



socialminds

Herzlich willkommen!

**Lead Generierung auf Social Media:
Schritt für Schritt die Kosten senken
- Case Study**

DEUTSCHER
FUNDRAISING
KONGRESS

2024

Liliya Doroshchuk von Renovabis aus Freising



Renovabis: Wer wir sind

- 1993 als katholisches Osteuropa-Hilfswerk gegründet
- Hilfe für die Menschen in 29 Ländern Mittel-, Ost- und Südosteuropas
- Förderung von sozialen, kirchlich-pastoralen und Bildungsprojekten

Zu meiner Person

#onlinefundraising #unternehmenskooperationen #ngo #ukraine
#osteuropa #fotografie #gymrat #halbmarathon



Tobias Sonnenberg von Socialminds aus Berlin

socialminds

Wer wir sind

- eine junge Fundraising-Agentur aus Berlin-Schöneberg
- mit über 30 Jahren Erfahrung im (internationalen) Fundraising
- Telefon, Direct Mailing, Freianzeigen.de und Online-Fundraising

Zu meiner Person

#wirmachengutestunnochbesser #onlinefundraising4life

#nonprofitmarketing_publicmanagement #konzerte

#gemeinschaftsgarten #vielleichtmalmarathon



Agenda

Status quo

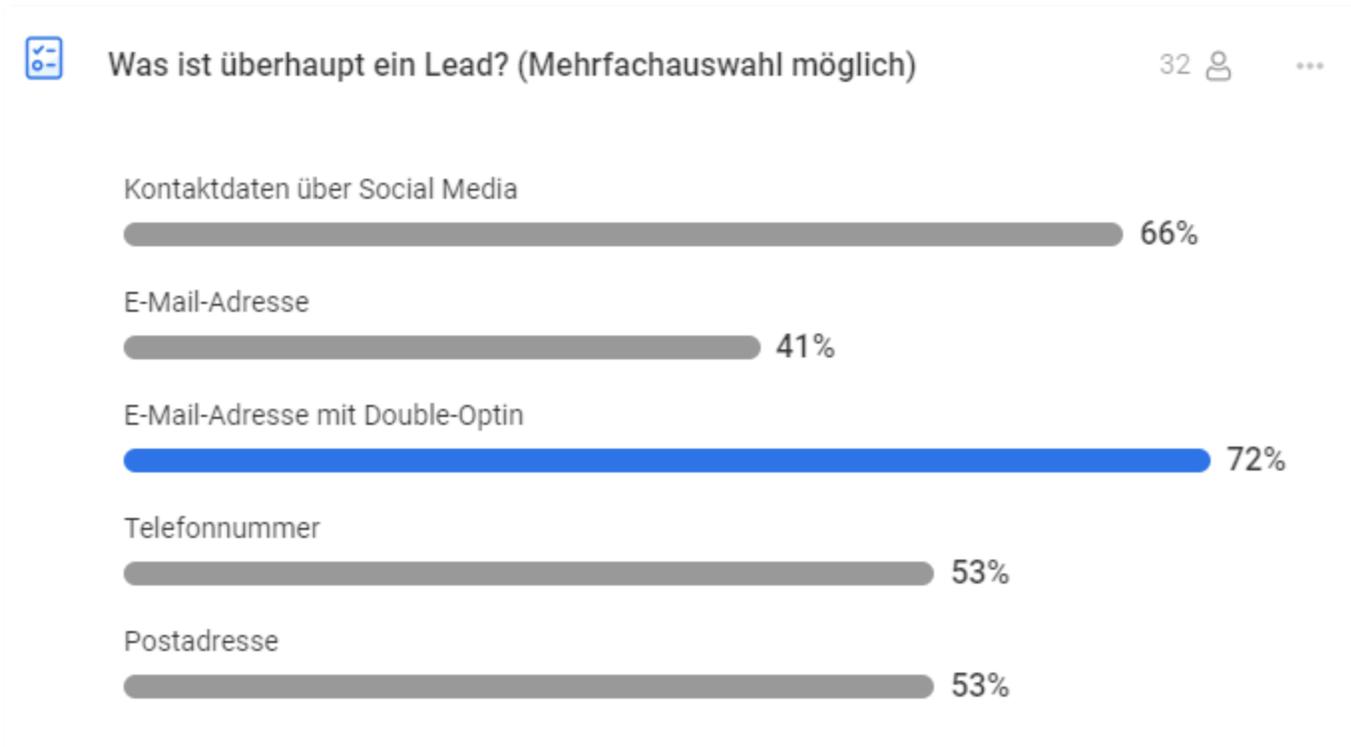
Phase 1: Die erste Kampagne für Renovabis

