



# IHRE ZIELGRUPPE AUF SOCIAL MEDIA

## YouTube: Fundraising mit Videos

PROJEKTRÄGER



**Haus des Stiftens**  
Engagiert für Engagierte

IN PARTNERSCHAFT MIT

**Fundraiser  
magazIn**












FÖRDERER



**diefundraiser**  
by Qmart

# Agenda

---

-  **Startpunkt:** Warum YouTube?
-  **Aufstieg:** YouTube Social Impact
-  **Leuchttürme:** Best Practice Beispiele (16:9)
-  **Das Auge reist mit:** Thumbnails
-  **Kurzformat:** YouTube Shorts (9:16)
-  **Der erste Eindruck:** Video Hooks
-  **Geheimtipp:** Content Suche
-  **Gemeinschaftsgeist:** Community Tab
-  **Detektivarbeit:** YouTube Research
-  **Quick Wins:** Die Checkliste
-  **Rückblick:** Zusammenfassung
-  **Dialog:** Q&As



**WARUM SOLLTE  
MAN ALS NON PROFIT  
EINEN YOUTUBE  
CHANNEL HABEN?**

**2.56 Milliarden aktive NutzerInnen sind monatlich auf**

---

**Y****uTtube**

... und 122 Millionen täglich!

Diese Zahl ist so riesig, dass sie fast überwältigend ist.

Schauen wir uns das genauer an ...

JAN  
2024

# SOCIAL MEDIA APP SESSION DURATION

AVERAGE SESSION DURATION (IN MINUTES AND SECONDS) EACH TIME A USER OPENS THE RESPECTIVE PLATFORM'S ANDROID APP



GLOBAL OVERVIEW

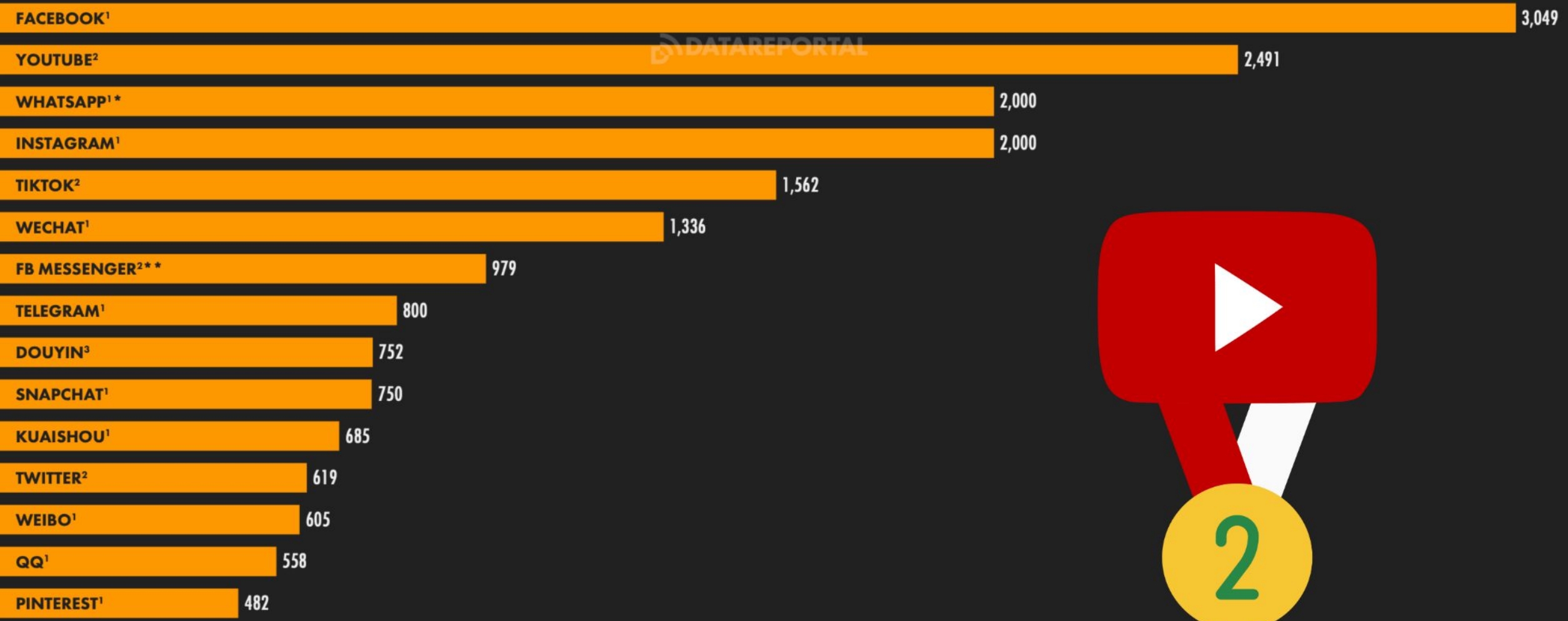


SOURCE: DATA.AI INTELLIGENCE. SEE DATA.AI. NOTES: FIGURES REPRESENT THE AVERAGE AMOUNT OF TIME THAT USERS SPENT USING THE RESPECTIVE PLATFORM'S ANDROID APP EACH TIME THEY OPENED THAT APP BETWEEN 01 JULY AND 30 SEPTEMBER 2023. FIGURES DO NOT INCLUDE DATA FOR CHINA. FIGURE FOR TIKTOK DOES NOT INCLUDE DOUYIN. COMPARABILITY: WORLDWIDE, ROUGHLY 70% OF CONNECTED SMARTPHONES RUN THE ANDROID OPERATING SYSTEM.

