



Auswertung der Umfrage zu den FACEBOOK Fundraiser-Tools

Deutscher Fundraising Verband e.V.
Fundraisingverband Austria

FUNDRAISING
VERBAND AUSTRIA

September 2022

About me



Sabine Wagner-Schäfer

Chief Digital Officer & Fundraising, Member of the Board - die Fundraiser by Qmart

Vorständin DFRV und aktives Mitglied in der Fachgruppe Digital-Fundraising des DFRV.

Mehr als 25 Jahre Marketing- & Fundraising Erfahrung mit NPOs in Strategie, Digital und Offline Marketing

Sabine Wagner-Schäfer steht für digitale Fundraising Kompetenz. Sie ist Fundraiserin aus Leidenschaft und kennt die deutschsprachige Fundraising Szene wie keine andere.

Seit mehr als drei Jahren engagiert sie sich im DFRV in der Zusammenarbeit mit Meta. Dies vor allem in Form von ehrenamtlichem Engagement: Durch direkte operative Hilfe an der Seite von NPOs bei Problemen einerseits und Kommunikation und direkte Einwirkung auf das verantwortliche Team bei Meta andererseits, um Verbesserungen der Tools zu erwirken.

Weitere wichtige Partner:innen



Prof. Tom Neukirchen
Patrick Wiechmann

- Technische Umsetzung
- Auswertung

Relishing
Digital

Marco Kuntze

- Konzeption Fragebogen

DEUTSCHER
FUNDRAISING
VERBAND

Larissa Probst
Judith Bierau

- Marketing
- Unterstützung in der Feldphase der Umfrage

Ausgangslage und Ziele

- Der DFRV ist seit drei Jahren aktiv in der Abstimmung und Zusammenarbeit mit Meta. Ziel ist die Verbesserung der Registrierung und Nutzung der Facebook Fundraiser Tools.
- Leider hat dieses Engagement bisher keine Früchte getragen, Verbesserungen sind leider ausgeblieben. ☹️

Ausgangslage und Ziele

Aufgrund dieser Ausgangslage hat die Befragung folgende Ziele:

- Erheben eines Stimmungsbildes zu den Meta Fundraising Tools, um Meta die Probleme der NPOs darzulegen.
- Herausforderungen und Probleme identifizieren.
- Faktenorientierte Basis schaffen, um als DFRV wirksame Lobby-Arbeit gegenüber Meta leisten zu können.

Anmerkungen zur Auswertung

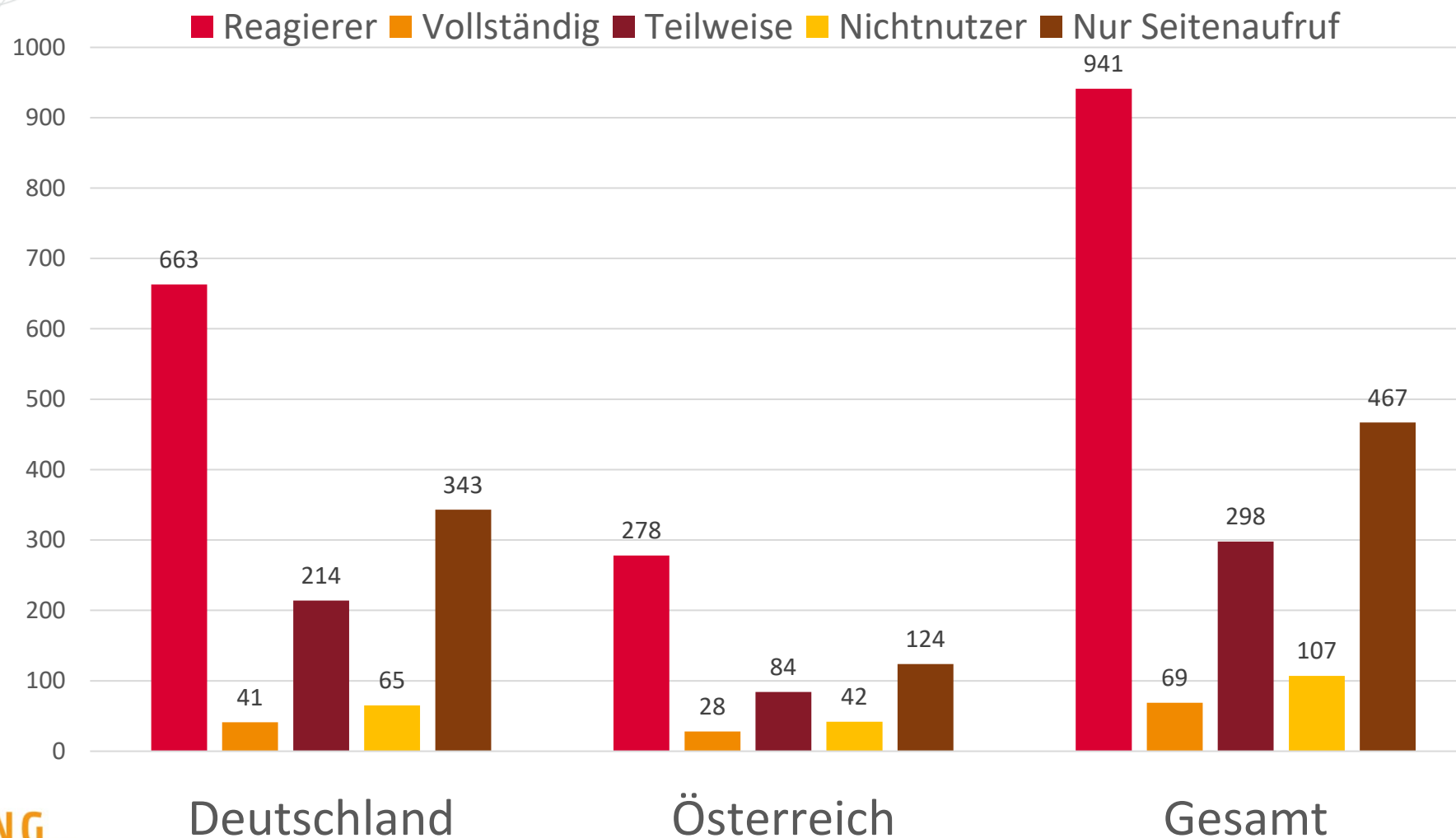
- Die Befragung erfolgte anonym
- Sie wurde sowohl in Deutschland als auch Österreich durchgeführt.
- Feldzeit war jeweils ca. 6 Wochen.
- Im Folgenden wird die Anzahl der Reagierer auf die jeweilige Frage angegeben (N = xx).
- Durch Rundungsfehler ergibt sich tlw. eine von 100% abweichende Summe.
- Einzelne Unterfragen mit sehr geringem Rücklauf und Aussagewert wurden weggelassen.



Auswertung der Umfrage



Teilnehmer:innen

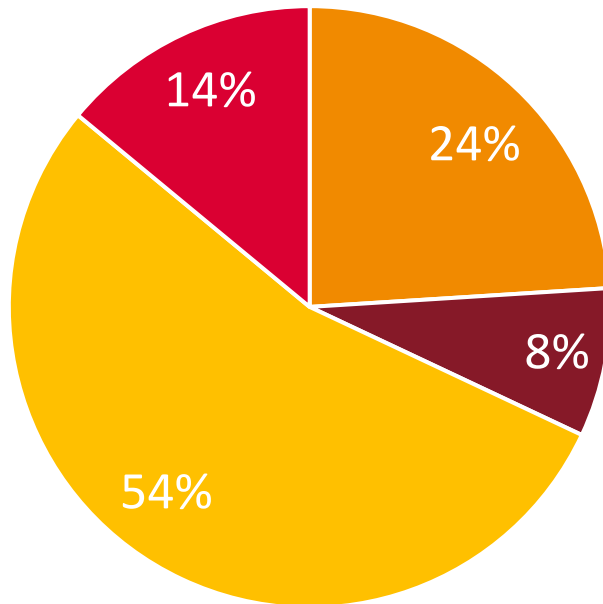


Verwendung der FACEBOOK Fundraiser Tools

Nutzt Ihre Organisation die Facebook Fundraiser Tools?

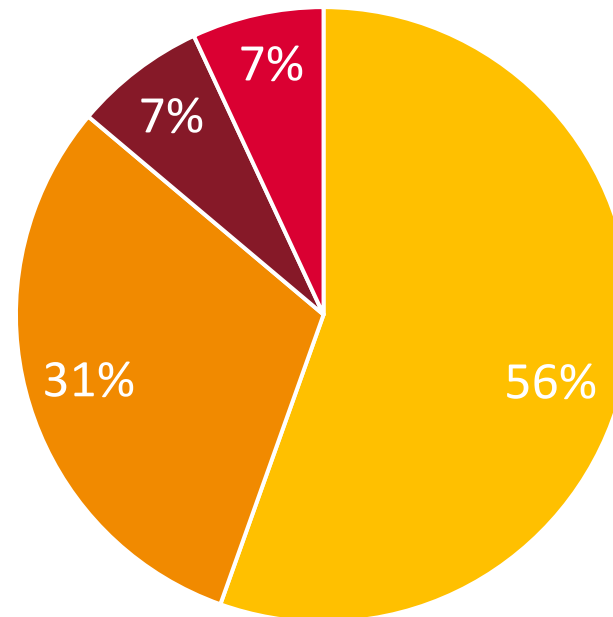
Deutschland

N=132



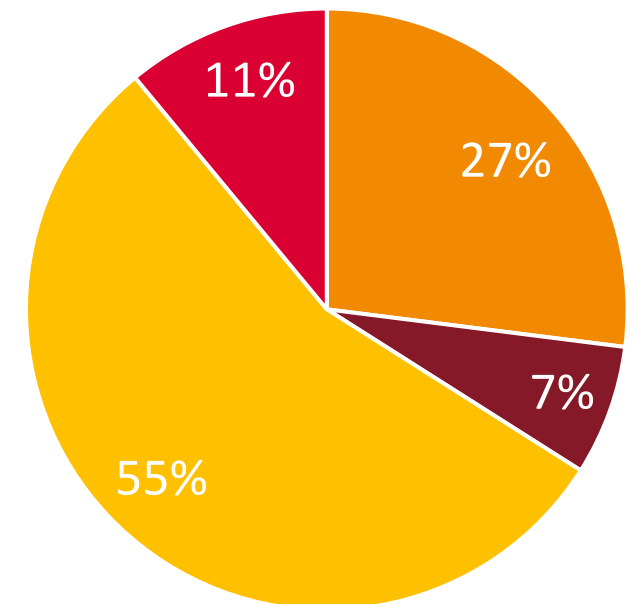
Österreich

N= 88



Gesamt

N=220



Verwendung der FACEBOOK Fundraiser Tools

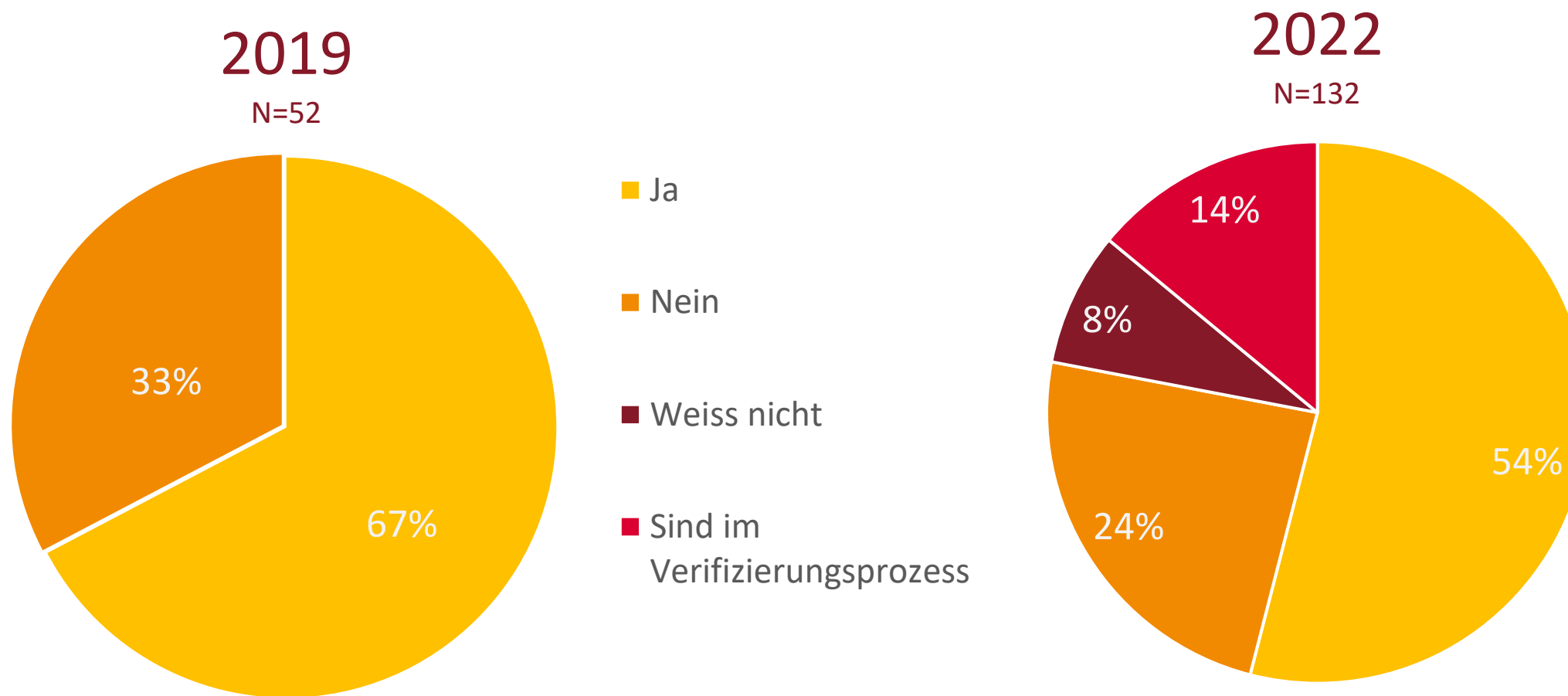
Nutzt Ihre Organisation die Facebook Fundraiser Tools?

- Ein gutes Viertel der Befragten nutzt die Tools nicht und wurde von der weiteren Befragung ausgeschlossen.
- Aber über 100 nutzen die Tools und 25 Organisationen sind im Verifizierungsprozess. D.h. die richtige Zielgruppe für die Befragung wurde erreicht.
- Gleichwohl ist die Anzahl der Reagierer:innen klein, so dass belastbare Aussagen für Unterfragen mit noch weniger Antworten tlw. nicht gemacht werden können.

➤ Ein deutliches Stimmungsbild zeichnet sich dennoch ab.

Nutzt Ihre Organisation die Facebook Fundraiser Tools?