Phase 2: Testkampagne

Phase 3: Optimierung

Phase 4: Erweiterung

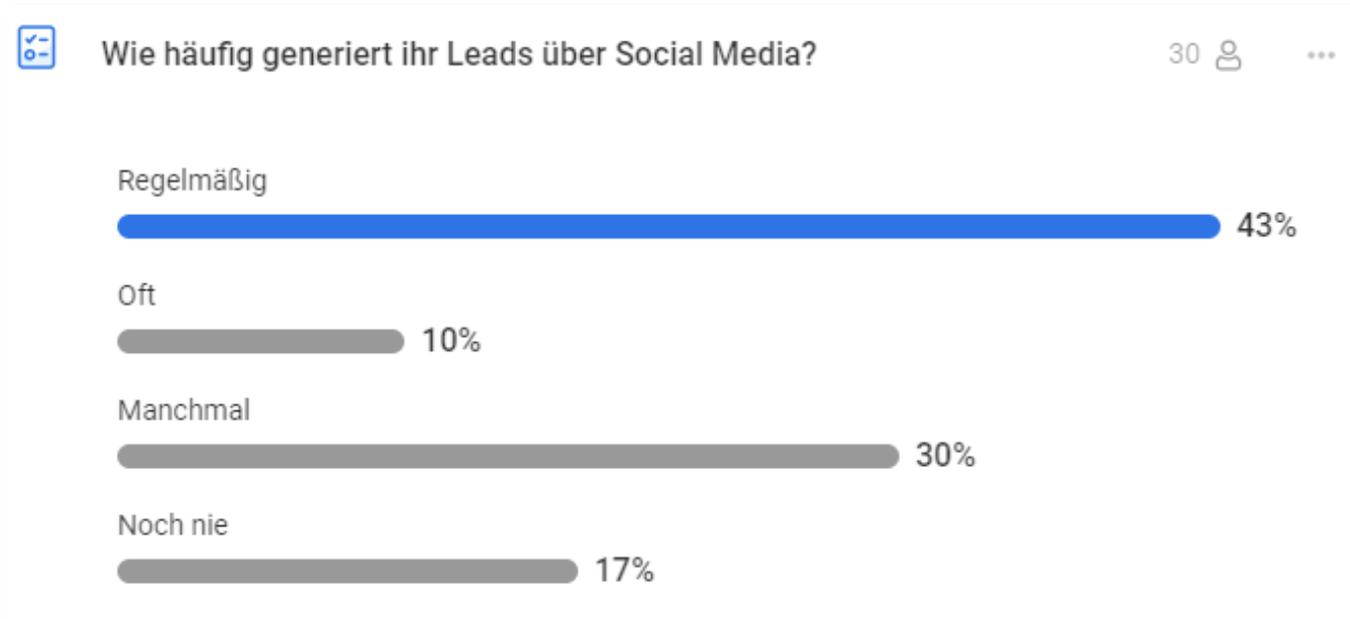
Umfrage: Was ist für Euch überhaupt ein Lead?



- Alle Antworten sind „richtig“
- Abhängig von eurem Kampagnenziel
- Bei dieser Case Study:
E-Mail-Adresse mit Double-Optin

Ergebnisse einer Live-Umfrage während der Session

Umfrage: Wie häufig generiert ihr Leads über Social Media?



