



Mit dem Schwarm mehr erreichen:  
**FUNDRAISING DURCH CROWDFUNDING**

# CROWDFUNDING-SPENDENKAMPAGNEN ERFOLGREICH UMSETZEN



# DANIELA ANTONS

- Ausbildung zur Beraterin für Soziale Bewegungen  
/ **KURVE Wustrow**
- Ausbildung Campaigning  
/ **Campact**
- Campaigning und Beratung für Kampagnenstarter\*innen  
/ **GoFundMe**
- Social Media Redaktion & Crowdfunding  
/ **SOS MEDITERRANEE – jetzt SOS HUMANITY**

## Aktuell:

- Seit 2022 Fundraising-Blog & Newsletter für NGOs  
/ **betterplace.org**
- Seit 2018 freie Trainerin und Beraterin



Wie sieht eure bisherige **Erfahrung**  
mit **Crowdfunding** aus?

# ERFOLGSFAKTOREN DER UMSETZUNG

# ERFOLGS- FAKTOREN DER KONZEPTION

## DRINGLICHKEIT BEWUSST & IMPACT

- **Impact** klar: Spender\*innen können einen Unterschied machen
- **Dringlichkeit** des Problems
- Aktuelles **Problembewusstsein bei der Zielgruppe**, z.B. Thema aktuell in den Medien
- Transparentes, realistisches & nachvollziehbares **Spendenziel**

## STORYTELLING & EMOTION

- **Emotional bewegende und menschliche Geschichte**
- **Einfach** zu erzählende Geschichte
- **Evtl. polarisierende Geschichte:** Spende wird zu politischem Statement
- **Zielgruppenorientiert**