2019 vs. 2022 – nur Deutschland





Teil 1

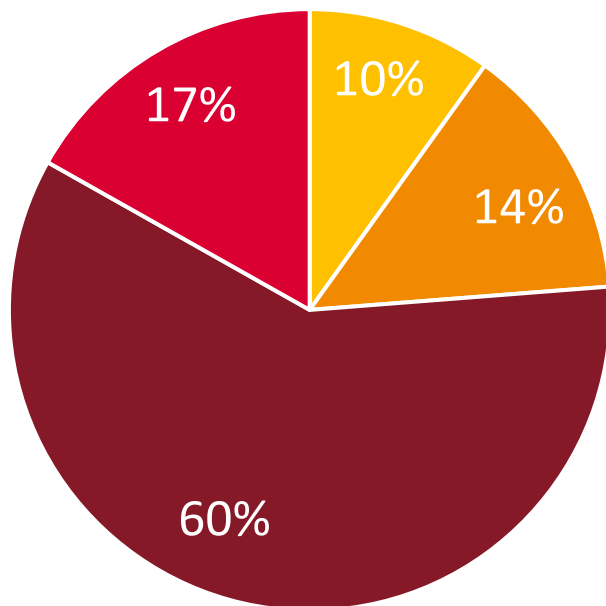
Registrierung, Verifizierung und Support



Beschreiben Sie Ihre Erfahrungen beim Verifizierungsprozess für die Facebook FundraiserTools.

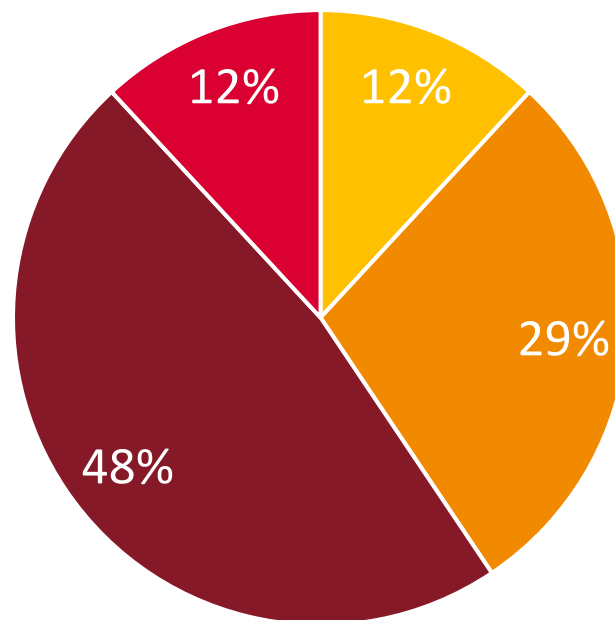
Deutschland

N= 84



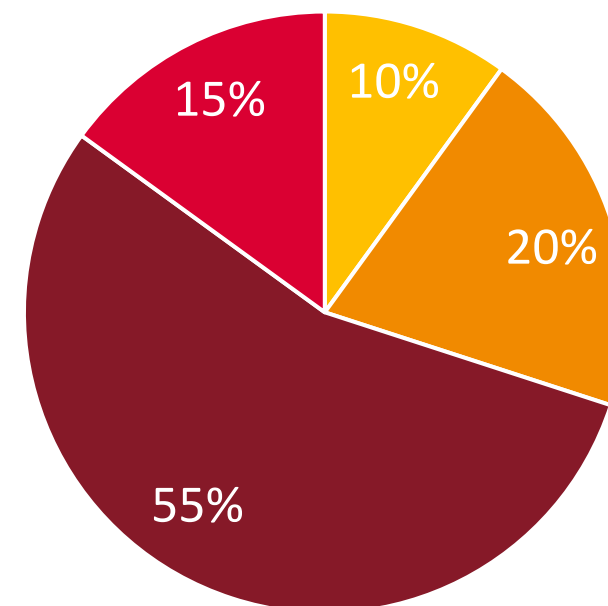
Österreich

N= 52



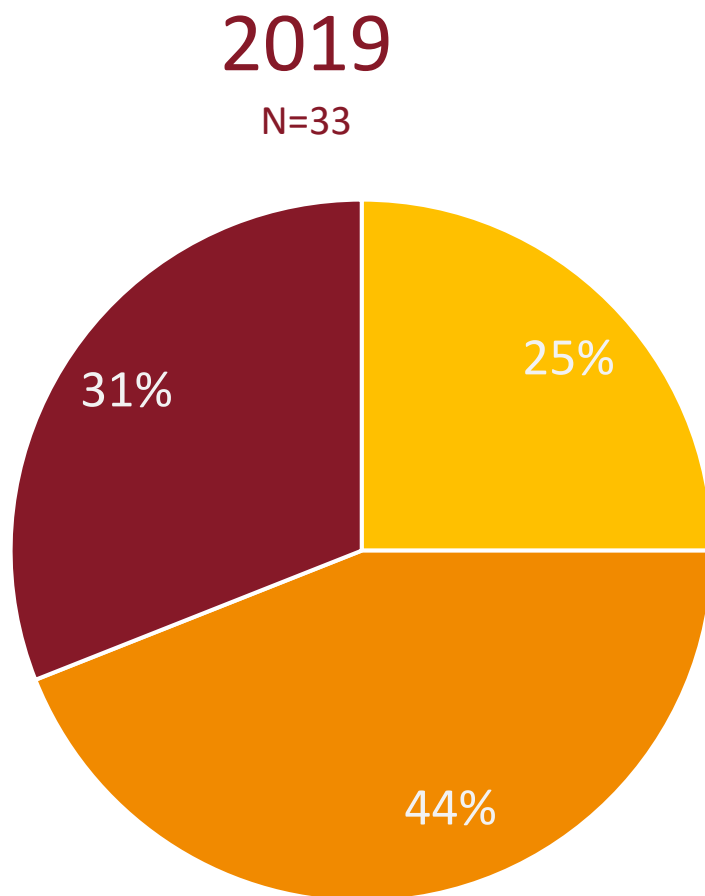
Gesamt

N=136

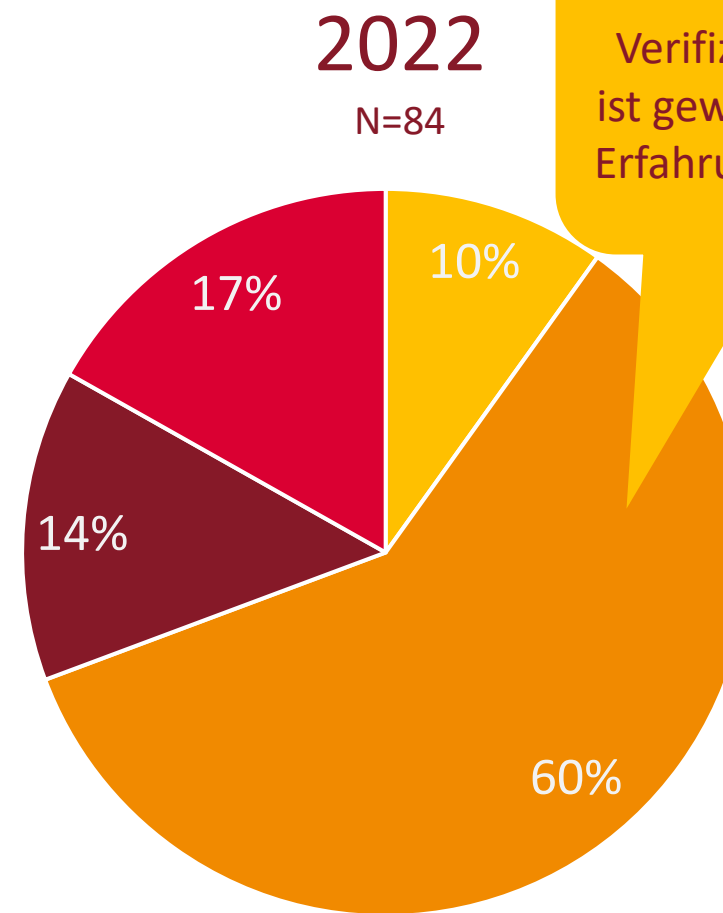


Beschreiben Sie Ihre Erfahrungen beim Verifizierungsprozess für die Facebook FundraiserTools.

2019 vs. 2022 – nur Deutschland

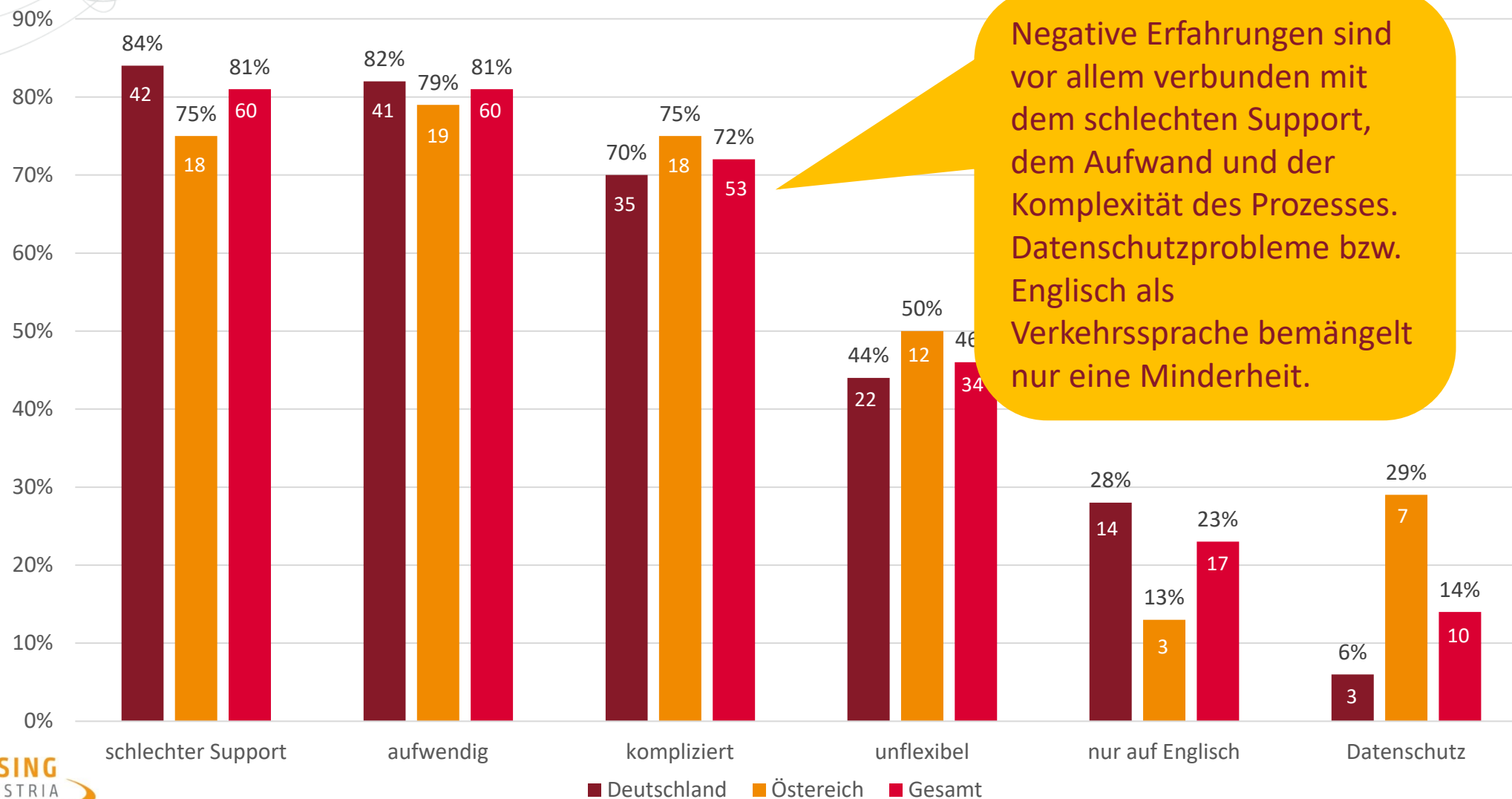


- positiv
- negativ
- neutral
- weiss nicht



Die Frustration mit dem Verifizierungsprozess ist gewachsen, positive Erfahrungen macht nur jede:r 10.

Negative Erfahrungen im Verifizierungsprozess (Mehrfachnennungen möglich)



Negative Erfahrungen sind vor allem verbunden mit dem schlechten Support, dem Aufwand und der Komplexität des Prozesses. Datenschutzprobleme bzw. Englisch als Verkehrssprache bemängelt nur eine Minderheit.