Ergebnisse einer Live-Umfrage während der Session

Status quo des Online-Fundraisings bei Renovabis in 2022

Vor 2020



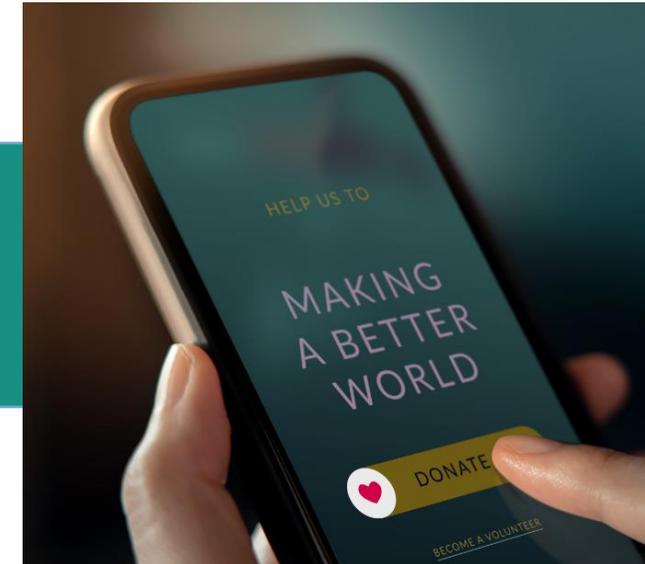
Online-Fundraising spielt keine große Rolle

2020
Corona-Pandemie



Einnahmerrückgang bei den Kollekten

2022
Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine



Große Spendenbereitschaft, auch online

Beweggründe, das Online-Fundraising auszubauen

1. Überalterung des Stamms von Spenderinnen und Spendern
 2. Hohe Kosten für Kaltadressen
- Erhöhung der Reichweite auf neuen Kanälen (Facebook)
- Gewinnung von neuen Leads



Herausforderungen



- keine ausreichenden internen Ressourcen
- technologisches Knowhow

Bedenken



- Datenschutz & Sicherheit
- Image-Schaden durch negative Kommentare auf Facebook
- Skepsis wegen der Kosten

Phase 1

Die erste Lead-Kampagne für Renovabis

Die Erwartungen ändern sich

Traditionelle Kommunikation

= einseitig; den Menschen wurde vorgegeben, was passiert und was wichtig ist

VS.

Gespräch und Engagement

interaktiv; partizipatives Story-Making

Die Menschen möchten durch ihr Engagement

- zu einer **Gruppe** gehören,
- ihre **Werte ausdrücken**,
- **inspiriert** werden,
- für ihr **Tun anerkannt** werden und/oder
- einen **Nutzen** für sich gewinnen.