# ERFOLGS- FAKTOREN DER UMSETZUNG

## TEAM, ZUSAMMENARBEIT UND KOORDINATION

- Breit aufgestelltes Team mit verschiedensten Kompetenzen

## REICHWEITE & FREQUENZ

- Community und Netzwerk

## MOBILISIERENDE WIRKUNG

- Textliche & visuelle Umsetzung
- Persönlichkeit der Menschen vor der Kamera

## OWNERSHIP & DYNAMIK

- Unterstützer\*innen aktiv involvieren und zum Teil der Kampagne machen

# TEAM, RESSOURCENPLANUNG UND KOORDINATION



**FUNDRAISER\*IN BEZIEHT WEITERES TEAM ERST KURZ VOR START EIN**



Fundraising

FUNDRAISER\*IN

GROSSSPENDEN

KOOPERATIONEN &  
PARTNERSCHAFTEN

KAMPAGNENKOORDINATOR\*IN

Kommunikation

SOCIAL MEDIA  
REDAKTEUR\*IN

ONLINE  
REDAKTEUR\*IN

PRESSEREFERENT\*IN

FREIWILLIGEN-  
KOORDINATOR\*IN

Projekt

PROJEKTARBEIT

PROJEKTFINANZEN

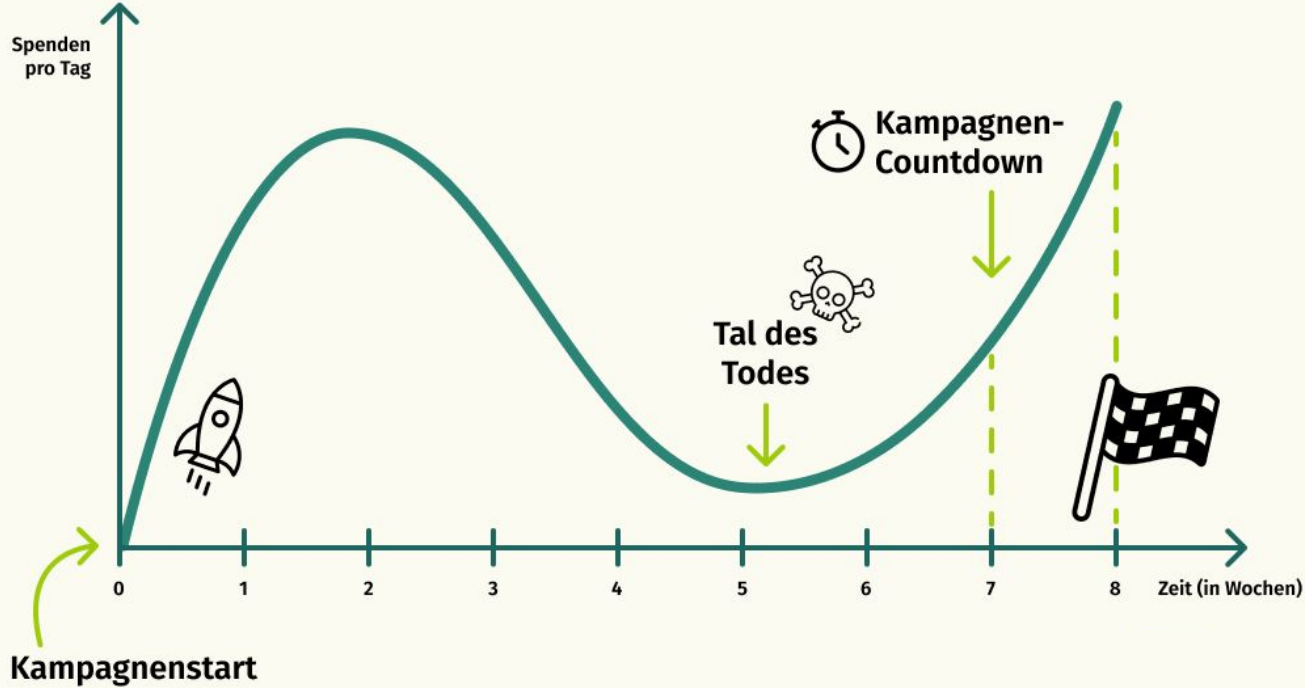
**BREIT**  
**AUFGESTELLTES**  
**KAMPAGNEN-TEAM**

# PERSÖNLICHKEIT DER MENSCHEN VOR DER KAMERA



 Tarik Tesfu

- ❑ Kann er\*sie die Story emotional und authentisch rüber bringen?
- ❑ Das Problem nicht theoretisch, sondern aus dem Leben, bildhaft, kurz und einfach erzählen
- ❑ Sympathieträger\*innen
- ❑ Auch möglich durch: Vereinsmitglieder, Mitarbeiter\*innen, Freiwillige, Spender\*innen