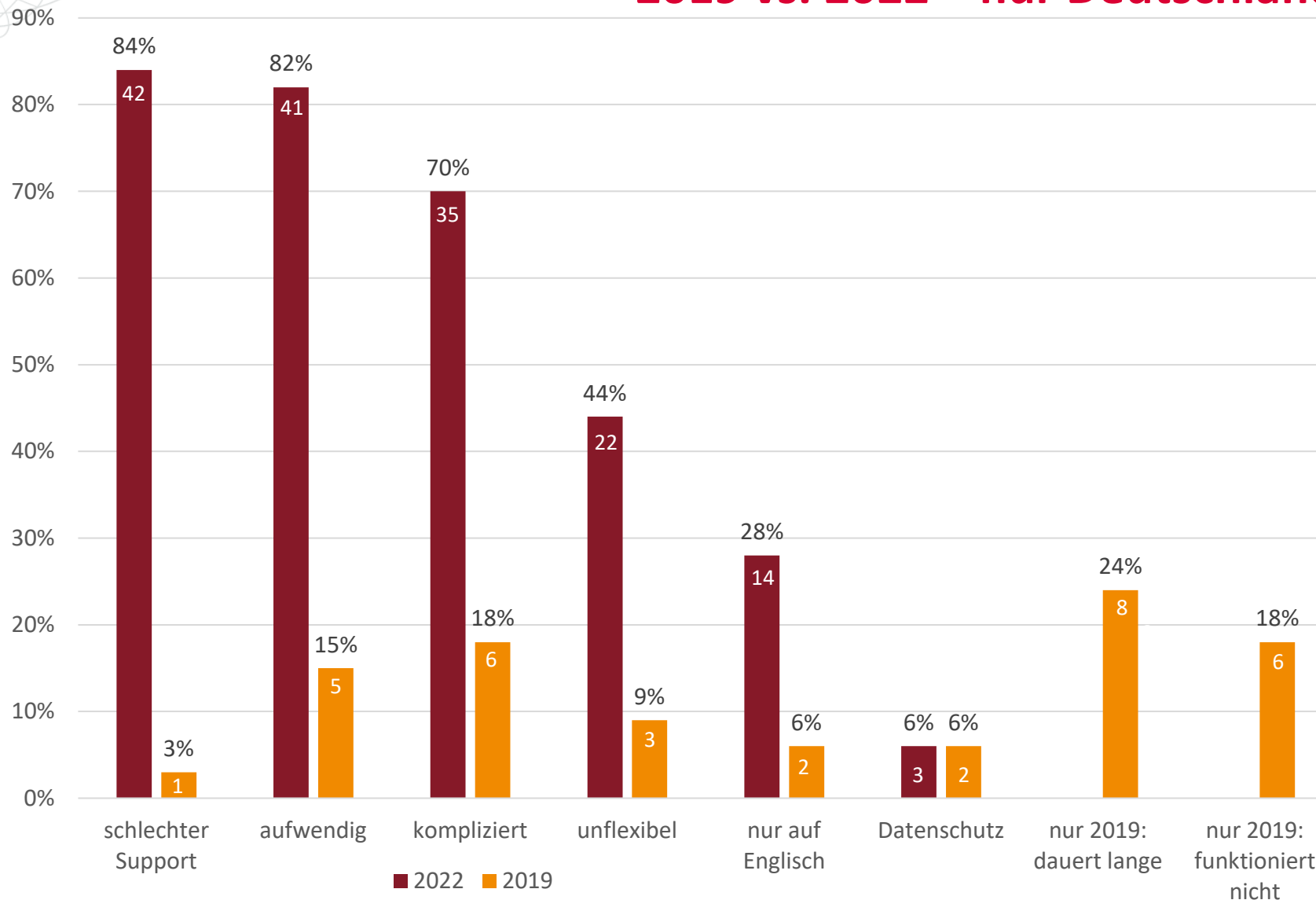
N = 74

DE = 50

AT = 24

Negative Erfahrungen im Verifizierungsprozess

2019 vs. 2022 – nur Deutschland



2019

N= 33

- Keine Mehrfachnennung möglich

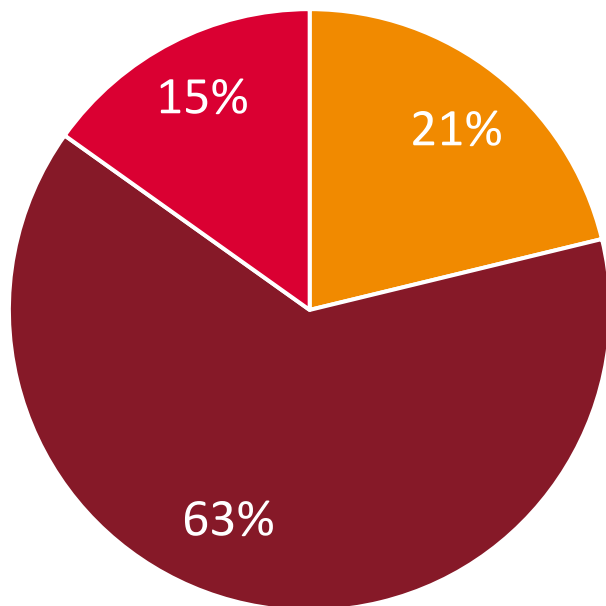
2022

N= 50

Haben Sie bzw. Ihre Organisation bei der Verifizierung für die Facebook Fundraiser Tools den Support kontaktiert?

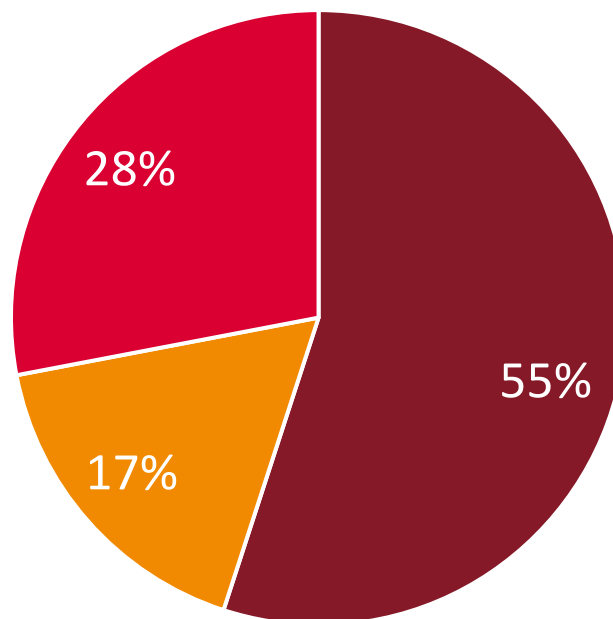
Deutschland

N= 84



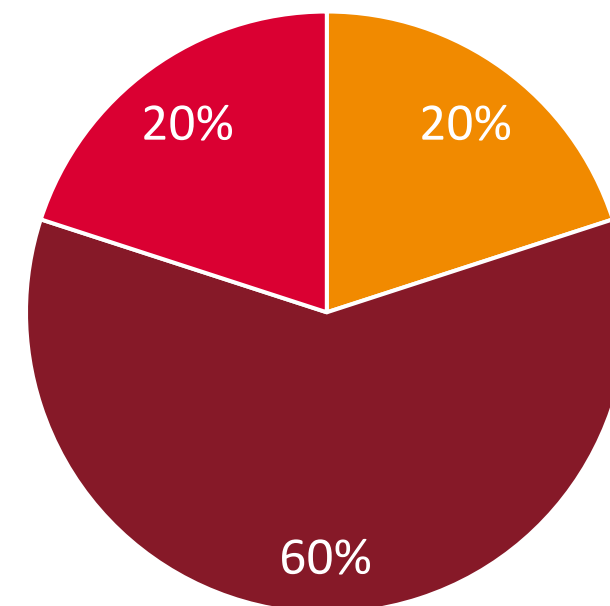
Österreich

N= 47



Gesamt

N= 131

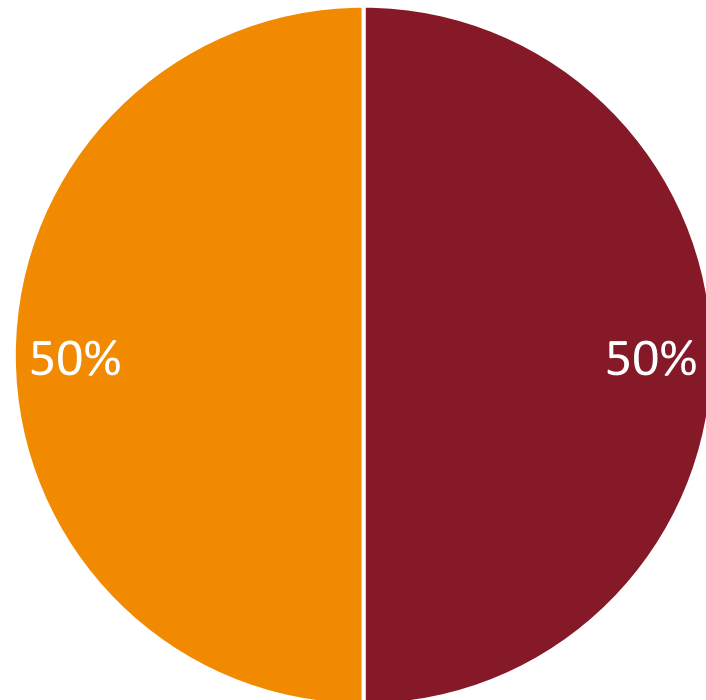


Haben Sie bzw. Ihre Organisation bei der Verifizierung für die Facebook Fundraiser Tools den Support kontaktiert?

2019 vs. 2022 – nur Deutschland

2019

N= 33

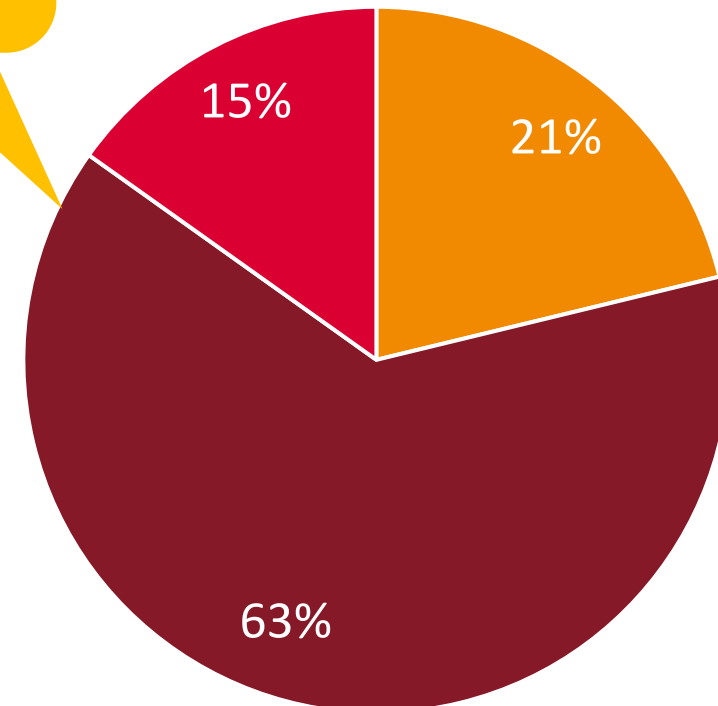


Der Bedarf an Support ist gestiegen.

- Nein
- Ja
- Weiss nicht

2022

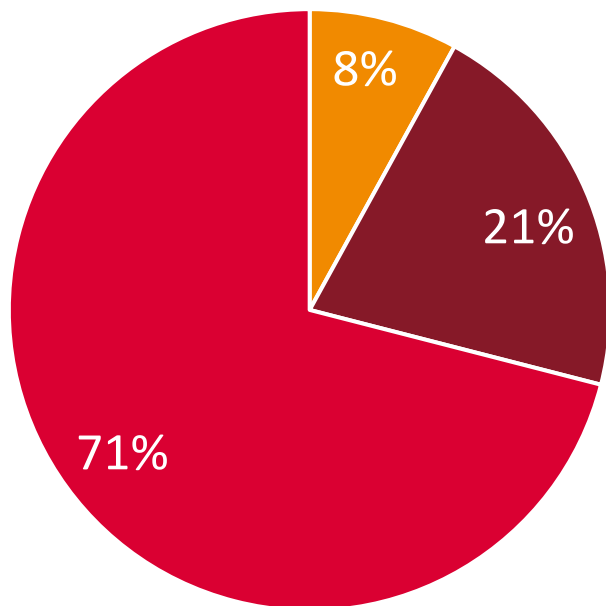
N= 84



Beschreiben Sie Ihre Erfahrungen mit dem Facebook Support bei der Verifizierung für Facebook FundraiserTools.

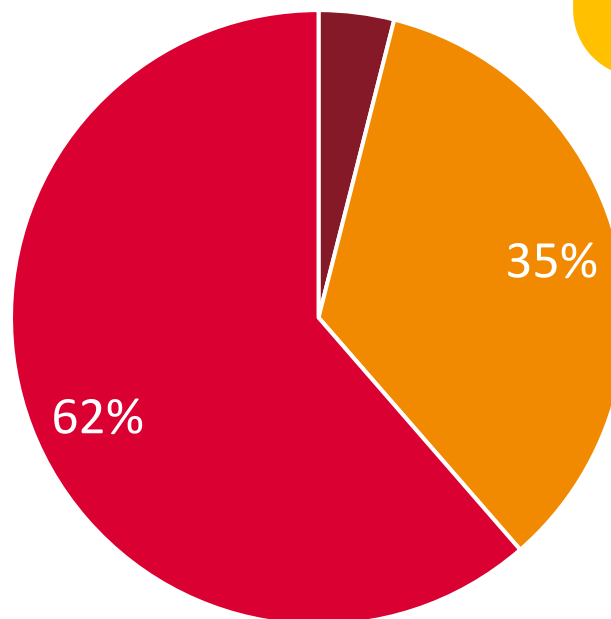
Deutschland

N= 52



Österreich

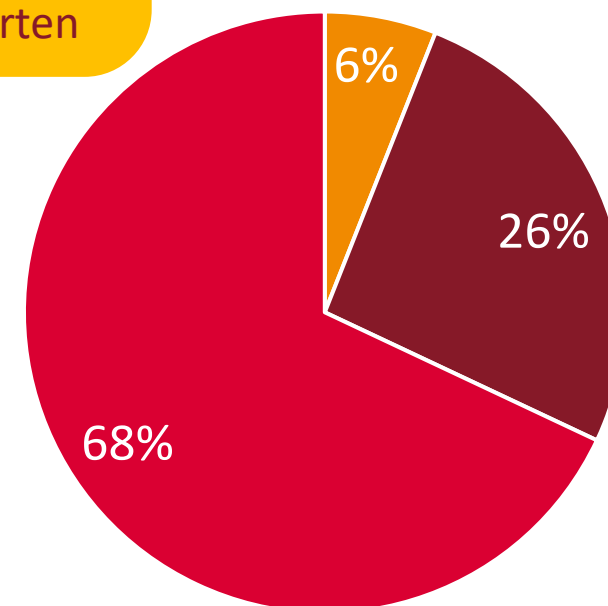
N= 26



Durchweg eher negative Erfahrungen, Österreich mit leicht besseren Erfahrungswerten

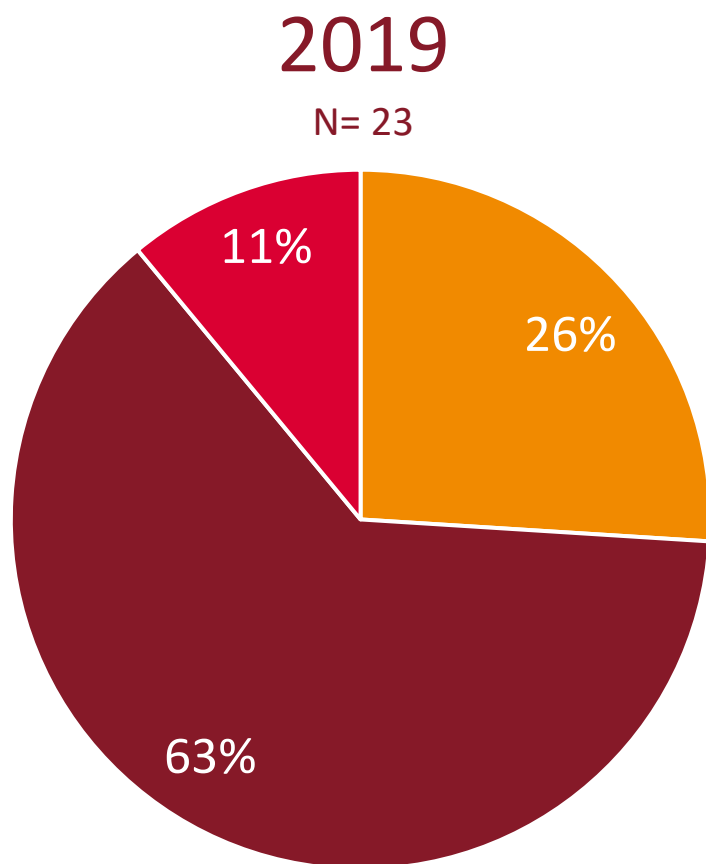
Gesamt

N= 78



Beschreiben Sie Ihre Erfahrungen mit dem Facebook Support bei der Verifizierung für Facebook FundraiserTools.