ERFOLG

Keine Streichung der #Hebammen aus dem Pflegebudget ab 2025! @Karl_Lauterbach

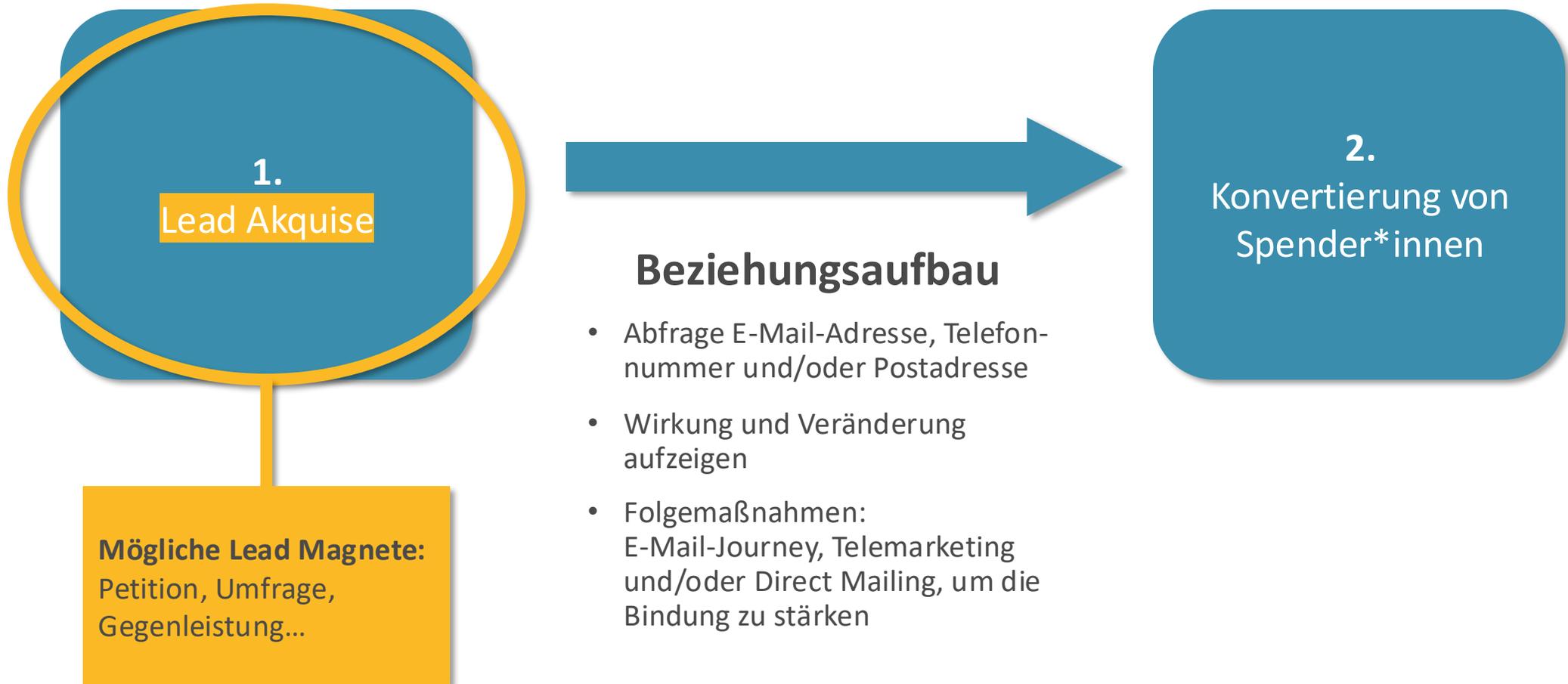
„Hebammen waren ein wichtiger Teil meiner Schwangerschaft, sowohl vor, als auch nach der Geburt. Es ist mir wichtig, dass auch andere Menschen ... [Mehr](#)

 Michelle Franco
Deutschland

 1.607.613
Unterstützer*innen

Change.org

Zwei-Stufen-Kampagne



Zwei-Stufen-Kampagne



Beziehungsaufbau

- Abfrage E-Mail-Adresse, Telefonnummer und/oder Postadresse
- Wirkung und Veränderung aufzeigen
- Folgemaßnahmen, um die Bindung zu stärken

Die Ergebnisse der ersten Lead-Kampagne

	Kosten pro Lead	Kosten pro Double Optin
Ukraine	18 €	72 €
Normalerweise	2 € - 4 €	12 € - 14 €



Emergency: Angriffskrieg gegen Ukraine
> Solidarität zeigen

Renovabis
Sponsored · Paid for by Renovabis e.V.

Über 3 Monate Krieg - Jetzt Solidarität zeigen!
Haben Sie auch das Gefühl, dass ...see more

Nachricht in die Ukraine
FORM ON FA...