Joan-Carolin Paetz  
/ betterplace.org

## Typischer Verlauf einer Crowdfunding-Spendenkampagne

# Ressourcenplanung & Koordination

**KOMMUNIKATIONSANLÄSSE  
IDENTIFIZIEREN**

**INHALTLICHE PLANUNG: WAS WANN?**

**WELCHE KANÄLE & ZIELGRUPPEN  
WANN UND WIE BESPIELEN?**

**UNTERSTÜTZER\*INNEN UND  
MULTIPLIKATOR\*INNEN EINPLANEN**

**ZEITLEISTE & DEADLINES: WAS MUSS  
BIS WANN FERTIG SEIN?**

**WER MACHT WAS?**



# **KANÄLE, FREQUENZ & REICHWEITE**



**NUR EINE LANDINGPAGE AUFSETZEN**

## KOMMUNIKATION UND UPDATES



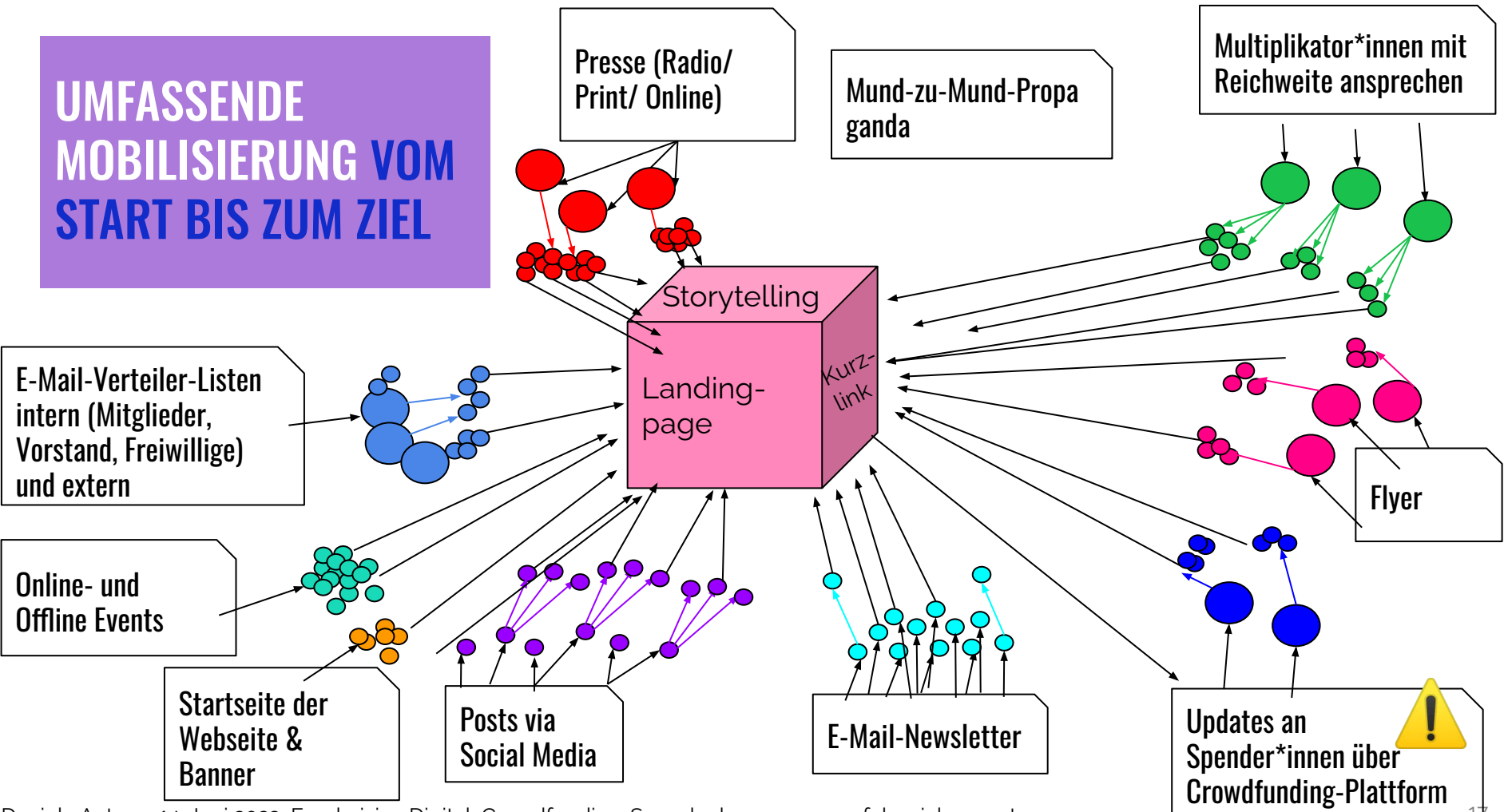
- ❑ Spender\*innen zum Teil der Geschichte machen: Sie machen einen Unterschied
- ❑ Meilensteine feiern und bedanken
- ❑ Menschen hinter der Kampagne sowie Community & Unterstützer\*innen zeigen
- ❑ Impact & Dringlichkeit

# COMMUNITY UND NETZWERK **NUTZEN**

Was bedeutet das?