# THE WORLD'S MOST USED SOCIAL PLATFORMS

RANKING OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS BY GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) (NOTE: USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)

NOTE: SIGNIFICANT ANOMALIES IN THE DATA PUBLISHED IN TWITTER'S OWN AD TOOLS MEAN WE ARE CURRENTLY UNABLE TO REPORT A RELIABLE FIGURE FOR TWITTER USE, SO IT DOES NOT APPEAR IN THIS RANKING



SOURCES: KEPIOS ANALYSIS OF (1) COMPANY ANNOUNCEMENTS OF MONTHLY ACTIVE USERS; (2) PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING RESOURCES; (3) IIMEDIA. ADVISORY: USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. COMPARABILITY: (\*) THESE PLATFORMS HAVE NOT PUBLISHED UPDATED USER FIGURES IN THE PAST 12 MONTHS, SO FIGURES MAY BE LESS REPRESENTATIVE. (\*\*) SOME MESSENGER AD FORMATS ARE CURRENTLY UNAVAILABLE IN AUSTRALIA, CANADA, FRANCE, AND THE UNITED STATES, SO THE FIGURE SHOWN HERE MAY UNDER-REPRESENT FACEBOOK MESSENGER'S ACTUAL AUDIENCE. SOURCE AND METHODOLOGY CHANGES; BASE REVISIONS. SEE NOTES ON DATA.

# MAIN REASONS FOR USING THE INTERNET

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS IN EACH AGE GROUP USE THE INTERNET



## 16 TO 24 YEARS OLD

FIND INFORMATION	60.7%
CONTACT FRIENDS & FAMILY	59.2%
WATCH VIDEOS & SHOWS	58.4%
LISTEN TO MUSIC	54.8%
EDUCATION & STUDY	53.0%
LEARN HOW TO DO THINGS	51.1%
FIND NEW IDEAS	50.3%
FILL SPARE TIME & BROWSING	48.3%
FOLLOW NEWS & EVENTS	47.8%
GAMING	41.6%

## 25 TO 34 YEARS OLD

FIND INFORMATION	58.7%
CONTACT FRIENDS & FAMILY	55.6%
WATCH VIDEOS & SHOWS	54.1%
FOLLOW NEWS & EVENTS	49.4%
FIND NEW IDEAS	47.9%
LEARN HOW TO DO THINGS	47.7%
LISTEN TO MUSIC	46.6%
RESEARCH BRANDS	43.0%
FILL SPARE TIME & BROWSING	41.5%
EDUCATION & STUDY	39.0%

## 35 TO 44 YEARS OLD

FIND INFORMATION	59.7%
CONTACT FRIENDS & FAMILY	55.7%
FOLLOW NEWS & EVENTS	52.9%
WATCH VIDEOS & SHOWS	51.7%
LEARN HOW TO DO THINGS	48.9%
FIND NEW IDEAS	46.0%
RESEARCH BRANDS	44.9%
LISTEN TO MUSIC	42.6%
FILL SPARE TIME & BROWSING	41.1%
RESEARCH PLACES & TRAVEL	39.1%

## 45 TO 54 YEARS OLD

FIND INFORMATION	62.1%
CONTACT FRIENDS & FAMILY	56.3%
FOLLOW NEWS & EVENTS	54.8%
LEARN HOW TO DO THINGS	49.2%
WATCH VIDEOS & SHOWS	48.8%
RESEARCH BRANDS	44.8%
FIND NEW IDEAS	42.3%
FILL SPARE TIME & BROWSING	40.9%
LISTEN TO MUSIC	39.4%
RESEARCH PLACES & TRAVEL	38.9%

## 55 TO 64 YEARS OLD

FIND INFORMATION	66.9%
FOLLOW NEWS & EVENTS	59.1%
CONTACT FRIENDS & FAMILY	56.3%
LEARN HOW TO DO THINGS	51.4%
RESEARCH BRANDS	46.7%
WATCH VIDEOS & SHOWS	43.0%
RESEARCH PLACES & TRAVEL	40.7%
FIND NEW IDEAS	39.8%
RESEARCH HEALTH	39.8%
FILL SPARE TIME & BROWSING	38.9%

# Ca. 3,7 Millionen neue Videos

---

werden täglich auf YouTube hochgeladen!