Nachricht in die Ukraine
FORM C

Like Comment

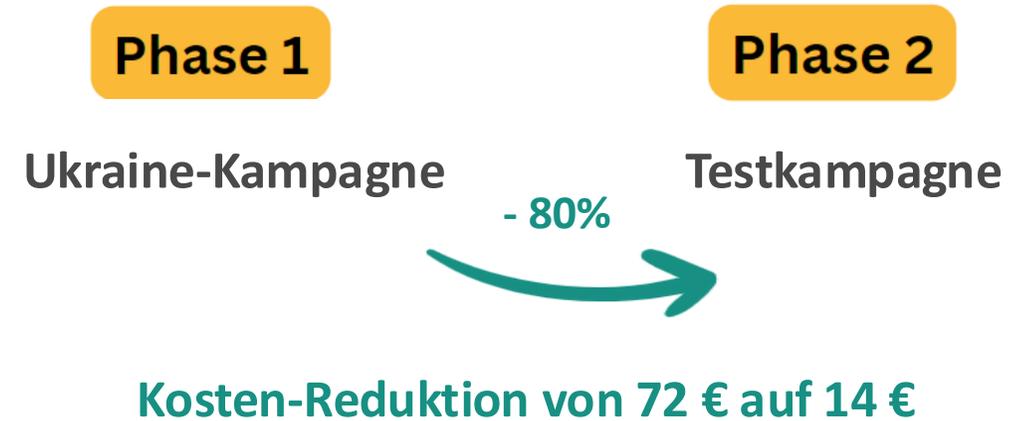
Phase 2

Testkampagne

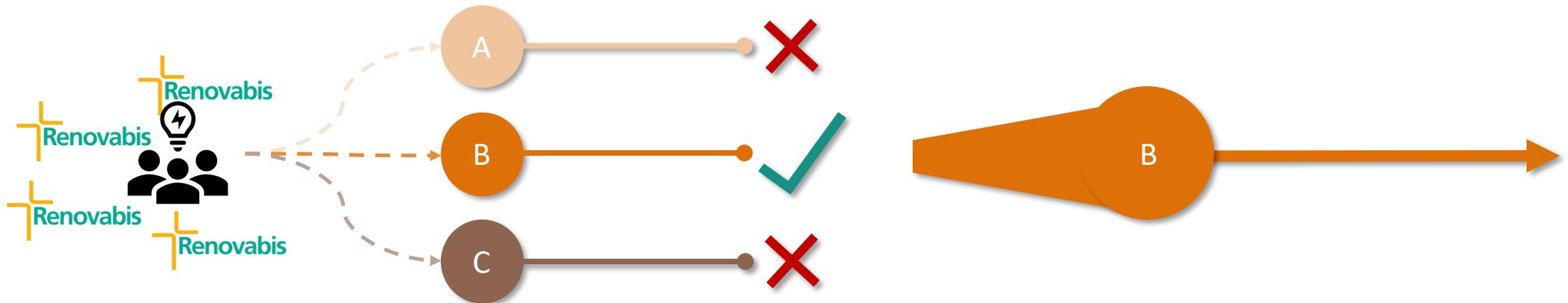
Was war das Ziel?

1. **E-Mail-Adressen** engagierter Unterstützer*innen gewinnen (Double Optins)
2. **Kosten** senken

Testkampagne zur Lead Generierung



Entwicklung der Testkampagne



Petition

Appell an Politik, Unternehmen etc., bestimmte Maßnahmen zu unternehmen + tatsächliche Übergabe der Petitionsliste

Handraiser

User*innen bekunden durch **einfaches virtuelles „Hand heben“** ihre Unterstützung für ein Thema = Solidarität zeigen

Nachricht senden

Solidaritätsbekundungen, Unterstützungsbekennnisse etc. werden **direkt an die Empfänger*innen gesendet**, z.B. eine*n Feldarbeiter*in

Gegenleistung

User*innen erhalten eine Gegenleistung, wenn sie ihre Kontaktdaten hinterlassen (**z.B. Download oder Giveaway**)

Abstimmung

User*innen beantworten eine **konkrete Frage zu einem Thema**, z.B. „Sollte Walfang verboten werden?“

Umfrage/Quiz

- Ziel/Ergebnis kann variieren, z.B. inhaltlich oder spielerisch:
- **Umfrage:** „Helfen Sie uns, die Meinungen der Menschen zu Thema xyz herauszufinden, damit wir unsere Programme verbessern können“
- **Quiz:** „Welcher Bär bist Du?“

Beitrag einreichen

- User*innen können **ein Foto, eine Geschichte** etc. zu einem bestimmten Thema einreichen
- kann auch als **Challenge** aufgebaut werden

... und viele mehr.