2019 vs. 2022 – nur Deutschland

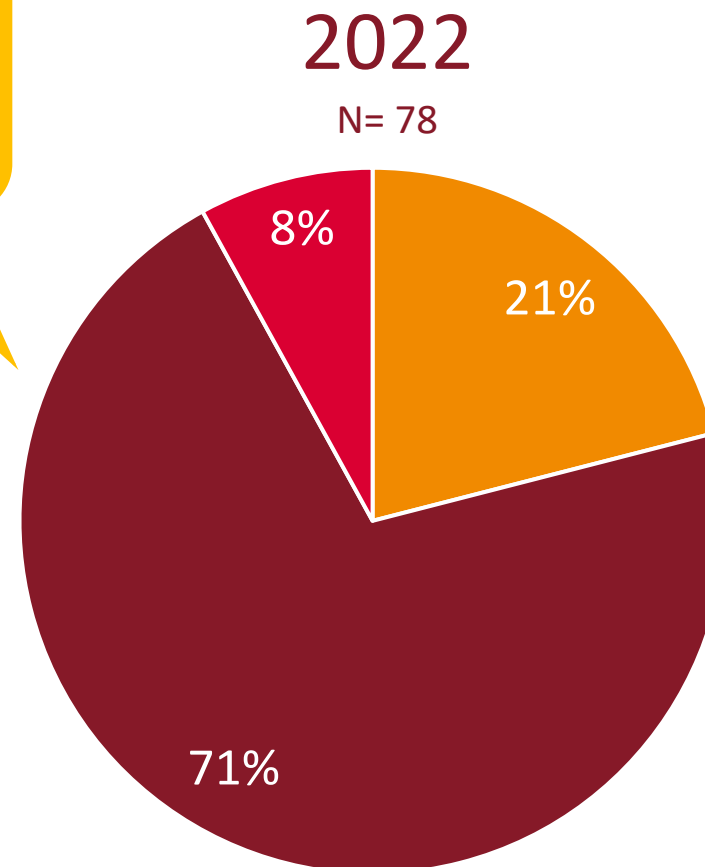


Die negativen
Erfahrungen
nehmen zu...

■ positiv

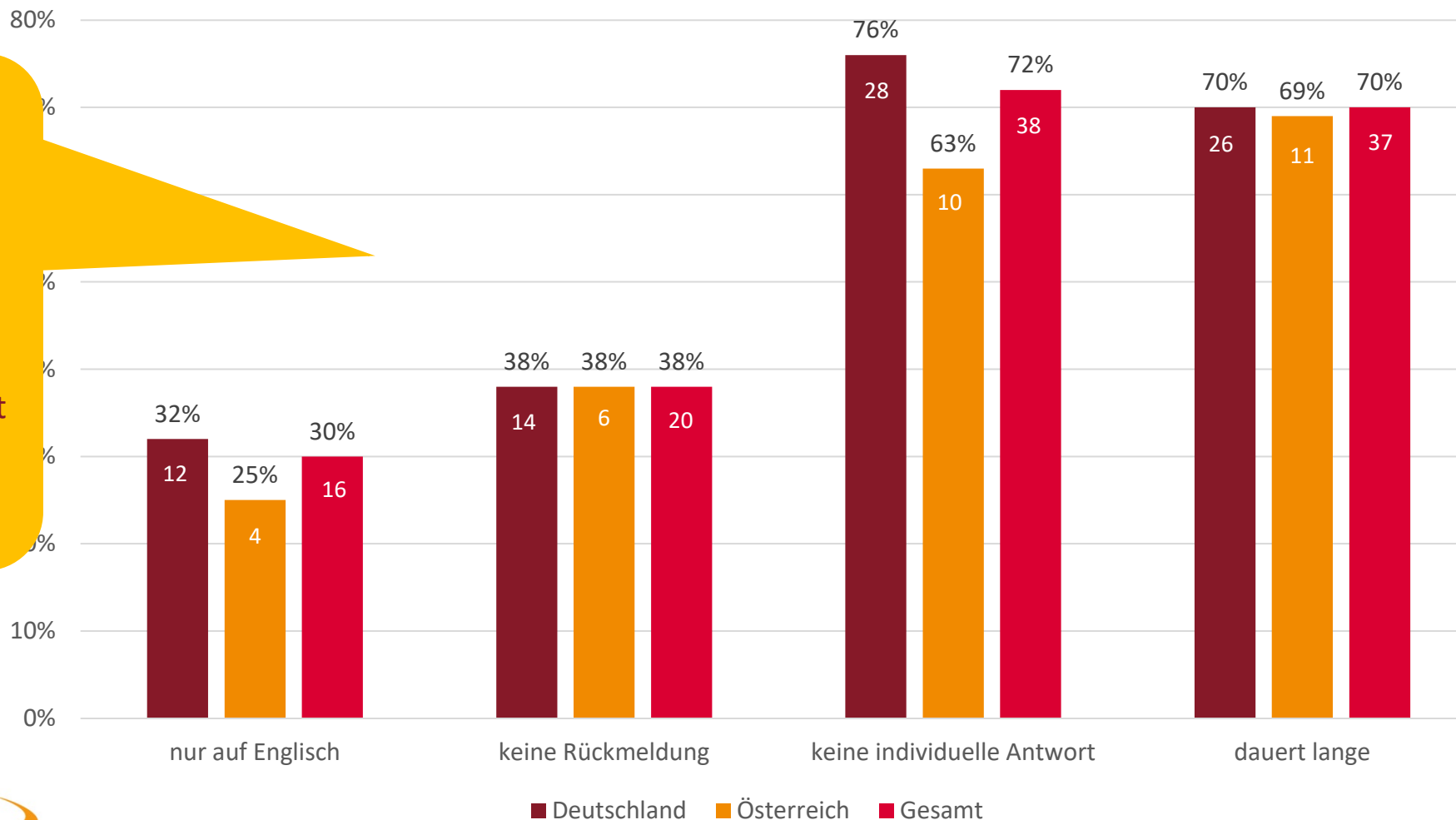
■ negativ

■ neutral



Negative Erfahrungen mit dem Facebook-Support (Mehrfachnennungen möglich)

Sehr verzögerte oder nicht-individuelle Rückmeldung stören über zwei Drittel der Reagierer:innen. Ein Drittel erhielt gar keine Rückmeldung.



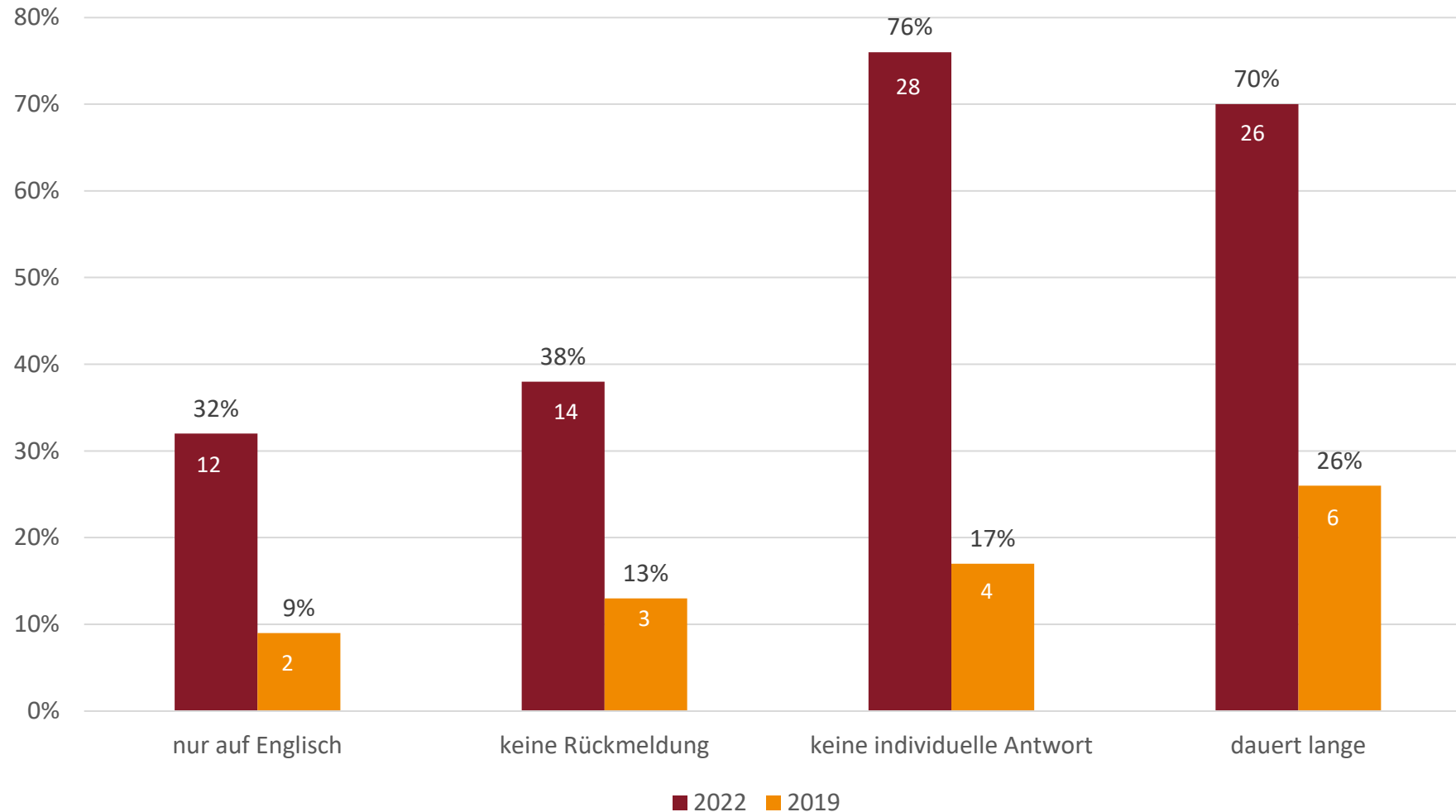
N = 53

DE = 37

AT = 16

Negative Erfahrungen mit dem Facebook-Support

2019 vs. 2022 – nur Deutschland

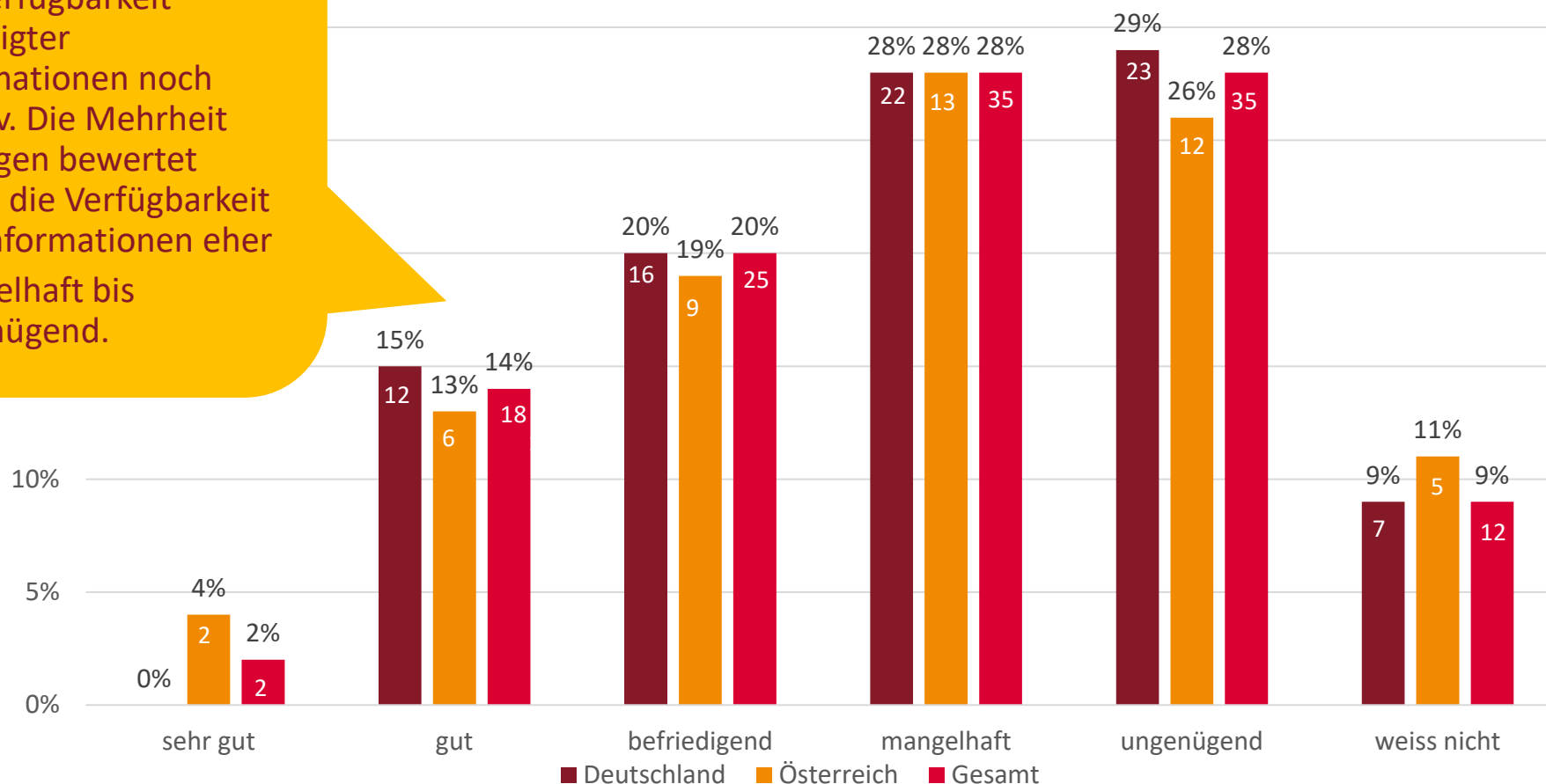


2019
N= 23

2022
N= 53

Wie empfinden Sie die Verfügbarkeit von Informationen für den Ablauf der Registrierung und die benötigten Unterlagen?

Nur ein Drittel bewertet die Verfügbarkeit benötigter Informationen noch positiv. Die Mehrheit hingegen bewertet die Verfügbarkeit von Informationen eher mangelhaft bis ungenügend.



N = 127

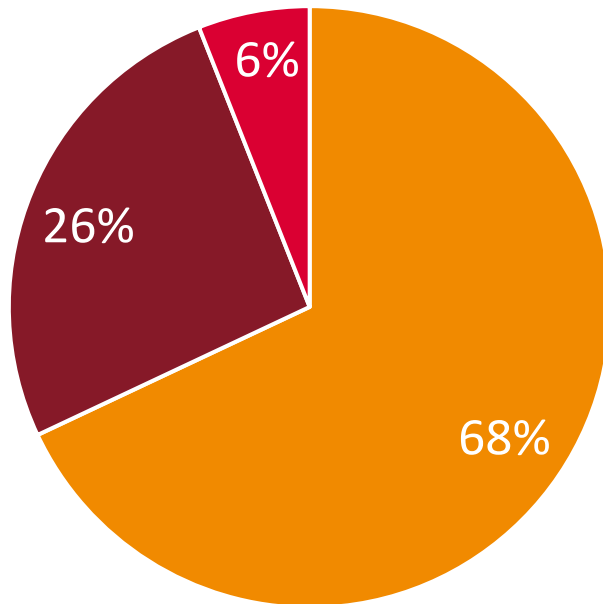
DE = 80

AT = 47

Wie ist der Status Ihrer Registrierung?