**Jetzt ist die Frage: Wie bekomme ich meinen Content platziert, so dass es möglichst viele sehen?**

Mit guten Storytelling und ein paar Tipps und Tricks.

Speziell aber auch die Nutzung von Features, die vielleicht noch nicht jede(r) kennt/benutzt! Aber dazu dann etwas später ...





## Ein internationales Publikum erreichen

Jeden Monat nutzen 1,5 Milliarden Menschen YouTube – also jeder Fünfte auf der ganzen Welt. Das macht es zur perfekten Plattform, um dem größten Publikum der Welt dein Anliegen zu präsentieren.



## Empathie fördern

Video-Storytelling auf YouTube erzeugt Empathie für dein Anliegen – und das ist der erste wichtige Schritt, die Mitglieder deiner Community zu motivieren, sich zu engagieren.



## Neue Unterstützer finden

YouTube bietet effektive Tools und Ressourcen, um neue Unterstützer für deine Sache zu gewinnen, etwa wenn du Spenden sammeln oder die Öffentlichkeit auf ein Thema aufmerksam machen möchtest.

# YouTube Social Impact

---

Source: [socialimpact.youtube.com](https://socialimpact.youtube.com)

## Vorteile:

- **“Link anywhere cards”** - Einfügen von externen Links
- **YouTUBE = Google!** Potenzielle SpenderInnen benutzen YouTube oft um NGOs zu googlen
- **YouTUBE Creator Academy:** Zugang zu vielen hilfreichen Tipps und Best Practice Beispielen
- Zugang zu **Google for Nonprofit Tools**

Bitte [Teilnehmerrichtlinien](#) durchlesen, bevor man los startet.

Umfrage 1:

---

**Wer hat schon mal von**

**YouTube Social Impact gehört?**

# Best Practices - Long Format

---

Beispiel #1: [Mental Health](#)

Beispiel #2: [Back to School](#)

Beispiel #3: [Save the Children](#)

*Trigger Warnung: Bitte einfach für die nächsten 7-8 min. den Ton ausschalten*

# Warum sind diese Beispiele unter den Top FR Videos?

---

## **Storytelling ist auf dem Punkt:**

- Die Videos starten mit nachempfindbaren Inhalten (Kindergeburtstag, Schule, Fußballspiel/Fans)
- Relativ schnelle Cuts zu einer anderen, aber ähnlichen Szene
- nach max. 30 Sekunden merkt man, dass etwas nicht stimmt - Storyline verändert sich, man will weiter schauen
- Am Schluss ein starker Call-To-Action

## **Zielgruppen sind klar definiert:**

- Fußballfans
- Eltern von Schulkindern

# 👁️ Thumbnails Beispiel 1: Turning Point USA



UT Austin College Students' HOT TAKES on the Constitution

3.7K views • 14 hours ago



Candace Owens's Best Advice to Conservative Students with Liberal...

7.5K views • 1 day ago



Candace Owens Calls Feminism A NIGHTMARE 🤖🔥 \*FULL Q&A CLIP\*

12K views • 2 days ago



Candace Owens On How To THRIVE As A Black American 🤖🔥 \*FULL...

7.1K views • 5 days ago



Candace Owens EXPOSES The Left For Exploiting Racism 🤖🔥 \*Full...



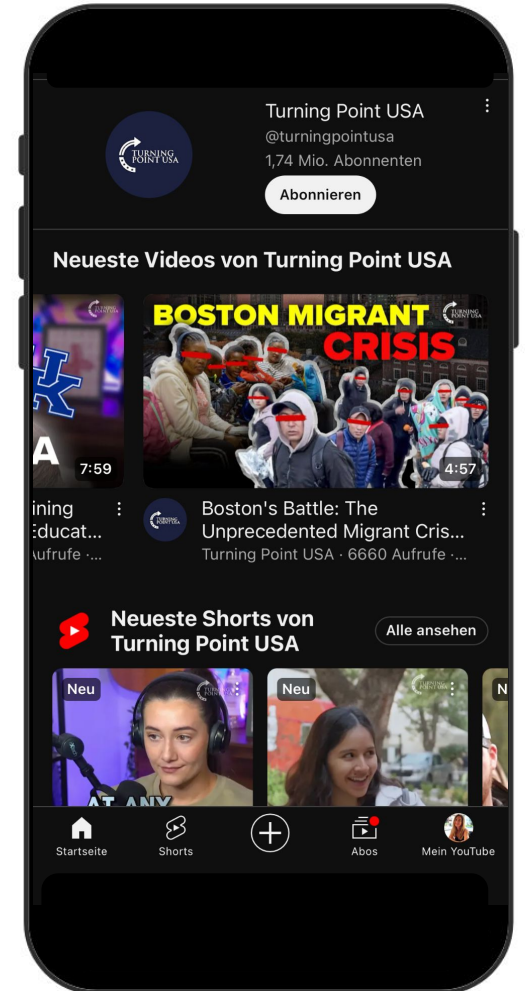
The DEI Debate: Examining Diversity Initiatives in Education



Boston's Battle: The Unprecedented Migrant Crisis | TPUSA...