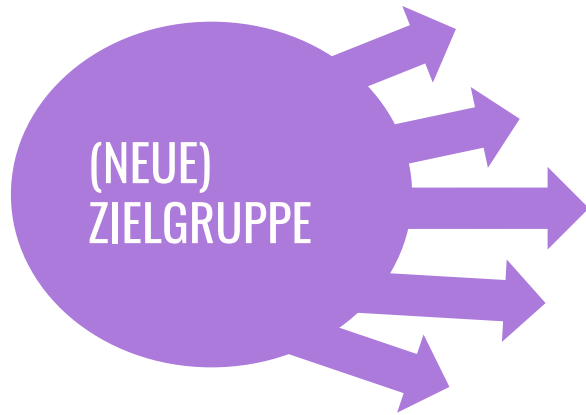
# UMFASSENDE MOBILISIERUNG VOM START BIS ZUM ZIEL





**EINGEHENDE ANALYSE VON NETZWERK UND RESSOURCEN**

# STRATEGISCHE ZIELGRUPPENORIENTIERUNG



WELCHE  
KOMMUNIKATIONSKANÄLE/  
KONTAKTPUNKTE?

ZIELGRUPPE  
DER ADS

WELCHE  
INFLUENCER\*INNEN  
ANSPRECHEN?

PRESSEARBEIT  
MIT WELCHEN  
ZIEL-MEDIEN?

WELCHER CALL TO  
ACTION PASST  
ZUM BISHERIGEN  
ENGAGEMENT?

WELCHE  
UNTERSTÜTZER\*INNEN UND  
MENSCHEN ZEIGE ICH?

WELCHEN  
HASHTAGS  
FOLGEN SIE?

**CONTENT, DER REICHWEITE  
ERZIHLT**



**POSTS WIE GÄNGIGE FUNDRAISING-KAMPAGNEN UND WERBEANZEIGEN**

Was bringt deinem  
Kampagnen-Content deiner Meinung  
nach besonders große **Reichweite auf  
Social Media?**

# CONTENT IST PLATTFORM-SPEZIFISCH

- ❑ NICHT Link zur Landingpage, sondern Content: Grafiken, Fotos & Videos
- ❑ Kampagnen-Content reflektiert Ästhetik, Ton und sozialen Charakter der jeweiligen Plattform
- ❑ Content-Formate, die die Plattformen bevorzugen, z.B. Reels auf Instagram zurzeit



**soshumanity\_de** Was für eine schöner Spendenaufruf ist das, bitte!? Danke dir, [@meret.becker](#) Becker, für deine Unterstützung!

Du möchtest ihrem Aufruf folgen!?! Dann mach es jetzt! Denn bis Januar legt die Stadt München für jeden Euro nochmal einen Euro drauf – bis zu einer Höhe von 100.000 Euro! Eine einmalige Chance – den Link zur Spendenseite der Stadt München findest du in der Bio.

## SOCIALIZE! SCHAFFT EMOTIONALE VERBINDUNG

- ❑ Zeigt euch authentisch, menschlich, emotional
- ❑ Wenn jemand das Crowdfunding teilt und euch markiert: In der Story teilen! Bedanken!
- ❑ Stellt Fragen, macht Umfragen - und reagiert auf die Antworten
- ❑ "Tagge eine Person" als Call to Action

 SOS Humanity – SOS Mediterranee Deutschland e.V.



- ❑ Warum sind die Menschen auf den Plattformen?  
Bietet ihnen genau das!
  - ❑ Unterhaltung und **Infotainment**
  - ❑ **Geschichten**
  - ❑ **News**
  - ❑ **Community**
    - ❑ Sich verbunden fühlen
    - ❑ Sich als Teil von etwas fühlen
  - ❑ Gefühl von **Selbstwirksamkeit – entgegen der Ohnmacht**: Ich kann einen Unterschied machen

## KAMPAGNEN-CONTENT MIT MEHRWERT

# STORYTELLING: ERZÄHLE BEWEGENDE (HELD\*INNEN-) GESCHICHTE

- ❑ Überraschend, emotional, bewegend
- ❑ Vermitteln die Werte einer Person oder der Organisation
- ❑ Zeigen, wie Menschen mit schwierigen Situationen umgegangen sind
- ❑ Held\*innengeschichten derjenigen, denen geholfen wird



📷 Anne Chaon/ AFP

🖍️ SOS MEDITERRANEE Deutschland e.V.