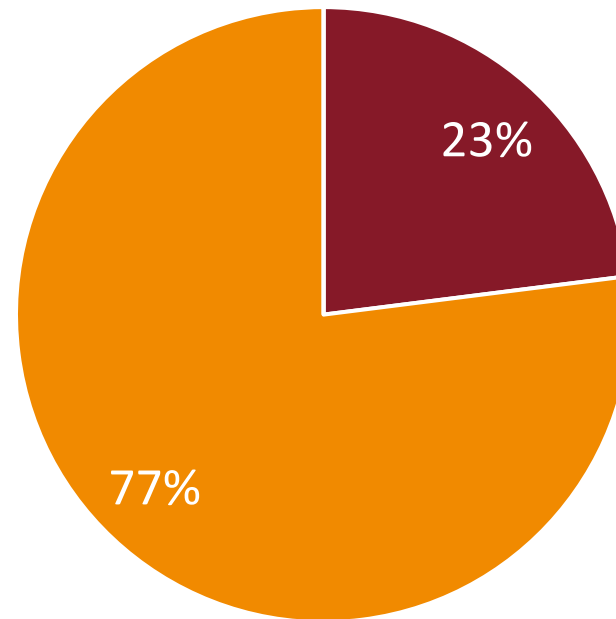
Deutschland

N= 80



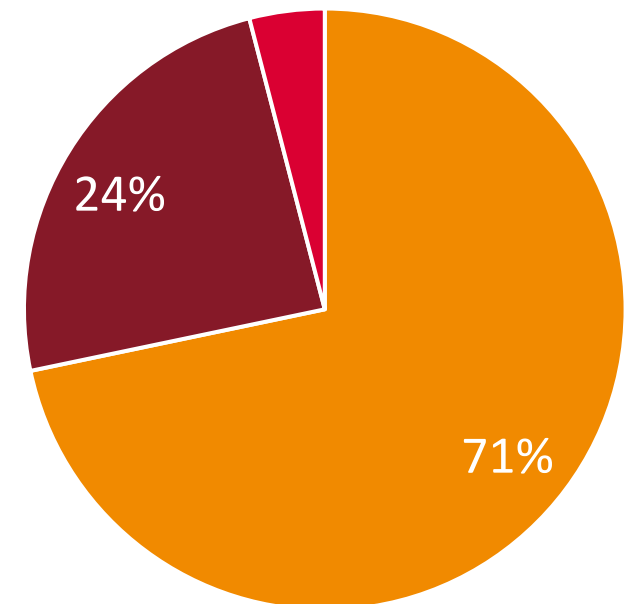
Österreich

N= 47



Gesamt

N= 127

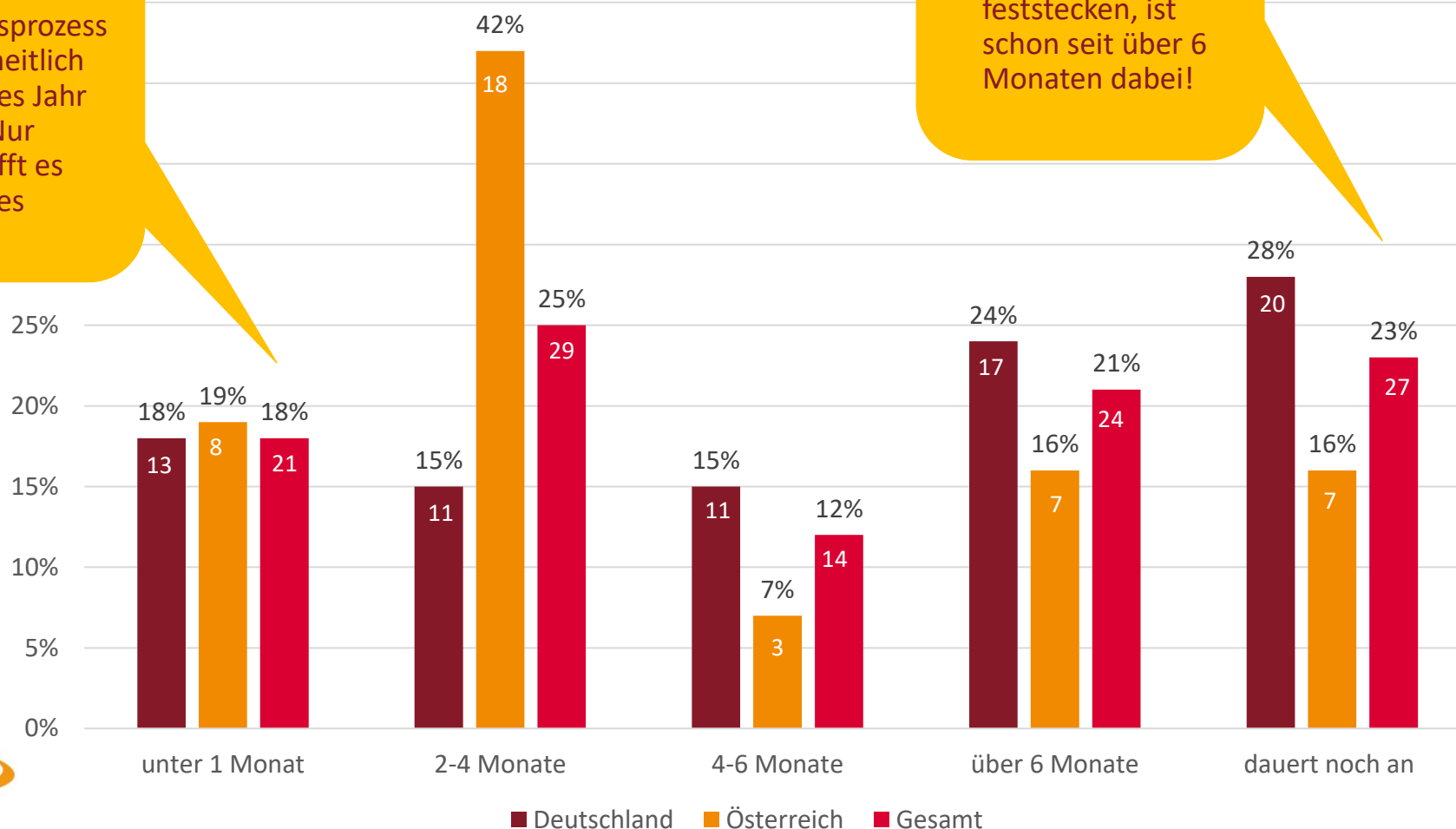


Dauer der Registrierung

Wie lange hat es gedauert, bis Sie durch den Registrierungsprozess durch waren und die Tools nutzen konnten? Bitte machen Sie Ihre Angabe in Monaten:

Der Registrierungsprozess dauert mehrheitlich rund ein halbes Jahr oder länger. Nur jede:r 5. schafft es innerhalb eines Monats.

Und: Die Mehrheit derjenigen, die noch im Prozess feststecken, ist schon seit über 6 Monaten dabei!



N = 115

DE = 72

AT = 43

Facebook Support Postfach

Support-Postfach

Willkommen!
In deinem Support-Postfach erhältst du Updates zu von dir gemeldeten Inhalten. Du kannst dort Nachrichten vom Support-Team lesen und auf diese antworten und dir wichtige Nachrichten zu deinem Konto ansehen.

Hilfebereich

Hilfebereich durchsuchen

Sicherheitsbereich
Richtlinien, Tools und Ressourcen für den Erhalt deiner Sicherheit.

Mobbing-Präventionshub
Tools und Tipps für Jugendliche, Eltern und Pädagogen.

Safety Check
Bleibe während einer Katastrophe mit Freunden und Familie in Verbindung.

Gemeinschaftsstandards

Unsere Gemeinschaftsstandards anzeigen
Erfahre mehr darüber, welche Inhalte auf Facebook geteilt werden dürfen und welche Art von Inhalten gemeldet und entfernt werden können.

Privatsphäre · Impressum/Terms/NetzDG/UrhDaG
· Werbung · Datenschutz · Hilfe
Meta © 2022

Berichte

- Gemeldete Inhalte**
3 neue Updates
- Deine Warnungen**

Sonstiges

- Your request to change your Page's name has been approved.
1 neues Update
23. November 2017
- Du hattest ein Abrechnungsproblem mit deinen Werbetreibenden
3. Dezember 2019
- Du hattest ein Abrechnungsproblem mit deinen Werbetreibenden
2. Dezember 2019
- Du hattest ein Abrechnungsproblem mit deinen Werbetreibenden
14. November 2019
- 6 neue Updates
9. November 2018

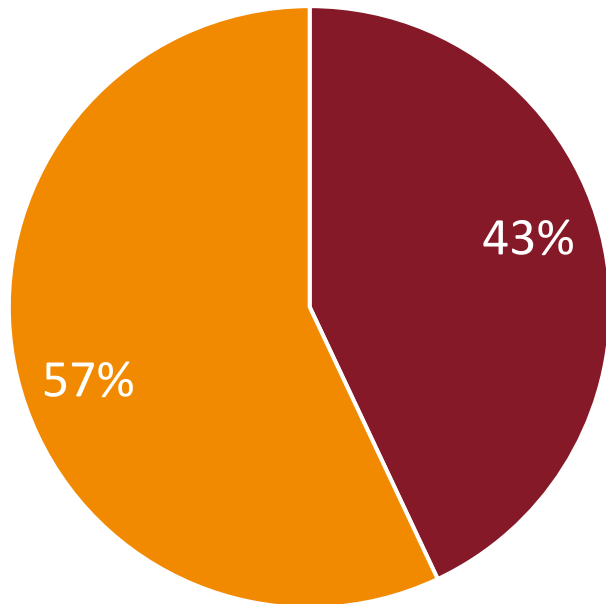
In deinem Support-Postfach erhältst du Updates zu von dir gemeldeten Inhalten. Du kannst dort Nachrichten vom Support-Team lesen, auf diese antworten und dir wichtige Nachrichten zu deinem Konto ansehen. Nur der Financial Admin hat Zugriff auf die Support Box zu den Fundraiser Tools, dieser muss im Registrierungsprozess definiert werden.

Weg zur Support Inbox: Klick auf Profilbild -> Hilfe & Support -> Support Postfach

War Ihnen bekannt, dass es die Support Inbox gibt, die beim Registrierungsprozess als Kommunikationsmittel zwischen Facebook und Ihnen / der NPO dient?

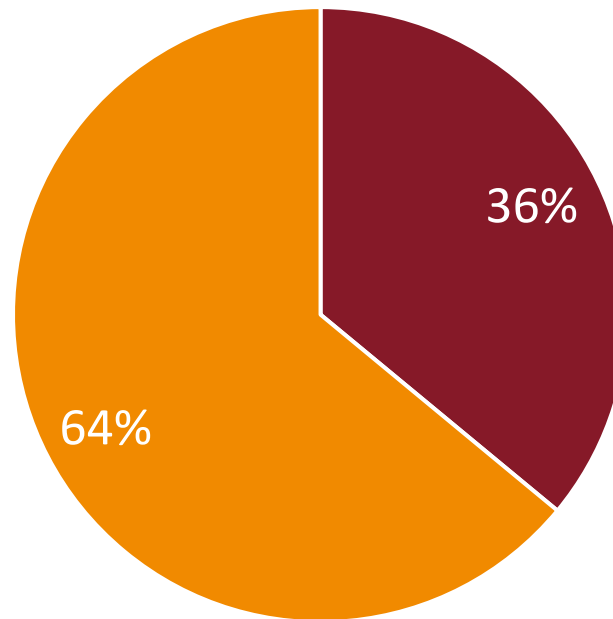
Deutschland

N= 79



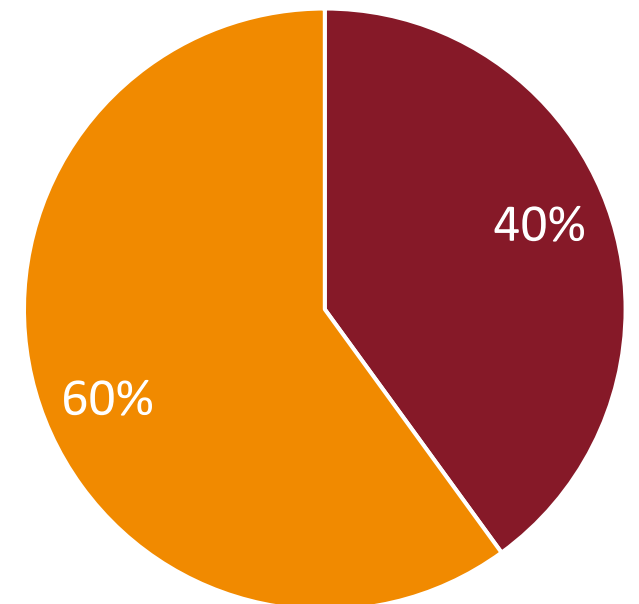
Österreich

N= 47



Gesamt

N= 126



■ ja

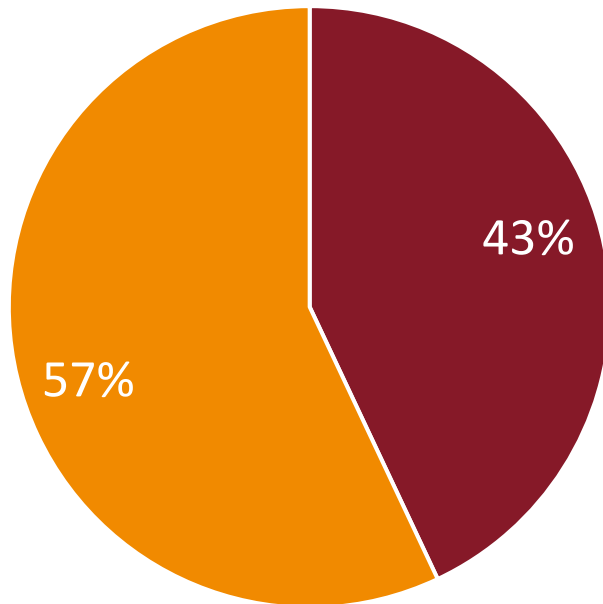
■ nein

Support Inbox

Haben Sie die Support Inbox genutzt?