Candace Owens Predicts That Liberal College Student Will Beco...



# 👁️ Thumbnails Beispiel 2: American Red Cross



Be prepared for emergencies with hands-only CPR

1.1K views • 6 months ago



How Blood Donations Help A Young Sickle Cell Patient – Partnering wit...

1.1K views • 6 months ago



Kate Forbes for IFRC President Campaign

1.4K views • 6 months ago



How Emergency Response Vehicles Fuel Disaster Relief

1K views • 6 months ago



George's Volunteer Story: It Feels Good to Know that I've Helped...

419 views • 6 months ago



Rosa's Home Fire Story: 'They Were Here for Me'

497 views • 6 months ago



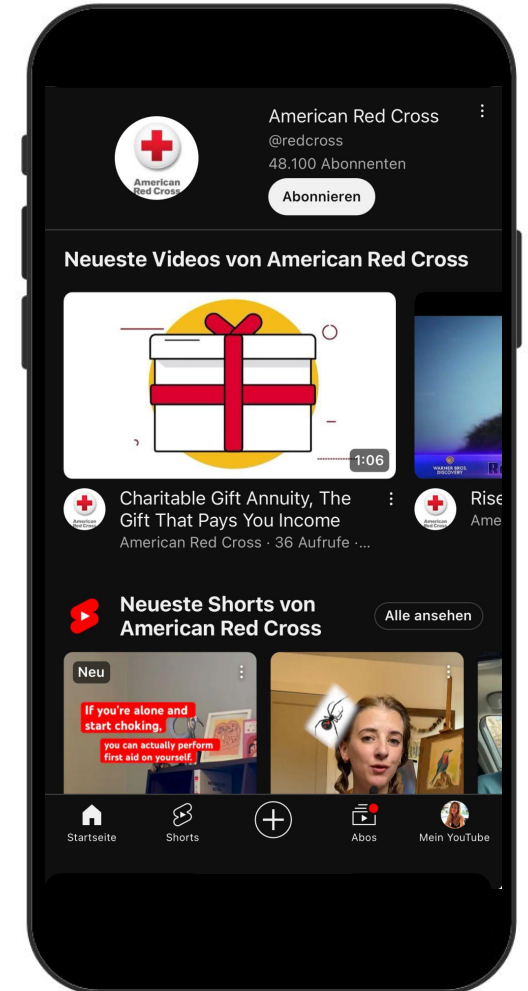
Updated FDA Blood Donation Eligibility for LGBTQ+ Donors: A...

628 views • 6 months ago



Andrew's journey to give blood

660 views • 7 months ago



# Umfrage 2

---

## Welche Thumbnails sind besser?

### Turning Point USA



UT Austin College Students' HOT TAKES on the Constitution

3.7K views • 14 hours ago



Candace Owens EXPOSES The Left For Exploiting Racism 🗣️🔥 \*Full...

### American Red Cross



Be prepared for emergencies with hands-only CPR

1.1K views • 6 months ago



George's Volunteer Story: It Feels Good to Know that I've Helped...

419 views • 6 months ago



# 👁️ Thumbnails - Best Practice (DOAC)

- Sei **einheitlich!** Thumbnail Style, Schriftart, Schriftgröße, Farbe
- Knackige und **spannende Headline**, aber bitte kein Clickbait!
- Thumbnail Text ist auch gut geeignet für **Videotitel**
- 2m Thumbnail Test: Wenn Titel noch aus **2 Meter** Entfernung am Smartphone **lesbar** ist

➡️ **Gutes Thumbnail!**



The Calories Expert: Health Experts Are Wrong About Calories & Diet...  
18K views • 2 hours ago



No.1 Couples Therapist: This Statistically Is The Best Age To Ge...  
496K views • 3 days ago



The Narcissism Doctor: "1 In 6 People Are Narcissists!" How To...  
674K views • 2 weeks ago



The Muscle Growth Doctor: Exercise At Night Is A Terrible Idea! Grip...  
977K views • 2 weeks ago



Dr K: "There Is A Crisis Going On With Men!", "We've Produced...  
1.2M views • 7 days ago



CIA Spy: "Leave The USA Before 2030!" Why You Shouldn't Trust Yo...  
4.4M views • 10 days ago