# STORYTELLING: ERZÄHLE BEWEGENDE (HELD\*INNEN-) GESCHICHTE

- ❑ Wenn Geschichten nicht mit der Crowdfunding-Kampagne in Bezug stehen – dennoch die Reichweite nutzen!

**soshumanity\_de** Das hat Youssouf\* in einem der Internierungslager in Libyen erlebt. Diesen und weitere Augenzeugenberichte von Minderjährigen, die über das zentrale Mittelmeer geflohen sind, findest du in unserem aktuellen Dossier „Schiffbrüchige Jugend“. ➔ Link in der Bio.

Seine Stimme darf nicht ungehört bleiben – teile jetzt seinen Augenzeugenbericht!

 Kevin McElvaney / SOS MEDITERRANEE

\* Zum Schutz der Minderjährigen wurden die Namen geändert. Das Foto stellt nicht den Minderjährigen hinter dem Zitat dar.

.  
. .  
. .  
. .

Wusstest du es schon!? Die Stadt München verdoppelt alle Spenden, die bis Ende Januar eingehen – bis zu einer Höhe von 100.000 Euro! Das heißt für jeden gespendeten Euro legt die Stadt München nochmal einen drauf. **Spende jetzt!**

➔ Link in der Bio.

SEKUNDÄRER  
CALL TO ACTION



Bis zu 100.000 Euro

## STADT MÜNCHEN VERDOPPELT SPENDEN AN SOS MEDITERRANEE

 SOS MEDITERRANEE France

 SOS MEDITERRANEE Deutschland e.V.

- ❑ Kampagnen-News als News publizieren
- ❑ Es gibt in den Medien aktuelle Neuigkeiten rund um das Thema eurer Crowdfunding-Kampagne?
- ❑ Rapid Response Crowdfunding: Starte die Kampagne dann, wenn das Thema aktuell in den Medien ist



IT'S HOT NEWS

# REICHWEITE VON ANDEREN NUTZEN



# HANDWERKSZEUG DES CAMPAIGNINGS

# HEMMEND

GLEICHGÜLTIGKEIT

GELASSENHEIT

HOFFNUNGSLOSIGKEIT

ISOLATION

SELBSTZWEIFEL



# MOTIVIEREND UND AKTIVIEREND

DRINGLICHKEIT

WUT ÜBER UNGERECHTIGKEIT

HOFFNUNG

SOLIDARITÄT & COMMUNITY

DU KANNST EINEN UNTERSCHIED MACHEN

💡 Quelle: Angelehnt an Sara Haghdosti. Präsentation beim CommunityRun Camp von GetUp! 2012 in Adelaide.

# Beispiel von SOS MEDITERRANEE/ SOS HUMANITY

40.000 Spendenziel  
+ 40.000 Verdoppelung  
durch Großspender

**80.000 EUR**

**4 WOCHEN GEMEINSAM  
FÜR DIE NOTVERSORGUNG  
VON FRAUEN AN BORD**

**- DEINE SPENDE WIRD  
VERDOPPELT!**



Aktion zum Weltfrauentag bis zum 4.4.

Bedarf: Notversorgung  
von Frauen und  
Mädchen durch eine  
**Hebamme** und eine  
**Krankenschwester** sowie  
**Betrieb der Bordklinik**  
für 4 Monate

Spezialisierte  
Notversorgung macht  
entscheidenden  
**Unterschied für Frauen,**  
die aus **Seenot gerettet**  
wurden

**Begrenzte**  
**Kampagnendauer von**  
**4 Wochen**

**Einmalige Gelegenheit:**  
Großspende und  
Angebot des Matchings

**Dringlichkeit hoch**

Anlass: **Weltfrauentag**  
– Thema Gewalt gegen  
Frauen und Mädchen  
medial groß

📷 Flavio Gasperini/ SOS MEDITERRANEE France

✏️ SOS MEDITERRANEE Deutschland e.V.