Brainstorming

Workshop

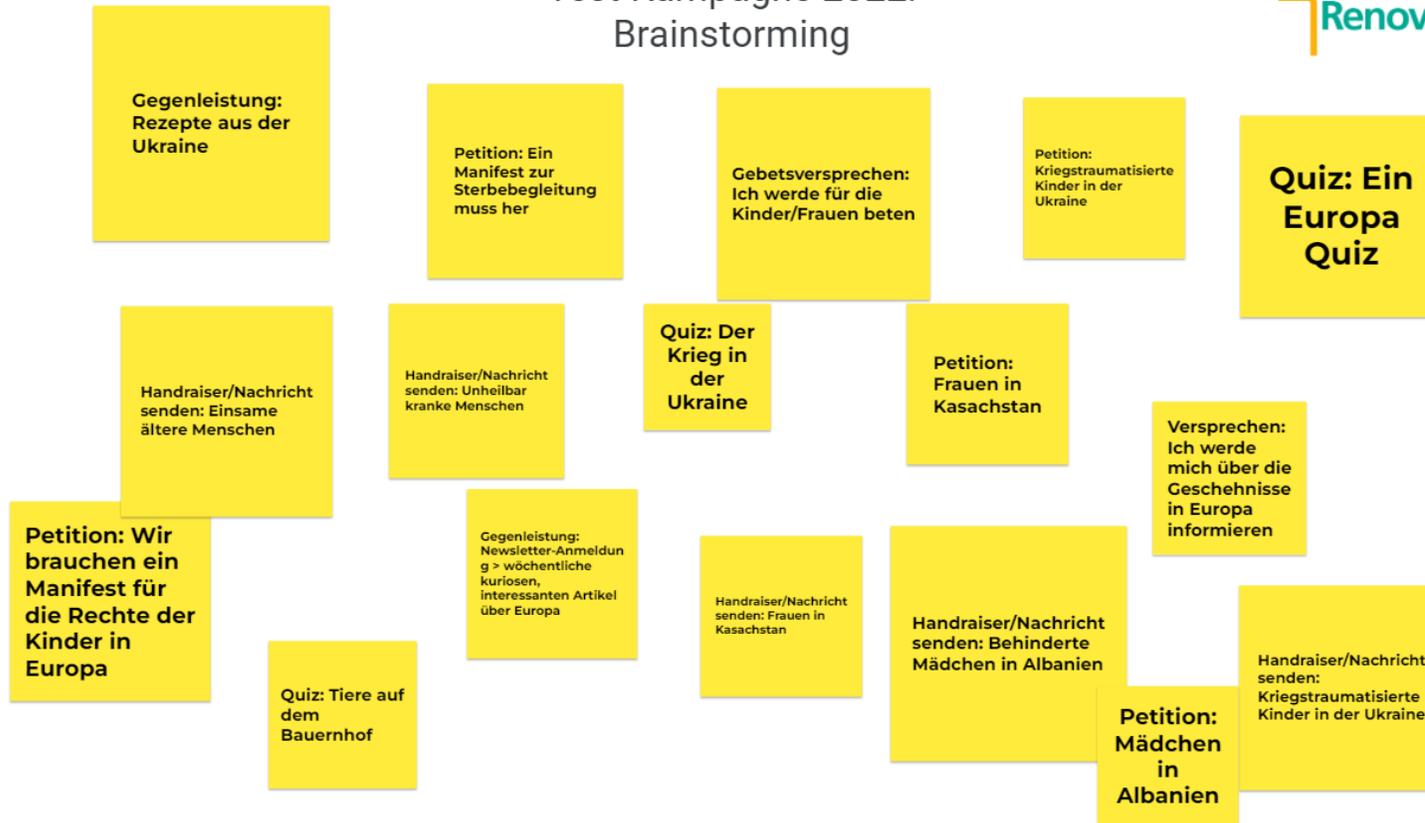
Gegenleistung



Brainstorming

Workshop

Test-Kampagne 2022: Brainstorming



Entwickelte Konzepte

Testkampagne

A: Nachricht an Artjola

Renovabis
Anzeige · Finanziert von Renovabis e.V. ·

Zeigen Sie mit einer persönlichen Nachricht Ihre Unterstützung, wenn Sie auch der Meinung sind, dass jedes Kind ein ... Mehr anzeigen

Infos zu dieser Werbe...