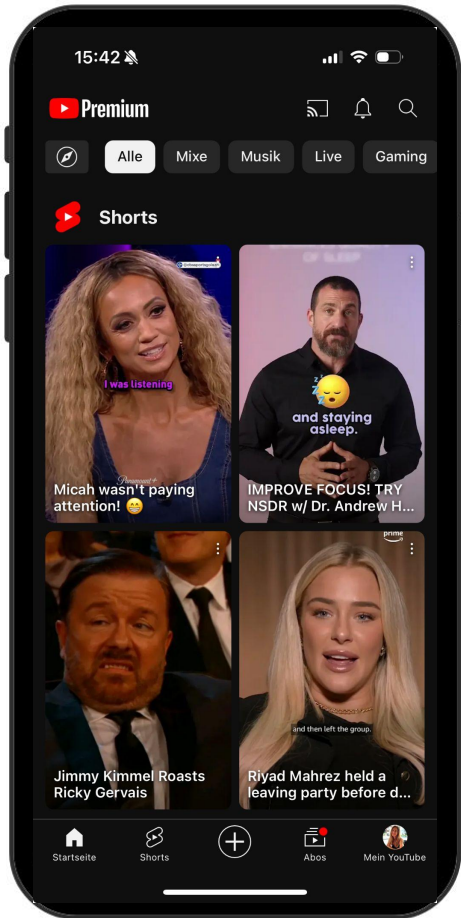


The Money Making Expert: The Exact Formula For Turning \$100 in...  
1.2M views • 3 weeks ago



The Orgasm Expert: THIS Is How Often You Should Be Having Sex &...  
1.2M views • 3 weeks ago

# YouTube Shorts

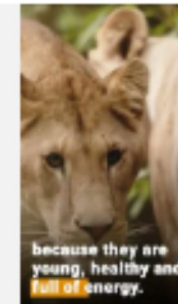


- Video Stream im 9:16 Format
- Max. 60 Sekunden
- Eigener Tab in der YouTube App
- Wird aber auch im Feed angezeigt



Romanian Lions

628 views • 3 weeks ago



Do you remember the Romanian lions?

1.6K views • 3 weeks ago

# Best Practices - Short Format

---

Beispiel #1: [Why using a wheelchair?](#)

Beispiel #2: [How do you help?](#)

Hier gibt es noch **extrem viel Potenzial!**

- Einfach mal **testen** und alten Content **recyclen**.
- Man könnte z.B. **von langen Videos, kurze Clips** schneiden. Oder auch direkt in der App was aufnehmen, so wie in Beispiel #1.
- Wichtig: Sehr **kurze Videotitel!**

# Video Hooks am Beispiel "Gewalt gegen Frauen"

TW: Bitte einfach die nächsten 2 min. den Ton ausschalten und die Slide nicht lesen.

## 1. Kraftvolle Frage

1. Was wäre, wenn unsere Fake Anrufe und der Schlüsselbund in der Hand am Nachhauseweg, der Vergangenheit angehören könnte?

## 2. Schockierende Statistik

2. Jede Stunde werden 14 Frauen in Deutschland Opfer von Partnerschaftsgewalt.

## 3. Fesselnde Geschichte

3. Laufschuhe, Boden, entschlossener Ausdruck einer Frau. „Das ist Lenas Marathon, nicht nur für ihre Gesundheit, sondern für ihr Überleben.“

## 4. Visueller Kontrast

4. Split Screen: Oben sieht man einen Restaurantbesuch mit Freundinnen, unten sieht man eine ängstliche Frau, in einem düster beleuchteten Raum, die besorgt aussieht.

## 5. Inspirierendes Zitat

5. ~~Beschützt eure Töchter.~~ Erzieht eure Söhne!

## 6. Persönlicher Bezug

6. Opfer sprechen direkt in die Kamera: "Ich fühlte mich unsichtbar, als ob mein Schmerz und meine Hilferufe im Nichts verloren gingen. Aus dieser Stille auszubrechen, war mein erster Schritt zum Überleben."



# GEHEIMTIPP: Content Suche für Shorts

<https://answersocrates.com/>

The screenshot shows the Answersocrates website interface. At the top, there are search filters for Topic (Mobbing), Country (Germany), and Language (German - Deutsch). Below the filters, the main heading is 'Mobbing' with a 'Download CSV' button. Underneath, there is a 'Questions' section with 140 questions. The questions are organized into a grid of categories: 'Kann ich', 'Können', 'Sollte ich', 'Sollte', 'Wann', and 'Warum'. Each category contains a list of specific questions related to mobbing.