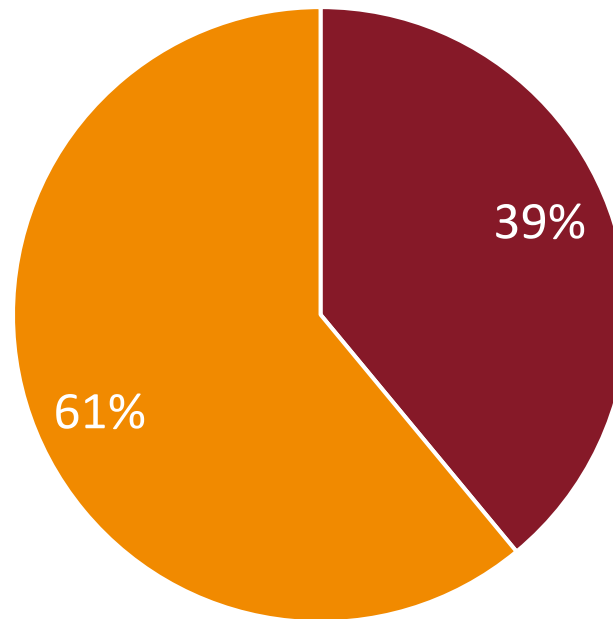
Deutschland

N= 77



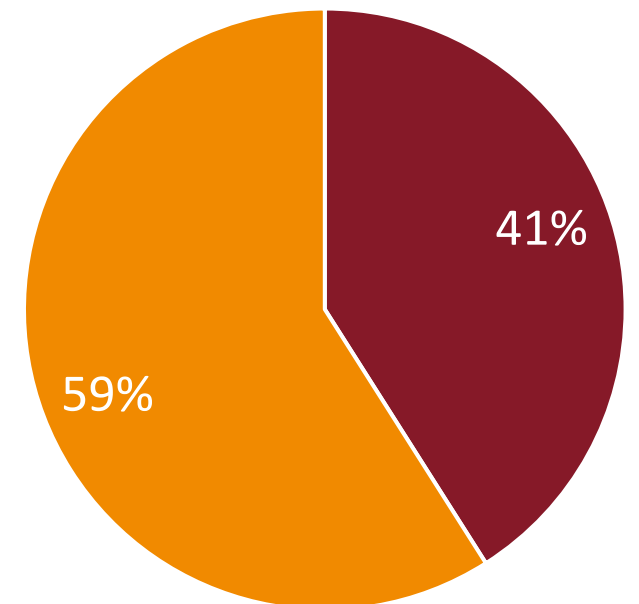
Österreich

N=46



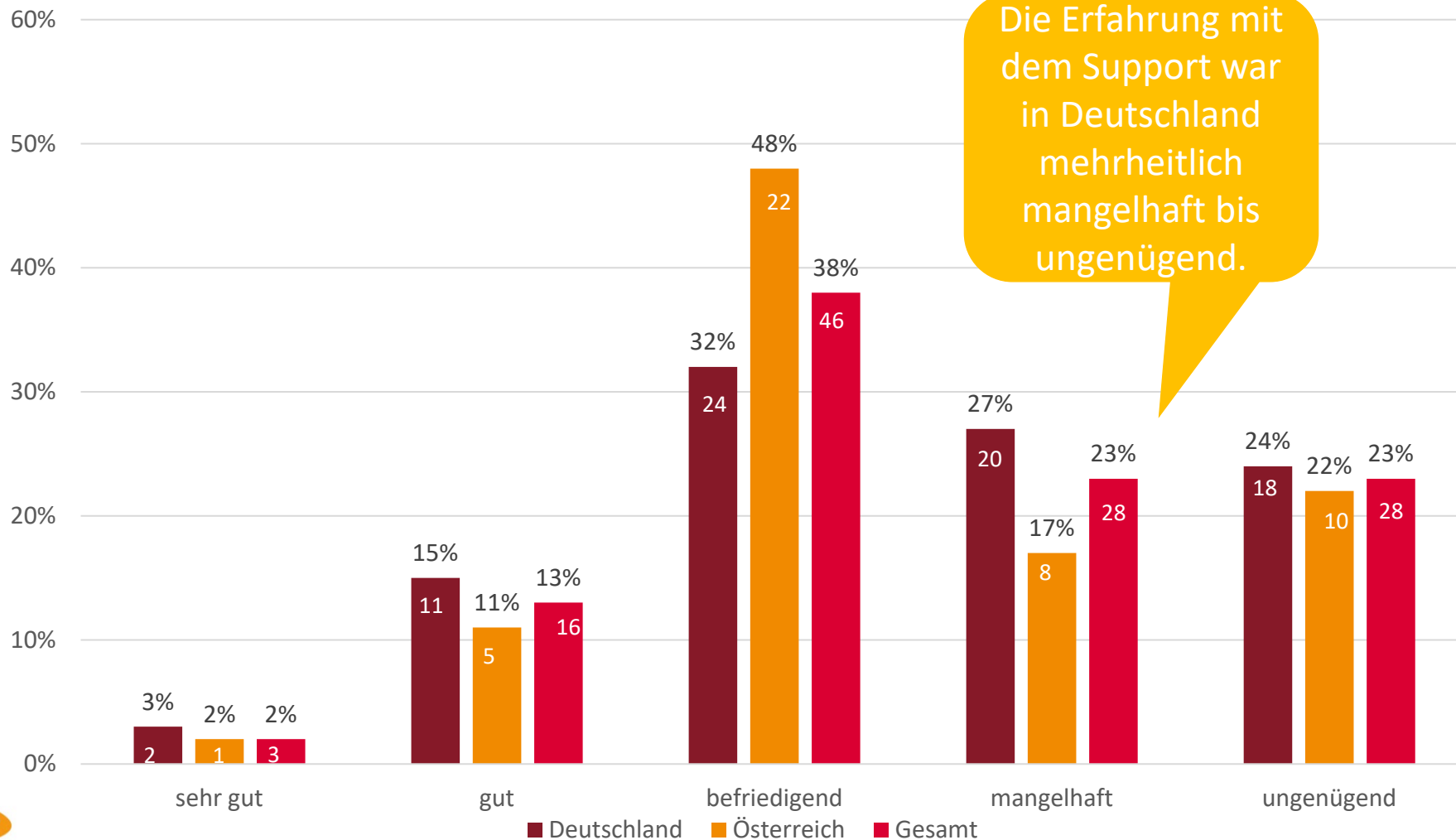
Gesamt

N= 123



Wie waren Ihre Erfahrungen mit der Support Inbox?

N=121





Teil 2

Nutzung der Tools

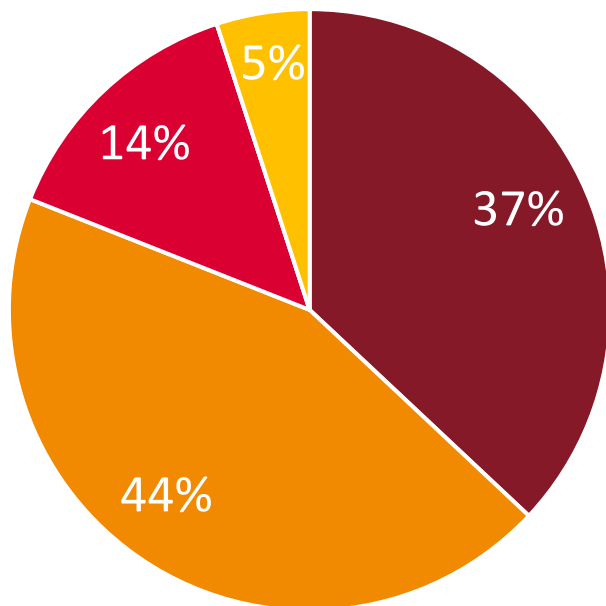


Wie viel Geld haben Sie mit den Facebook Spenden-Tools 2021 gesammelt?

N=73

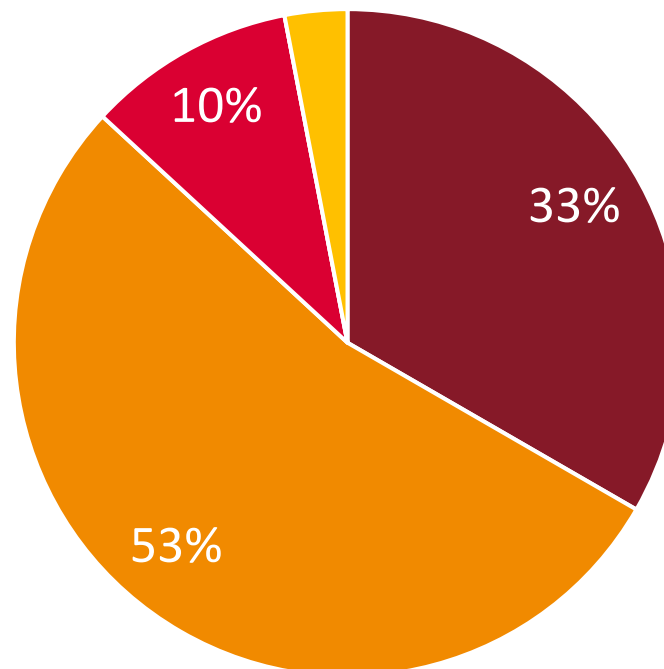
Deutschland

N=43



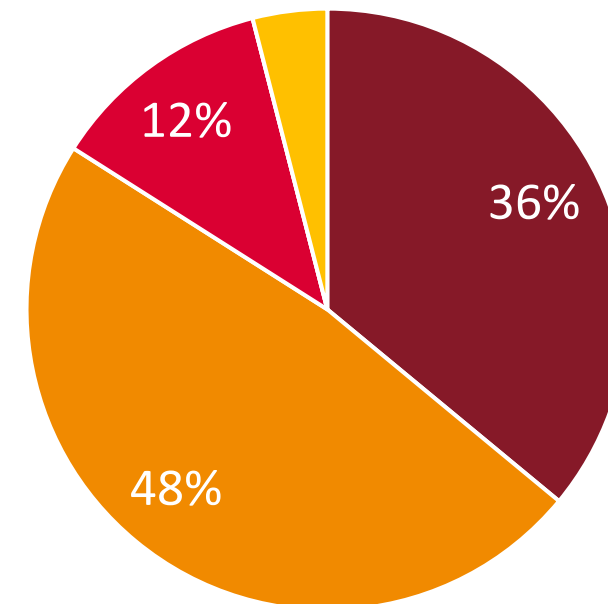
Österreich

N= 30



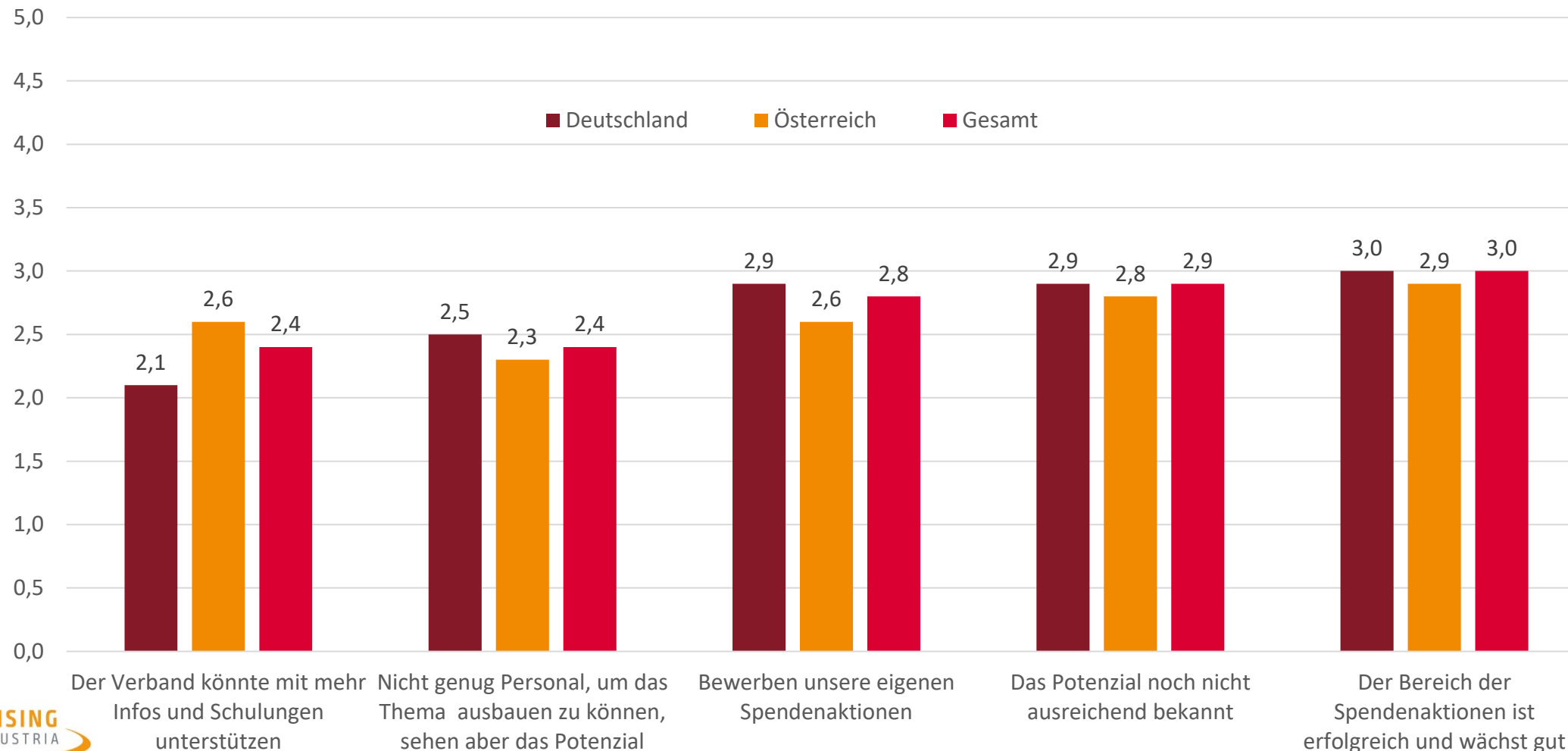
Gesamt

N= 73



Bewertung der Facebook Fundraiser Tools

Bewerten Sie bitte folgende Aussagen mit der Ratingskala 1-5 (1 = stimme voll zu; 5= stimme überhaupt nicht zu)



