

# From Insight to Action

Wie Solidar Suisse aus Daten gezielte Fundraisingmassnahmen ableitet

# 60%

**DER ERST-SPENDER\*INNEN**

spenden nicht im Folgejahr

# Das Projekt-Team

Art des Projekts: Kunde



**Benjamin Gross**

Leiter Marketing & Kommunikation &  
Mitglied der Geschäftsleitung bei  
Solidar Suisse



**Florian Straub**

Sr. Marketing Automation Specialist  
getunik



**Florian von Bracht**

Sr. Solution Architect  
Apteco GmbH

# About us



# Solidar Suisse

## Facts and figures

„Wir kämpfen weltweit für faire Arbeitsbedingungen und demokratische Mitbestimmung. In 80 Projekten setzen wir uns für soziale Gerechtigkeit und gegen extreme Ungleichheit ein. Gemeinsam mit lokalen Partnerorganisationen beseitigen wir Missstände und eröffnen benachteiligten Menschen neue Perspektiven.“

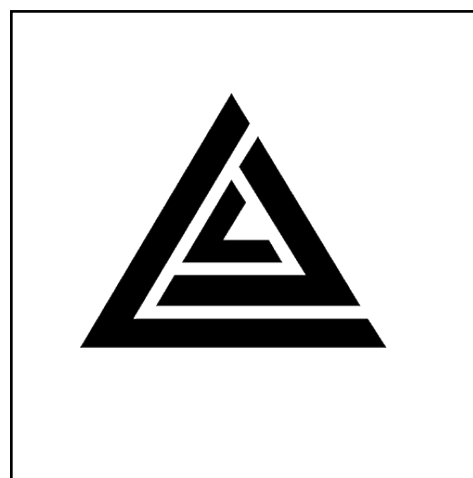
- **Schweizer Entwicklungsorganisation**
- **80 Projekte in Afrika, Asien, Lateinamerika, sowie Ukraine, Türkei und Syrien**



# getunik

Facts and figures

- **Fundraising Spezialist\*innen und Apteco Implementierungspartner**
- **1998 gegründet**
- **Sitz in Zürich und Berlin**
- **100 % NPOs als Kunden**
- **„We create the future of giving“ (vision)**



# Apteco

## Facts and figures

- **4000+ glückliche Nutzer weltweit**
- **Mehr als 45 Vertriebspartner**
- **Über 70 Mitarbeiter**
- **5 Standorte**
- **Inhaber geführt seit über 35 Jahren**

# Agenda



# Startpunkt

# Spender\*innen Verhalten ändert sich

Der Bestand wird nicht von allein wachsen

- Generationaler Shift: Neue Spender\*innen sind schwerer zu gewinnen und weniger loyal
- Jede bestehende Beziehung im CRM wird wertvoller
- Das Potenzial liegt im besseren Verstehen und Aktivieren des eigenen Bestands

# Das CRM: Reich an Daten

jedoch nicht leicht zugänglich

- viele historische Spendendaten vorhanden
- Aber: Auswertungen nur mit IT-Unterstützung möglich
- das Fundraising Team kann nicht selbstständig Daten auswerten
- Ergebnis: Wichtige Fragen bleiben unbeantwortet – oder werden gar nicht erst gestellt

# **Wir hatten Daten. Wir hatten Analysen.**

**Aber zwischen Frage und Antwort lagen zu viele Schritte.**

- Der Engpass war nicht das Wissen – es war der Zugang
- mühsamer Umweg über Datenexpert\*innen
- Erkenntnisse konnten nicht direkt in Kampagnen übersetzt werden
- Das Team wartete auf Auswertungen statt selbst zu steuern

# Unsere Fragen waren eigentlich einfach.

Aber die Antworten nicht leicht zu bekommen.