# TAG 1: KAMPAGNENSTART

**4 WOCHEN GEMEINSAM  
FÜR DIE NOTVERSORGUNG  
VON FRAUEN AN BORD**

**- DEINE SPENDE WIRD  
VERDOPPELT!**



**Aktion zum Weltfrauentag bis zum 4.4.**

📷 Flavio Gasperini/ SOS MEDITERRANEE France  
🖌️ SOS MEDITERRANEE Deutschland e.V.



IM FEED AUF DEN ERSTEN BLICK KLAR, WORUM ES GEHT



COMMUNITY



DU KANNST EINEN UNTERSCHIED MACHEN

# TAG 3: HINTERGRUNDINFO

**BLICK HINTER DIE KULISSEN:**

**UNTERKUNFT FÜR  
FRAUEN AN BORD**



**AKTION: 4 WOCHEN GEMEINSAM FÜR DIE NOTVERSORGUNG GERETTETER FRAUEN**

 SOS MEDITERRANEE France  
 SOS MEDITERRANEE Deutschland e.V.



**NÄHE ZUM PROJEKT SCHAFFEN**

# TAG 15: MEILENSTEIN

**DIE HÄLFTE IST GESCHAFFT:  
KNACKEN WIR  
DIE 40.000 EURO!**



**AKTION: 4 WOCHEN GEMEINSAM FÜR DIE NOTVERSORGUNG GERETTETER FRAUEN**

 Flavio Gasperini/ SOS MEDITERRANEE France  
 SOS MEDITERRANEE Deutschland e.V.



UPDATES & GEMEINSAME HELD\*INNEN-REISE

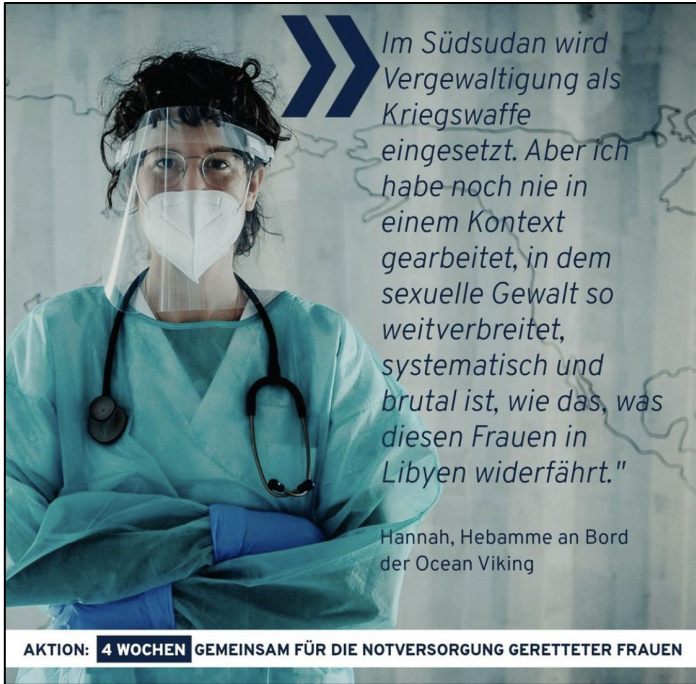


COMMUNITY & GEMEINSAMES ZIEL



HOFFNUNG

# TAG 20: HINTERGRUNDINFO



Flavio Gasperini/ SOS MEDITERRANEE France



PROBLEM & KRISE



IMPACT

# TAG 30: COUNTDOWN



📷 Flavio Gasperini/ SOS MEDITERRANEE France

✏️ SOS MEDITERRANEE Deutschland e.V.