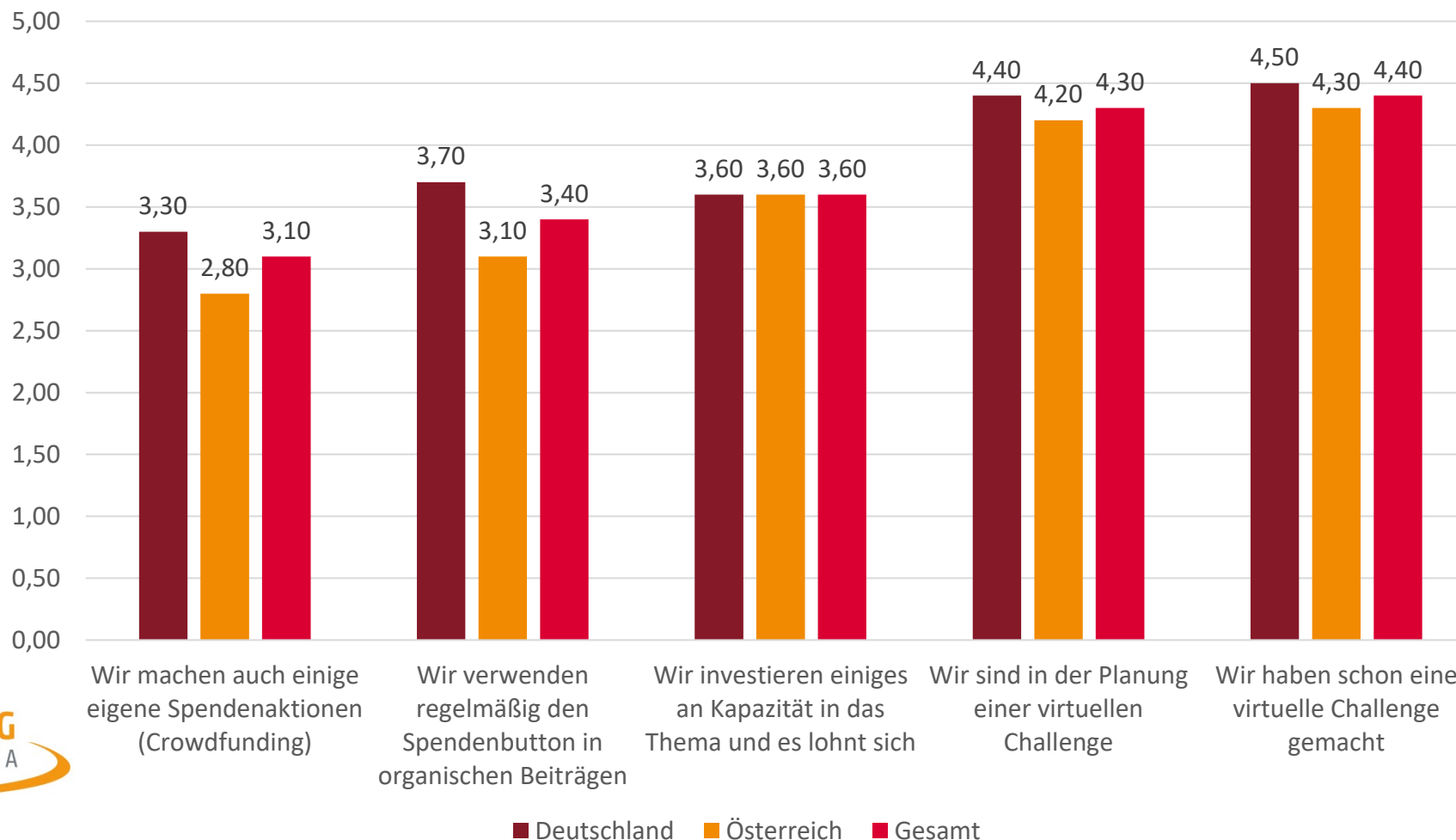
N = 75

DE = 44

AT = 31

Bewerten Sie bitte folgende Aussagen mit der Ratingskala 1-5 (1 = stimme voll zu; 5= stimme überhaupt nicht zu)

N=75



N = 75

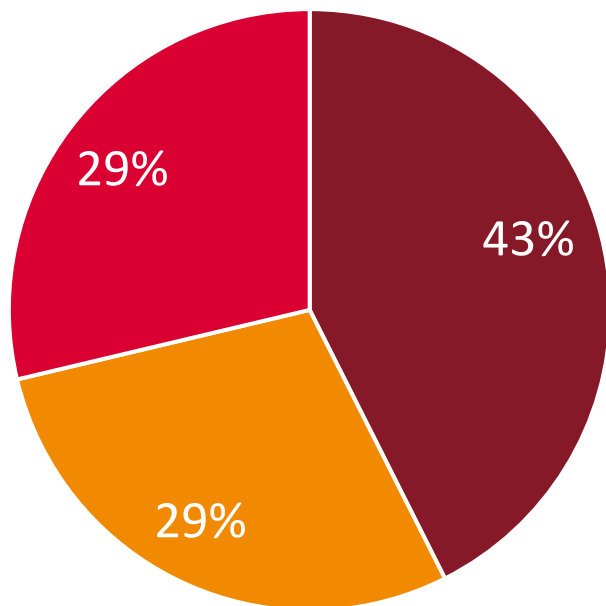
DE = 44

AT = 31

Planen Sie für das nächste Jahr Fundraising-Kampagnen, bei denen die Facebook-Spendentools im Mittelpunkt stehen werden?

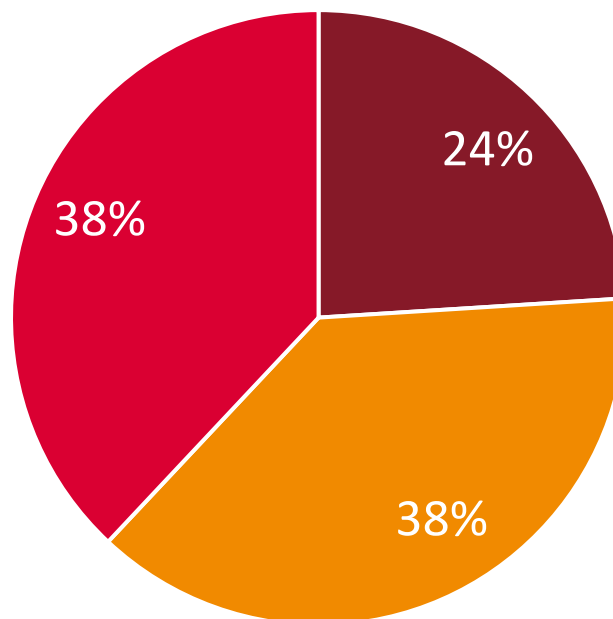
Deutschland

N= 42



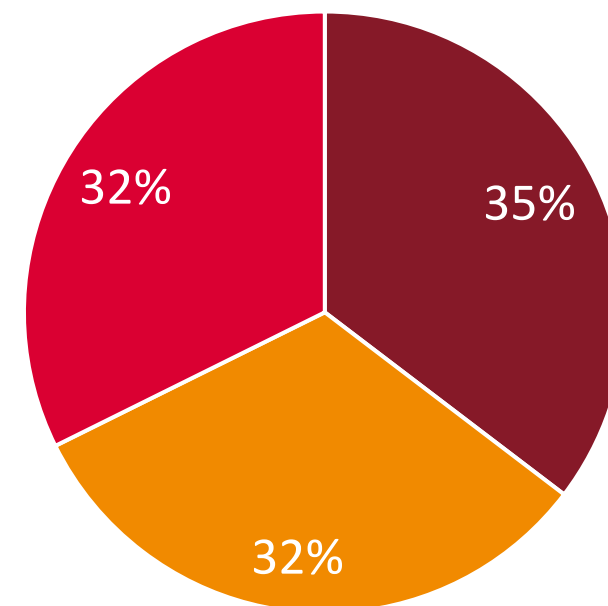
Österreich

N= 29



Gesamt

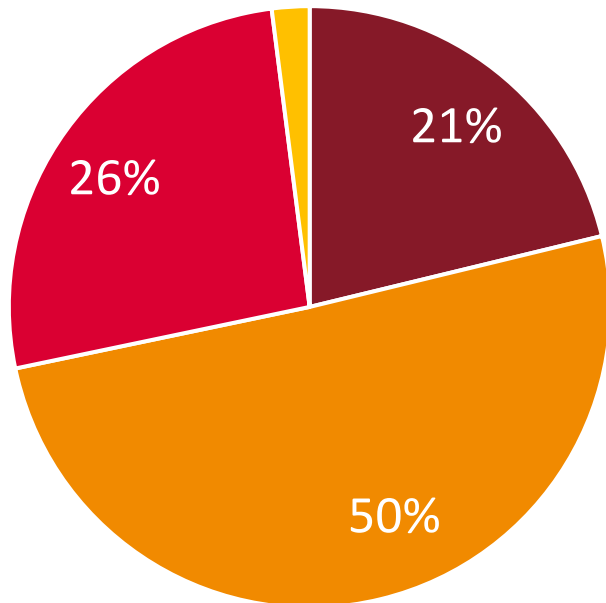
N= 71



Sagen Sie Danke an Ihre Fundraiser:innen indem Sie eine Nachricht auf die Spendenseite schreiben? Sammeln Sie dazu auch noch die Kontaktdaten der Fundraiser:innen?

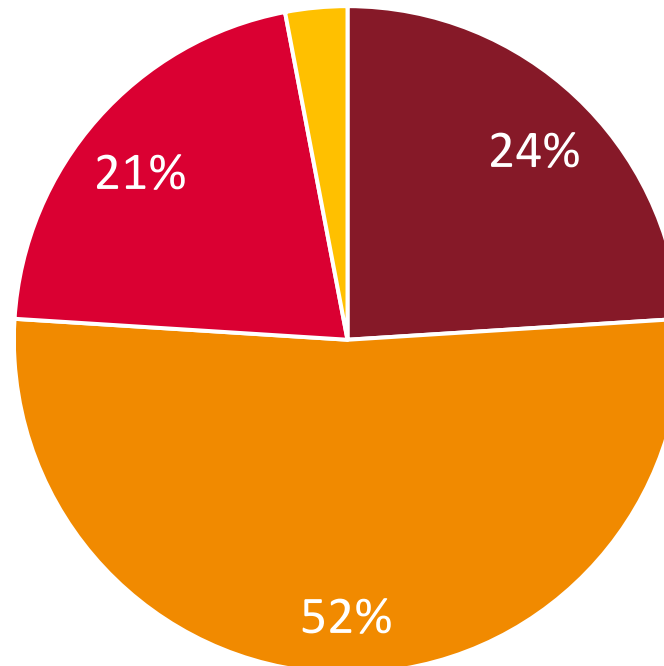
Deutschland

N= 42



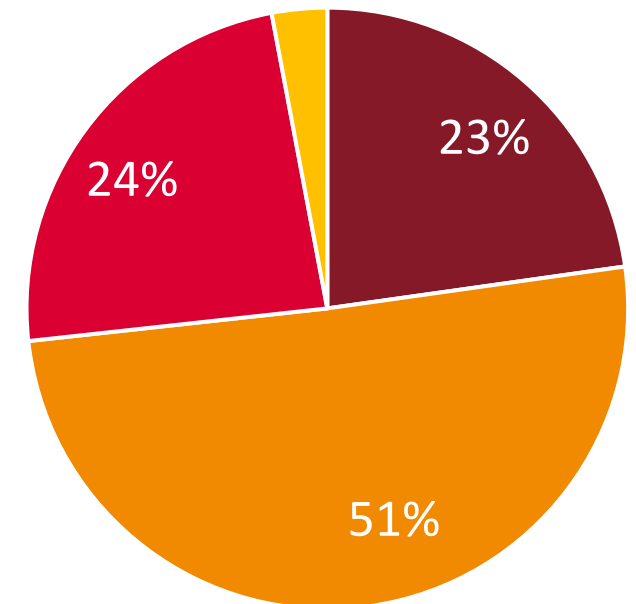
Österreich

N= 29



Gesamt

N= 71

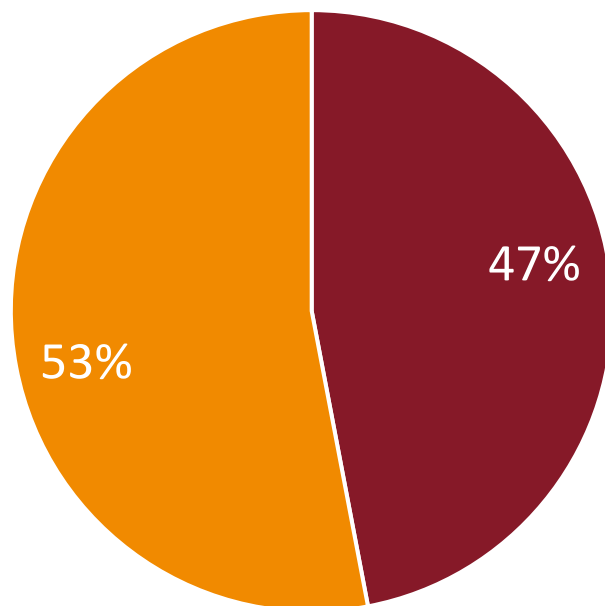


Nutzung der Fundraiser Tools

Hat Ihre NPO schon einmal eine Fundraising-Kampagne mit den Spendentools gestartet?

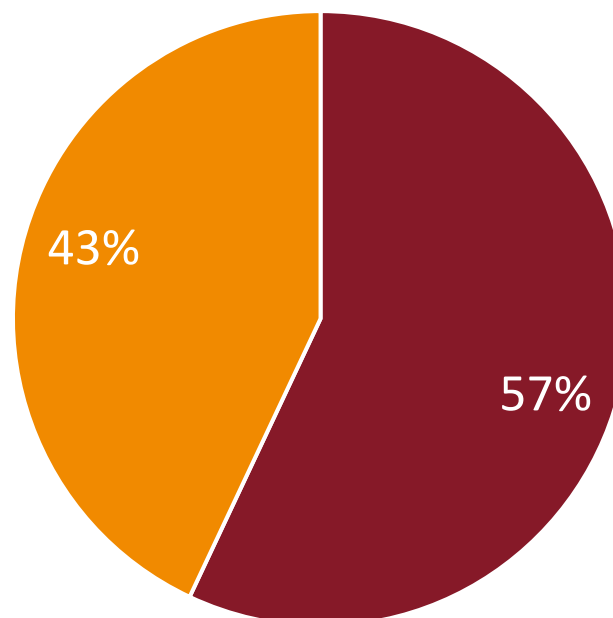
Deutschland

N= 43



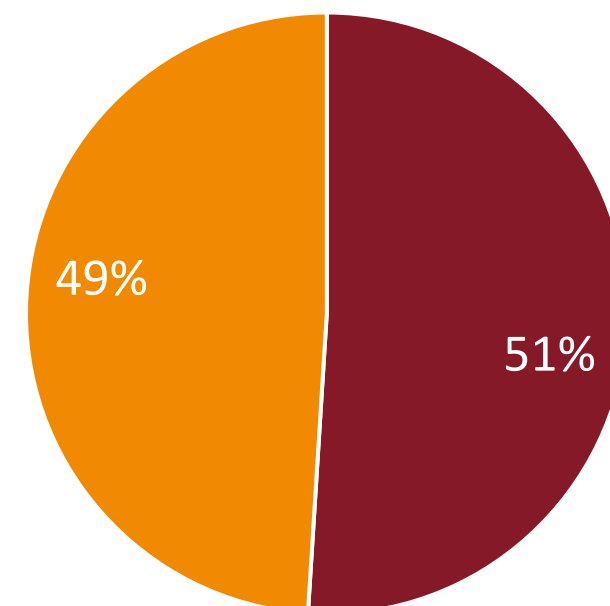
Österreich

N= 30



Gesamt

N= 73



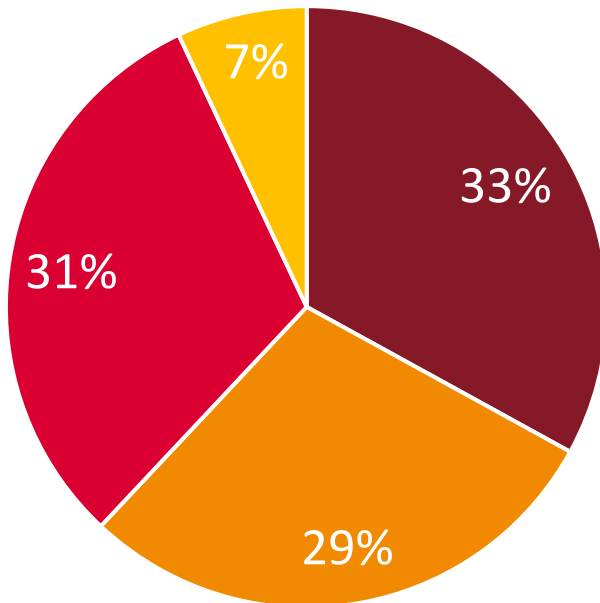
■ ja

■ nein

Bewerben Sie Spendenaktionen mit zusätzlichem Budget auf Facebook?