1

**„Wer hat letztes Jahr  
gespendet, aber dieses  
Jahr noch nicht?“**

**SOLIDAR SUISSE**

2

**„Wie viele unserer  
Spender\*innen sind  
Einmalspender\*innen – und  
wie viele treu?“**

SOLIDAR SUISSE

3

**„Welche Spender\*innen haben das grösste Potenzial für eine Upgrading-Kampagne?“**

SOLIDAR SUISSE

4

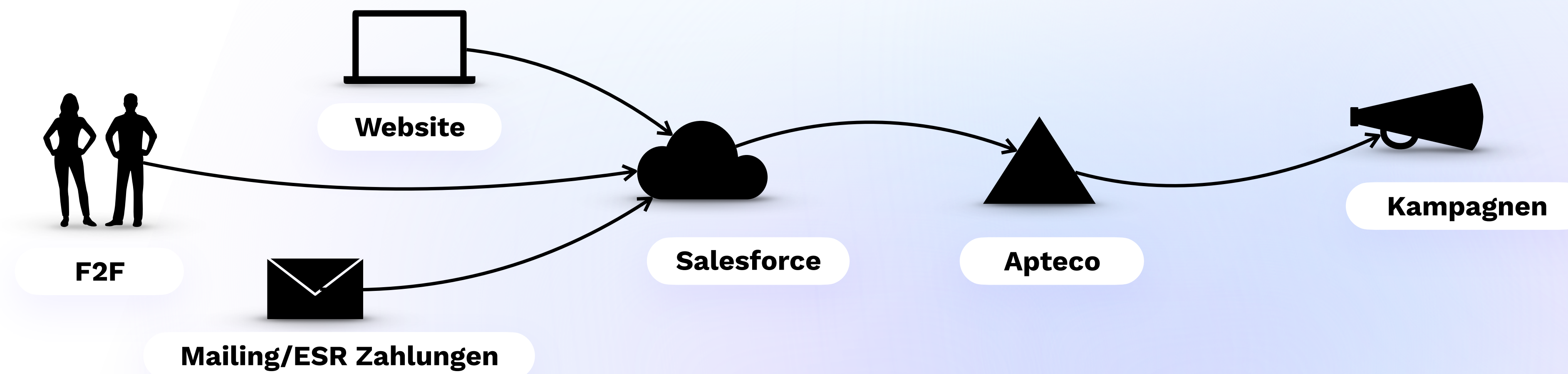
**„Wie hat sich unser  
Spenderportfolio über  
die Jahre verändert?“**

**SOLIDAR SUISSE**

# Wir haben nicht das CRM ersetzt

wir können jetzt besser mit dessen Daten arbeiten

- CRM bleibt das führende System für Spender\*innendaten
- Apteco kommt als Analytics- und Kampagnen-Layer dazu
- Fundraising-Team kann selbst analysieren und segmentieren



# Was sich verändert hat

Nicht was wir analysieren – sondern

- Das ganze Team sieht die relevanten Zahlen jederzeit
- Erkenntnisse werden direkt zu Selektionen – ohne Umweg
- Kampagnen entstehen aus dem Dashboard heraus, nicht daneben

# Reiseroute

# Mit wenig starten, schnell lernen

Man braucht nicht viele Daten – man braucht die richtigen Fragen

- Kein monatelanges IT-Projekt vor dem ersten Insight
- Stattdessen: Drei Variablen, konkrete Fragen, sofortige Ergebnisse
- Komplexität wächst mit dem Verständnis

Das Prinzip: Wenige, gezielte Variablen ermöglichen bereits tiefe Einblicke

# 3DDD: 3D Donor Dashboard

3 Variablen für spannende Insights

Warum 3DDD?

- Die Daten sind im CRM bereits vorhanden – sie müssen nur genutzt werden
- Ermöglichen sofortige Auswertungen ohne viel Vorarbeit
- Geben Einblicke in Spender\*innenaktivität und Spender\*innenhaltbarkeit

# Von Insight zu Action

aus Erkenntnissen Massnahmen ableiten

**Frage**



Analyse

**Insight**



Selektion

**Action**



# Navigationssystem

# Das Navigationssystem

## Das 3DDD live

- Wir zeigen euch: Drei Variablen reichen für erste Insights
- Live-Blick ins Apteco-Dashboard von Solidar Suisse

# 60%

**DER ERST-SPENDER\*INNEN**

spenden nicht im Folgejahr

# Was haben wir gesehen?

## Die wichtigsten Takeaways

- Was das Tool bietet: Zugang zu Daten und Insights für alle aus dem Fundraising
- Was das für das Team bedeutet: Selbständig analysieren, ohne Umweg
- Was daraus entsteht: Direkt zur Selektion, direkt zur Kampagne

# Nächste Etappen

# Was wir gelernt haben

## Eine ehrliche Bilanz

- Was funktioniert: Einfache Fragen führen zu konkreten Massnahmen
- Was uns überrascht hat: wie einfach & schnell der Umgang mit Daten sein kann
- Was wir unterschätzt haben: Grundverständnis für den Aufbau der Daten , Datenhygiene ist eine Aufgabe von Generationen

# Wohin die Reise geht

## Die nächsten Etappen bei Solidar Suisse

- Weitere Variablen ins Dashboard integrieren – z.B. Kanal, Kampagne, Herkunft
- Tiefere Segmentierungen auf Basis von Spender\*innenverhalten
- Automatisierte Kampagnen, die direkt auf Insights reagieren

# Inspiration für eure Reise

# Euer Einstieg in datengetriebenes Fundraising

Die Hürde ist niedriger als ihr denkt




Drei Voraussetzungen:

- Transaktionsdaten im CRM vorhanden
- Den Willen, mit einfachen Fragen zu starten
- Jemanden der Fragestellungen in Datenlogik übersetzen kann

# Euer Einstieg in datengetriebenes Fundraising

Startet mit wenigen Fragen, lernt daraus viel!

Typische erste Fragen:

- Wer spendet regelmässig, wer einmalig? 
- Wer ist seit mehr als 12 Monaten inaktiv? 
- Gibt es saisonale Muster in unserem Spendenverhalten? 

# Startet eure eigene Reise

Wir begleiten euch gerne

Ihr wollt wissen, ob eure Daten für einen ähnlichen  
Ansatz reichen?

Kommt bei uns am Stand vorbei!

[apteco.de](https://apteco.de)

[getunik.com](https://getunik.com)

# Eure Fragen