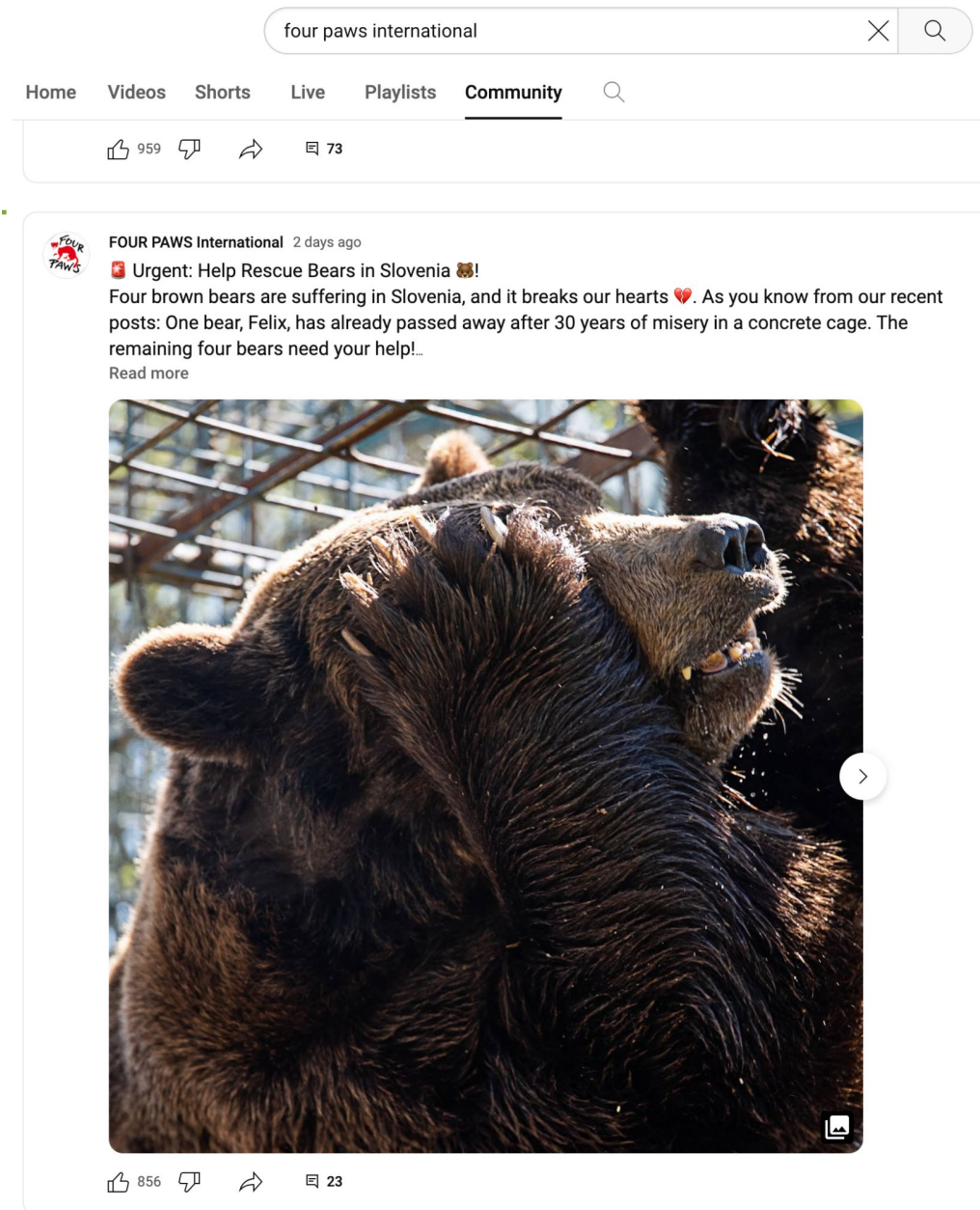
Wie kann ich meine Video Inhalte am besten **organisch** im Internet **platzieren**?

**Mit Video Content, der gesucht wird.**

Einfach Topic in die Suchleiste geben, Land auswählen und GO!

# YouTube Community

- Extrem **unterschätztes** Feature
- **Easy** to use!
- Content Recycling - **gleicher** Inhalt wie auf Instagram, Facebook & Co.
- Eignet sich super um auf den Kanal **aufmerksam** zu machen
- Wird (derzeit) super im **Feed platziert**
- **Wichtig:** Community Management