**DRINGLICHKEIT**



# TAG 31: ERFOLG

IHR HABT ES MÖGLICH GEMACHT:

**MEHR ALS  
100.000 €**



AKTION: 4 WOCHEN GEMEINSAM FÜR DIE NOTVERSORGUNG GERETTETER FRAUEN

📷 Flavio Gasperini/ SOS MEDITERRANEE France

🖌️ SOS MEDITERRANEE Deutschland e.V.



COMMUNITY



DANKE & ERFOLG FEIERN



DU KANNST EINEN UNTERSCHIED MACHEN

# MOBILISIERENDE SPRACHE



## CALL TO ACTION VERGESSEN

*“Wir haben nur noch eine Woche.  
Danke, dass ihr dabei wart!”*



# STORY OF NOW

## THEORY OF CHANGE

- 1. AKTUELLE KRISE/ PROBLEM**
- 2. LÖSUNG: WIE KÖNNEN WIR EINEN UNTERSCHIED MACHEN?** → Das ist der Finanzierungsbedarf und so sieht der Impact aus.
- 3. DRINGLICHKEIT** → Warum gerade jetzt und sofort?
- 4. CALL TO ACTION**  
→ Was kannst du jetzt beitragen? Wir brauchen dich.

# DER CALL TO ACTION

NUR 1 EINDEUTIGER CALL  
TO ACTION

EINFACH

EINZELPERSON PER DU/  
SIE AUFFORDERN

SPENDE!

\*Wenn du schon gespendet hast: TEILE!

# HINTERGRUNDINFO

KRISE/ PROBLEM

BLICK HINTER DIE KULISSEN:

## UNTERKUNFT FÜR FRAUEN AN BORD





WIE KÖNNEN WIR ETWAS ÄNDERN?


AKTION: 4 WOCHEN GEMEINSAM FÜR DIE NOTVERSORGUNG GERETTETER FRAUEN

SOS MEDITERRANEE France

**soshumanity\_de** Viele Frauen, die wir retten, haben in Libyen vielfache Gewalt und Ausbeutung durchlebt. Sie wurden entführt, verkauft, eingesperrt, erpresst oder vergewaltigt.

 An Bord unseres Schiffes können sie sich nach der Rettung in einem gesonderten Raum ausruhen, den sie nur für sich haben. Wir haben ein System geschaffen, in dem Frauen und Mädchen unter sich bleiben können, wenn sie das wollen: Der Waschraum für Frauen, die Bordklinik und das Hebammenzimmer sind durch eine Tür von der Frauenunterkunft direkt zugänglich.

 Unterstütze jetzt die Notversorgung von Frauen an Bord der Ocean Viking! – bis zum 4. April wird jede Spende verdoppelt! Link in der Bio.

 Viele sprechen in der Bordklinik mit den Krankenschwestern oder der Hebamme zum ersten Mal darüber, was ihnen auf ihrer Flucht widerfahren ist. Das medizinische Team macht Schwangerschaftstests, behandelt mögliche sexuell übertragbare Krankheiten und leistet psychologische Ersthilfe. Für viele Frauen, die vergewaltigt wurden, ist es wichtig zu hören, dass die Gewalt, die ihnen angetan wurde, nicht ihre Schuld ist.

IMPACT

DRINGLICHKEIT

CALL TO ACTION

IMPACT

# MEILENSTEIN

**DIE HÄLFTE IST GESCHAFFT:  
KNACKEN WIR  
DIE 40.000 EURO!**



**AKTION: 4 WOCHEN GEMEINSAM FÜR DIE NOTVERSORGUNG GERETTETER FRAUEN**

Flavio Gasperini/ SOS MEDITERRANEE France

**soshumanity\_de** Wow, mehr als 20.000 Euro habt ihr schon gespendet! Danke an alle, die mit ihrem Beitrag helfen, die medizinische Notversorgung geretteter Frauen an Bord zu sichern!

