil er ein sinnvolles Geschenk ausgewählt hat. **Der Beschenkte** - weil er auswählen durfte, welche Projekte unterstützt werden. **Die Vertriebs- und Handelspartner** – weil sie helfen konnten das Spendenvolumen zu steigern und dafür auch noch eine Aufwandsentschädigung erhalten. **Die Organisationen** – weil sie Spenden erhalten, die ohne die HelpCard niemals zu ihnen gelangt wären!



HelpDirect + HelpGroup

*Mit diesem Engagement wollen wir das
Spendenverhalten in Deutschland
nachhaltig stärken.*

Das ist unser Ziel!



Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Aktion HelpDirect e.V. + HelpGroup GmbH
D-53347 Bonn-Alfter, Ahrweg 107
www.HelpDirect.org www.HelpGroup.de



Help Group
The Social Business Company



Chancen für die Organisationen?

- Spenden werden immer mehr über das Internet abgewickelt
- Impulsspenden zukünftig auch über Handy's und PDA's
- Das Internet bringt Spender und Empfänger immer stärker zusammen
- Die Spender wollen die Ergebnisse ihres Engagements sehen
- Die Organisationen werden immer mehr zum Mittler zwischen Spender und Empfänger
- Der Spender wird immer mehr projekt- und personenbezogen spenden
- Personalisierte Spenderansprache wird die Basis des Erfolgs
- Neben der Marke und den Projekten steht die Kommunikationspolitik für den Erfolg einer Organisation
- Die Websites der Organisationen werden sich zu eigenen Community-Plattformen entwickeln
- Wie in der Wirtschaft: Nicht die Großen fressen die Kleinen, sondern die Schnellen die Langsamen