four paws international

Home Videos Shorts Live Playlists **Community**

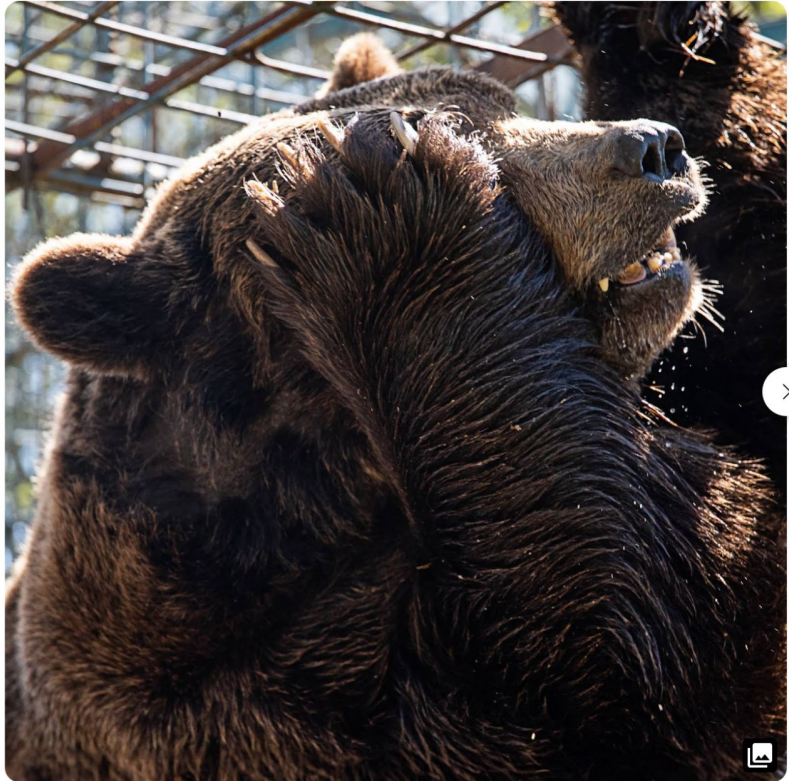
959 73

**FOUR PAWS International** 2 days ago

**Urgent: Help Rescue Bears in Slovenia** 🐻!

Four brown bears are suffering in Slovenia, and it breaks our hearts ❤️. As you know from our recent posts: One bear, Felix, has already passed away after 30 years of misery in a concrete cage. The remaining four bears need your help!...

Read more



856 23

# Content Promotion auf YouTube

Alle Kanäle nutzen, um das YouTube Video zu promoten. Im **Newsletter** einbetten oder verlinken. *(Tipp: YouTube Icon auf Bild setzen)*



In die YouTube **Community Section** posten.

Kurzen Teaser als **YouTube Shorts** schneiden (lassen).

**Link** zum YouTube Video in **Stories** (Facebook / Instagram) posten.

Auf Website oder Spendenseite einbetten.

## VIDEO CONTENT PROMOTION WORKFLOW



# 🔍 GEHEIMTIPP: YouTube Research

☰ Studio



Your channel  
Ohne Zitrone

- Dashboard
- Content
- Analytics**
- Comments
- Subtitles
- Copyright
- Earn
- Customization
- Audio library

## Channel analytics

Overview Content Audience **Research**

📘 Japanese, Korean and Hindi results are not available yet. For these, please switch to the previous version.

← climate crisis

climate crisis

Last 28 days

Recent audience activity

Not enough info about your audience

### Searched on YouTube

SEE ALL

what happens if we ignore the climate crisis

climate crisis documentary

global warming and climate change

climate change worst case scenario

### Watched on YouTube

SEE ALL



We are in the middle of a climate crisis.

Bernie Sanders  
5.0K views · 3 weeks ago



Youth Transform City: Combatting Climate Crisis

Museum of Science  
2.4K views · 1 day ago



Why is it the 'climate crisis' now?

Simon Clark  
58.2K views · 6 months ago



Is there any good news about climate change?

Simon Clark  
479.0K views · 1 month ago

YouTube  
Studio



Analytics



Research




# **GEHEIMTIPP:** YouTube Research\*

Searched on YouTube

All Content gaps

what happens if we ignore the climate crisis	climate crisis documentary	global warming and climate change	climate change worst case scenario
catastrophic changes in climate	will renewables stop the climate crisis	arguments against climate change	why climate change is important
climate scientist on climate change	global climate crisis	creative society global crisis	climate justice is social justice
is climate change an issue	climate change environmental science	2050 what happens if we ignore the climate crisis	capitalism and climate change
we will fix climate change	climate change solutions	extreme weather climate change	climate change news report

Searched on YouTube

All **Content gaps** 

how we fix the climate Content gap	what is climate change Content gap for Shorts	weather vs climate Content gap for Shorts	environmental sustainability Content gap for Shorts
environmental issues Content gap for Shorts	climate zones Content gap for Shorts	weather and climate Content gap for Shorts	weather prediction Content gap for Shorts
disaster preparedness Content gap for Shorts	weathering and erosion Content gap for Shorts	grassland ecosystem Content gap for Shorts	bill nye climate Content gap
economic systems Content gap for Shorts	political machines Content gap for Shorts	fireside chat Content gap for Shorts	environment Content gap for Shorts
global winds Content gap for Shorts			

\*Disclaimer: Dieses Feature ist noch immer ziemlich in der Beta-Phase, und funktioniert je nach Kanal Stärke anders (kommt darauf an wie viele Daten YouTube von deinem Kanal man hat).

# Quick Wins: Check Liste Channel Optimierung

---

- ❑ Aktualisiere dein Cover und Profile Picture - *Sie sind das Erste, was ein Besucher / eine Besucherin sieht, also nutze sie gut.*
- ❑ Erstelle einen fesselnden Kanaltrailer - *Ein kurzer, ansprechender Trailer, sollte zusammenfassen, worum es auf deinem Kanal geht und warum ZuschauerInnen abonnieren sollten.*
- ❑ Optimierte Videotitel und -beschreibungen: *Verwende relevante Keywords, um die Auffindbarkeit zu verbessern. Halte Titel klar, ansprechend und beschreibend.*
- ❑ Organisiere deinen Inhalt mit Playlists: *Playlists können die Wiedergabezeit verbessern, indem sie deine Videos in user-freundliche Sammlungen organisieren.*
- ❑ Endscreen- und Card Feature: *Verwende Endscreens und Cards, um andere Videos zu bewerben, Subscriber zu steigern und Traffic auf deine Website/Donation Page oder Social-Media-Kanäle zu lenken.*