🎯 Aber noch sind wir nicht am Ziel: Wenn wir die 40.000 Euro bis zum 4. April 2020 erreichen, legt ein langjähriger Unterstützer für jeden Euro noch einen drauf. Mit 80.000 Euro können wir alle Kosten für die Hebamme und eine Krankenschwester sowie einen Großteil der Kosten für die Bordklinik für ganze vier Monate lang sichern!

👉 Das schaffen wir nur mit dir! ➡ Teile jetzt diesen Post, damit wir die 40.000 Euro bis zum 4. April 2021 erreichen!

Den Link zum Spenden findet ihr in der Bio. Bis zum 4. April wird jede Spende verdoppelt!

SOLIDARITÄT/ COMMUNITY

DRINGLICHKEIT

IMPACT

DU KANNST EINEN  
UNTERSCHIED MACHEN

CALL TO ACTION

# MASSNAHMEN ENTWICKELN



**NUR IN LANDINGPAGE UND ONLINE-KANÄLEN DENKEN**



**RESSOURCEN IM NETZWERK UNGENUTZT LASSEN**



**ZUSÄTZLICHE AKTIONEN ERST PLANEN UND ANDENKEN, WENN KURZ VOR SCHLUSS DAS ZIEL NICHT ERREICHT IST**

- ❑ Dezentrale (Peer-to-peer)  
**Spendenaktionen von Unterstützer\*innen**
- ❑ Ein größeres Spendenevent, bei dem sie mithelfen, z.B. **Tombola, Soli-Konzert, Charity-Stream**, etc. zum Finale der Kampagne
- ❑ Aufmerksamkeitskampagne z.B. mit Promi-Testimonials für die Kampagne
- ❑ Ressourcen- & Zielgruppenorientierte Konzeption wichtig!



**UNTERSTÜTZER\*INNEN  
AKTIV INVOLVIEREN UND  
ZUM TEIL DER  
KAMPAGNE MACHEN**



# FLEXIBILITÄT, DYNAMIK & OWNERSHIP





**ZWISCHENANALYSEN**



**GELEGENHEITEN NUTZEN**



**INITIATIVEN VON UNTERSTÜTZER\*INNEN FEIERN UND BEGLEITEN**

**Wie gehst du aus dem Webinar?**

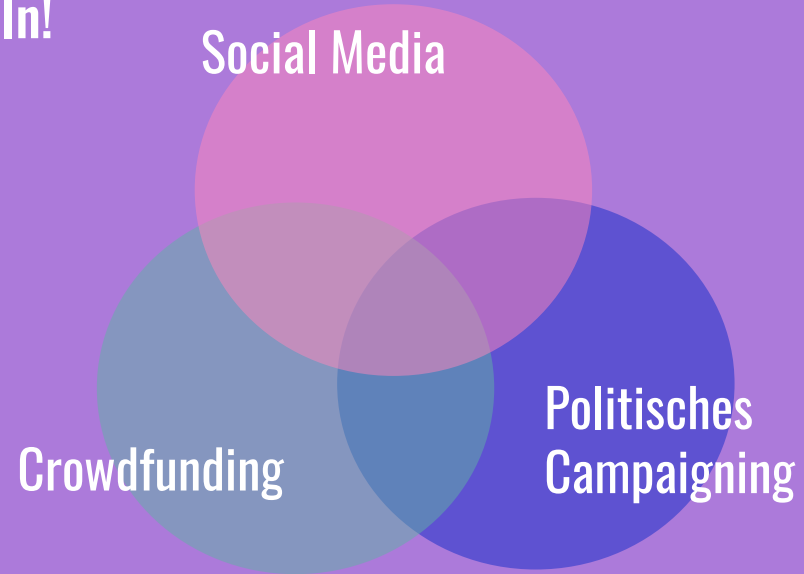


# BERATUNG | TRAININGS | COACHING

## Kontakt:

[daniela.antons@posteo.de](mailto:daniela.antons@posteo.de)

See you on LinkedIn!





Mit dem Schwarm mehr erreichen:  
**FUNDRAISING DURCH CROWDFUNDING**

**VIELEN DANK**