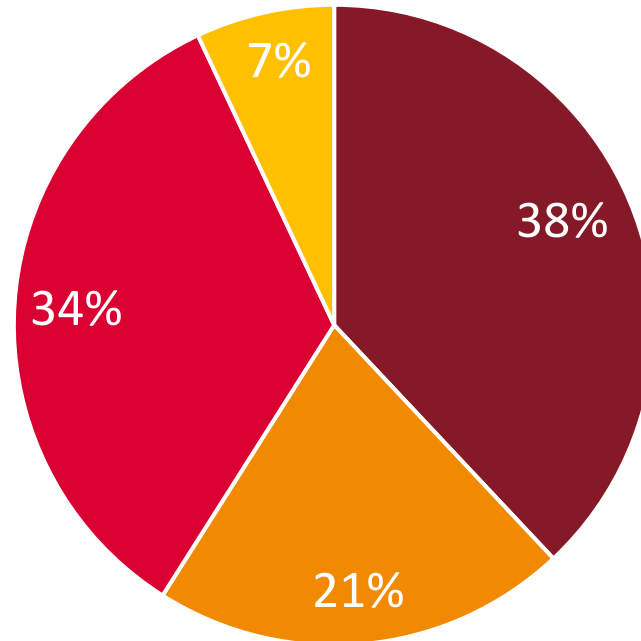
Deutschland

N= 42



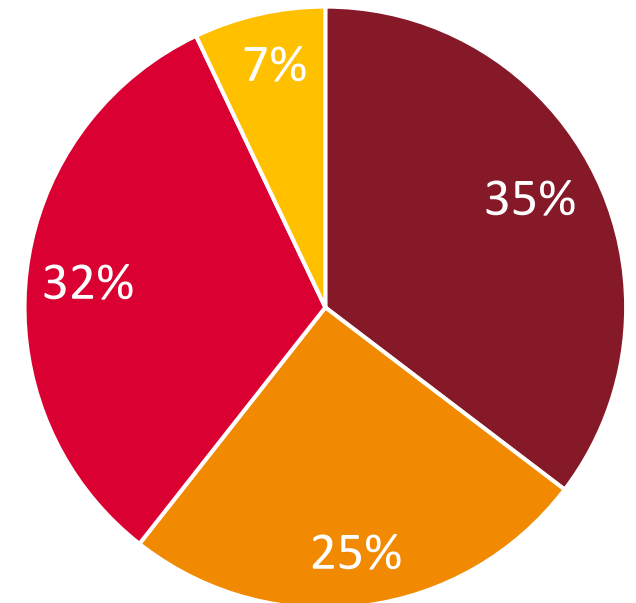
Österreich

N= 29

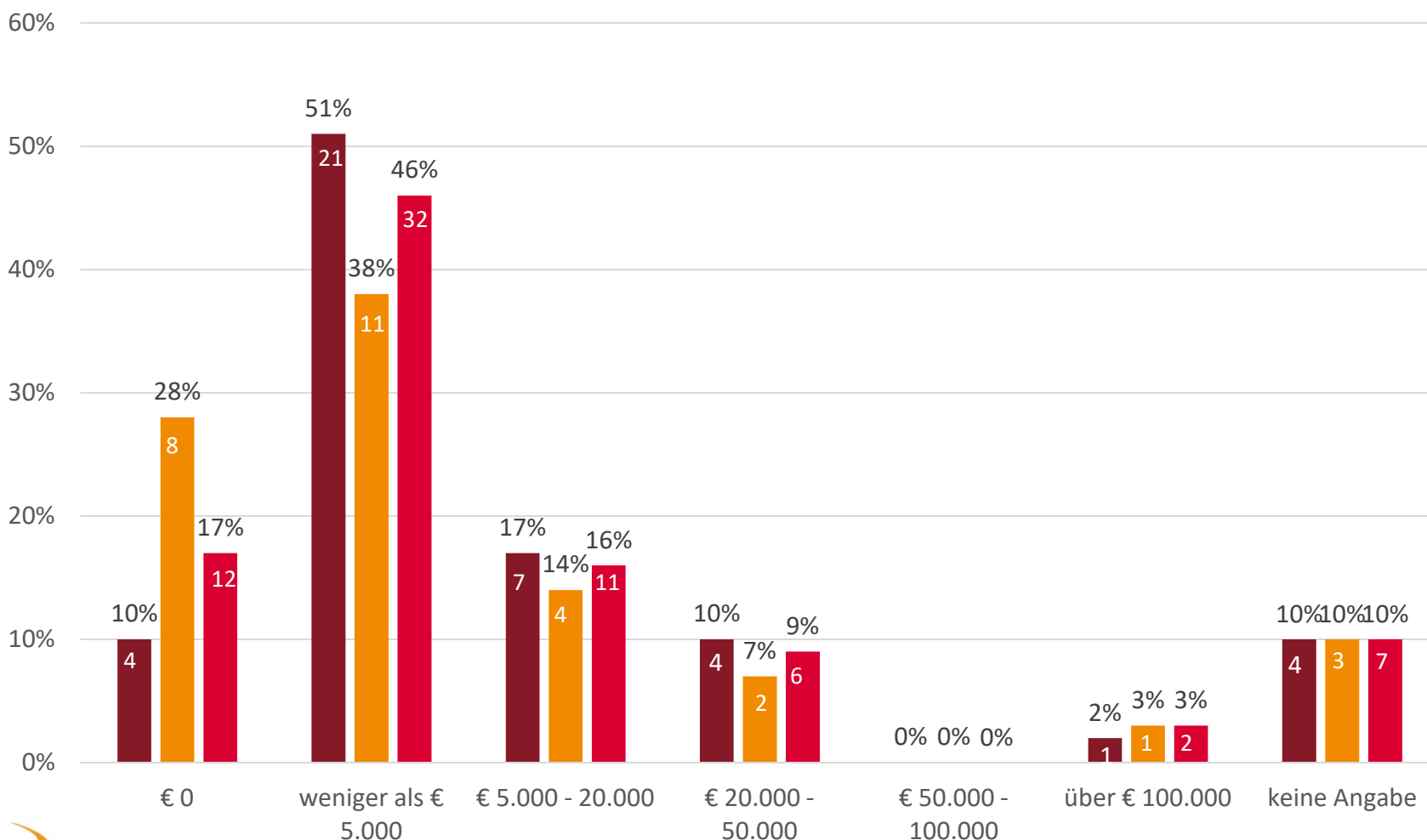


Gesamt

N= 71



Wie hoch war Ihr Budget für Facebook Werbung in 2021?



N = 70

DE = 41

AT = 29

Fazit

- Die Umfrage fällt in Deutschland und Österreich in etwa gleich aus
- Die Fundraiser Tools werden von immer mehr NPOs genutzt
- Seit der ersten Umfrage 2019 hat sich nichts verbessert, es gibt sogar eher einer Tendenz zur Verschlechterung, da jetzt auch mehr Organisationen die Tools nutzen (wollen) und mehr Schwachstellen aufgedeckt werden
- Hauptkritikpunkte:
 - Lange, intransparente Prozesse
 - Schlechter und zu langsamer Support



DEUTSCHER
FUNDRAISING
VERBAND

Wir stärken **die Kultur des Gebens**

Danke für Ihre
Aufmerksamkeit!

FUNDRAISING
VERBAND AUSTRIA





Anhang: Antworten auf offene Fragen



3. Negative Erfahrungen im Verifizierungsprozess

Auswahl offener Antworten

Oft wurden Standardtexte statt konkreter Antworten geschickt.

Es dauert sehr lang bis man Antworten bekommt und verifiziert wird.

Dies haben mehr als 10 der Befragten genannt.

Facebook hat unsere Bewerbung verloren.

Wochenlange Wartezeiten bei der Beantwortung von E-Mails und immer neue Ansprechperson, denen man den Fall dann neu schildern muss.

Sehr umständlich und auch unübersichtlich, zeitintensiv.

Facebook braucht ein Verständnis für die rechtl. Lage von spendensammelnden Organisationen in Deutschland / Europa

Mit der rechtlichen Lage sahen zwei der Befragten Probleme.

Viel Papierarbeit, keine Möglichkeit, etwas zu erklären zu den übersendeten Papieren.

6. Negative Erfahrungen mit dem Facebook-Support

Auswahl offener Antworten

Keine Hilfe, nur Kommentar, dass es so nicht geht.

Antwort hat mir nicht geholfen - habe dann von Kolleginnen aus anderen Organisationen die nötige Info bekommen.

Kompliziert

Problem wurde nicht erkannt.

Hatten kein Fachwissen über die rechtl. Konstellationen einer Stiftung nach deutschem Recht (z.B. bei der rechtlicher Vertretung).

Unflexibel, nicht spezifisch genug.

21. Was sind für Sie die größten Herausforderungen der Facebook-Spendentools?

Die Bewerbung von eigenen Spendenaktionen (mit Budget) ist für uns enorm undurchsichtig. Viele unserer Versuche, eine Werbeanzeige für eine unserer Spendenaktionen zu schalten, sind daran gescheitert, dass die Werbeanzeige von Facebook abgelehnt wurde - aus für uns unersichtlichen Gründen.

Kaum zu bewältigende Zahl der (oft negativen Kommentare) unter den Spendenaktionen.

Zu viele Organisationen nutzen es, User*innen selbst nutzen es seltener.

Dass uns als mittelständige NPO die Ressourcen fehlen, die Spenden so zu uns zu leiten, dass wir früher oder später auch eine nachhaltige Spendenbeziehung aufbauen können - weil uns schlicht die Kontaktdaten fehlen.

Änderungen an der Oberfläche von Facebook, sodass bekannte Funktionen verschwinden bzw. erst ewig gesucht werden müssen.

22. Was sehen Sie als die größten Möglichkeiten der Facebook-Spendentools?

Neue Spender*innen zu gewinnen
- und abseits der Kampagnen zu
Spenden zu kommen.

Eigentlich nur das Eingehen
auf Nutzerwünsche, zu
Geburtstagsspenden aufrufen
zu können.

Spendenaktionen, Menschen
können mit geringem
Aufwand aktiv werden.
Spendenbutton ist schnell
und unkompliziert
einzubauen.

Awareness, Reichweite

19. Was könnte Facebook aus Ihrer Sicht verbessern?

Auswahl offener Antworten

Generelle Übersichtlichkeit und Customer Experience.

Wünsche mir eine bessere Info und Übersicht zur Abrechnung der Spenden nach Beendigung einer Aktion.

Support, den man erreichen kann und tatsächlich etwas tut. Ich warte seit 3 Monaten auf die Antwort auf eine Frage.

Auswertungsmöglichkeiten und Support bei Nachfragen zu Spendeneingängen.

Schnellere Bearbeitung und passende, individuelle Antworten auf Fragen statt nur vorgefertigte Textbausteine und Links zu den FAQs.

Professioneller Umgang mit Kunden, die Geld investieren, Facebook ist es egal, ob Businesskunden zufrieden sind oder nicht weil sie ja eh abhängig sind von ihnen... Besser geschulte Support-Teams Bessere Ankündigung neuer Funktionen, meist passiert es einfach.

Genaue Information, was Facebook bzw. Meta mit den gesammelten Daten anfängt, sie erfahren ja viel über unsere Beziehungen und auch den sozialen Status der Spender:innen, wieviel kommt zusammen etc....

28. Was war Ihre wichtigste Erfahrung, die Sie bezüglich der Spendentools gelernt haben?

Datenschutz und Facebook -
schwierige Kombi.

Es ist kein Klick and Run, es ist
Arbeit, Vorbereitung und
Kommunikation und man kann
nicht an den Stellen ansetzen, wo
man gern möchte. (...)

..dass Facebook viele Prozesse
verdammst (unnötig) kompliziert
macht und zudem ständig den
Werbeanzeigenmanager verändert
und verschiebt, sodass man sich
jedes Mal aufs Neue einarbeiten
muss.

Der Erfolg ist bei uns sehr vom Thema
und aktuellen Anlässen abhängig. Für
alle Themen, die uns wichtig sind,
eignen sie sich leider nicht.

Erwartungen zurückschrauben,
realistische Ziele setzen, dem
Thema Online-Fundraising aber
Wichtigkeit einräumen.

Dass Facebook
Spendenaktionen
erfolgreicher als eigene
Spendenaktionen sind.

24. Können Sie uns etwas mehr über Ihre Kampagne sagen, wie erfolgreich sie war, was hat gut funktioniert und was hat nicht geklappt?

Bewerbung ist nur bei Nothilfe erfolgreich, es hängt viel von der organischen Reichweite ab. Influencer/Multiplikatoren helfen bei der Bewerbung sehr.

Unser Benefizkonzert haben wir neben einer Landingpage auch einfach mit auf FB gestreamed und die Spendenmöglichkeit aktiviert. Der Erlös war überraschend gut - der Aufwand (im Vergleich zum Aufbau Landingpage + Spendenformular) sehr gering.

Hat zur Weihnachtszeit und in Emergency-Fällen gut funktioniert. Allerdings ist die Bewerbung schwierig, da die Spendenaktionen im Admanager nicht als Werbeziel ausgewählt werden können.

Schnell und einfach zu spenden. Leider so wenig Daten über die Spender.

(...) Die richtige Auswahl der Zielgruppen war aber auch hier eher schwierig und das Managen der Kommentarspalten kein Vergnügen. Wir hätten gerne eine Möglichkeit gehabt, die Kampagne am Ende so auszuwerten, dass wir für die Zukunft davon lernen können - hier fehlen Facebook auf jeden Fall auch noch bessere bzw. einfacher verständliche Tools.

Man muss schnell sein, damit man auffällt. Tendenziell hat uns diese Aktion schon mehr Spenden gebracht als normale Geburtstagsaktionen.