# Quick Wins: Check Liste Channel Optimierung

---

- ❑ **Community Management:** *Antworte auf Kommentare, um das Engagement zu erhöhen und eine Community um deinen Kanal zu schaffen.*
- ❑ **Bewirb deinen YouTube Kanal & Videos auf Social Media und anderen Plattformen:** *Videos in Website oder Newsletter einbetten, Links zu Videos in Stories mit Link Sticker posten.*
- ❑ **Optimiere Kanalbeschreibungen:** *Verwende relevante Keywords, um die Auffindbarkeit zu verbessern. Pssst, ChatGPT kann dabei auch helfen.*  
*Hier ein Prompt: Schreib mir bitte eine YouTube Kanalbeschreibung für meine NGO, die sich mit dem Thema "XYZ" beschäftigt. Vor allem die ersten 150 Zeichen müssen interessant sein und bitte füge Emojis und auch SEO relevante Keywords für den Raum (Land) hinzu.)*

# Zusammenfassung:

---

Nutzt alle Features, die YouTube anbietet.

Bei 16:9 sind  
Thumbnails Key!

Riesen Potenzial:  
YouTube Shorts.

Community Feature um  
Subscriber zu steigern.

Failure → Feedback →  
Knowledge → Start again!

- ☑ Social Impact Program, Community Feature, YouTube Shorts
- ☑ 2 Meter Test und Wiedererkennbarkeit
- ☑ Content Suche, Video Hooks, Repurpose & Recycle
- ☑ Instagram Posts 1:1 auf YouTube posten.
- ☑ Einfach mal machen! Testen, evaluieren und daraus lernen.



# UNSERE SERVICES

# 1x Drehtag & viele Möglichkeiten

Wir produzieren authentische Stories, die einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Vom Projektmanagement über eine gründliche Content Analyse und kreative Konzepte bis hin zur professionellen Umsetzung: Wir erwecken eure Vision zum Leben.

Maximiert Effizienz und Erfolg mit unseren umfassenden Services aus STRATEGIE, VIDEO CONTENT KREATION und PROJEKTMANAGEMENT.

Kontaktiere uns/mich jederzeit super gerne\*:

Website: <https://www.ohne-zitrone.com/>

Email: [lisa@ohne-zitrone.com](mailto:lisa@ohne-zitrone.com)

Telefon/WhatsApp: +43(0)676 4720722



Danke!

01

### Digitale Kommunikationsstrategie

- 📄 **Content Audit:** Wir evaluieren und analysieren eure aktuellen Inhalte und digitale Kanäle.
- 🔧 **Maßgeschneiderte Content-Strategie:** Abgestimmt auf eure individuellen Ziele, entwickeln wir personalisierte Strategien, die bei eurer Community ankommen.
- 🔍 **Einsatz von digitalen Trends:** Um sicherzustellen, dass euer Content der Zeit einen Schritt voraus ist.

02

### Video Content Produktion

- 💡 **Konzeptentwicklung:** Kreatives und authentisches Storytelling.
- 📝 **Skript schreiben:** Wirkungsvolle und natürliche Dialoge.
- 🎥 **Filmen und Drehen:** Momente mit Präzision einfangen.
- ✂️ **Editing und Nachbearbeitung:** Jede Szene bis zur Perfektion.

03

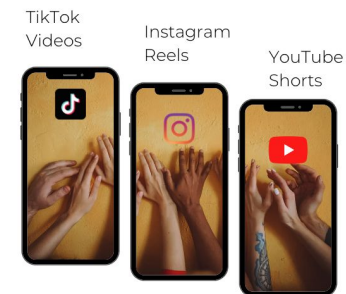
### Project Management

- 📅 **Projektmanagement:** Nahtlose Ausführung und rechtzeitige Lieferung mit strukturiertem Rahmen für Zusammenarbeit, Kommunikation und eine erfolgreiche Steuerung eines Projekts.

## QUERFORMAT VIDEOS



## HOCHFORMAT VIDEOS



## EMPLOYER BRANDING VIDEOS



\*Wir editieren / reformaten auch 16:9 Videos in 9:16 oder verändern schon veröffentlichte Videos mit neuen Video Hooks / angepasstem Storytelling.

# DANKE fürs Zuhören! 🥰



LinkedIn: Lisa Fanning

Instagram: @mslisbeth

Email:  
[lisa@ohne-zitrone.com](mailto:lisa@ohne-zitrone.com)

Website:  
[www.ohne-zitrone.com](http://www.ohne-zitrone.com)





# IHRE ZIELGRUPPE AUF SOCIAL MEDIA

## VIELEN DANK

PROJEKTRÄGER



**Haus des Stiftens**  
Engagiert für Engagierte

IN PARTNERSCHAFT MIT

**Fundraiser**  
**magazIn**

FÖRDERER



**diefundraiser**  
by Qmart