FORMULAR AUF FACEBOOK
Nachricht an Artjola*
senden >>

Weitere Infos

B: Quiz zu Osteuropa

Renovabis
Anzeige · Finanziert von Renovabis e.V. ·

Eine kleine Ablenkung kommt Ihnen gerade recht? Dann testen Sie doch mal Ihr Wissen: Wie gut kennen Sie unsere ... Mehr anzeigen

Infos zu dieser Werbe...

FORMULAR AUF FACEBOOK
Quiz jetzt starten >>
Testen Sie Ihr Wissen ü...

Weitere Infos

C: Rezepte als Gegenleistung

Renovabis
Anzeige · Finanziert von Renovabis e.V. ·

Seit Kriegsbeginn haben hunderttausende ukrainische Frauen und Kinder in Deutschland Zuflucht gefunden. ... Mehr anzeigen

Infos zu dieser Werbe...

FORMULAR AUF FACEBOOK
Rezept jetzt kostenlos
anfordern >>

Weitere Infos

Ablauf im Detail der Testkampagne

Testkampagne

- **3 Konzepte mit unterschiedlichen Lead Magneten gegeneinander getestet**
Gleiches Targeting, aber unterschiedliche Texte, Motive, Kreation & Call to Actions
- **Monitoring und Steuerung der wichtigsten KPI**
v.a. Kosten pro Lead, Double Optin Rate, Kosten pro Double Optin
- **Targeting**
Personas von Renovabis + neue Interessensgruppen (z.B. Interesse an Osteuropa + Politik/Soziales)

Konzept A



Social Media Ads



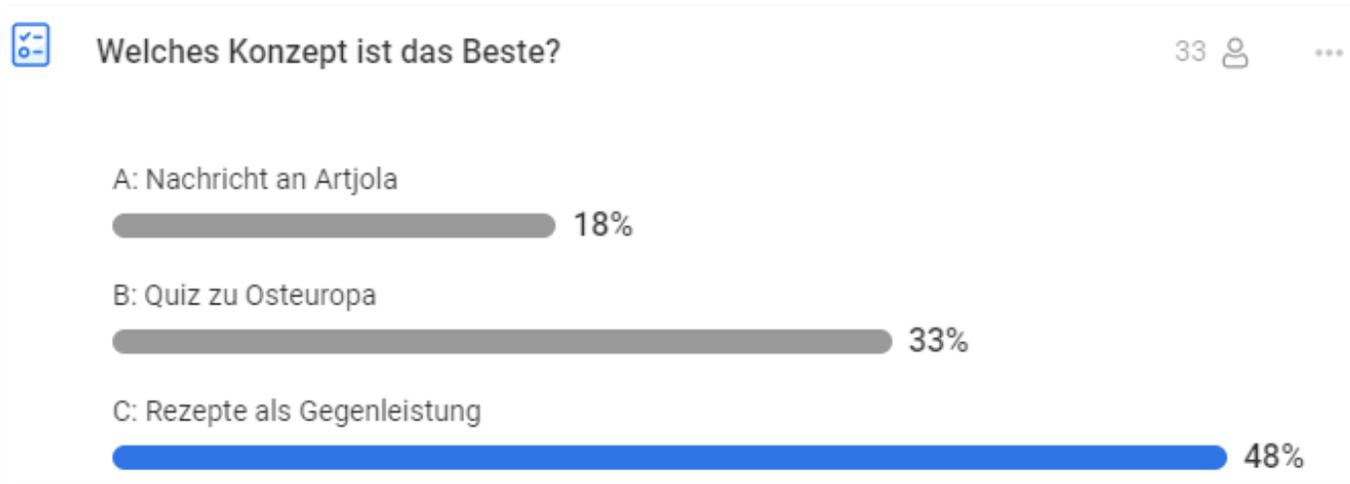
Konzept B



Konzept C



Was glaubt ihr, welches Konzept war das Beste?



Ergebnisse einer Live-Umfrage während der Session

Auf den ersten Blick: 2 Konzepte

Testkampagne

Konzept	Leads auf Meta	Kosten pro Lead auf Meta
 A: Nachricht an Artjola	37	25,33 €
 B: Quiz zu Osteuropa	1.714	1,79 €
 C: Rezepte als Gegenleistung	987	2,87 €



Aber: Alle KPIs beachten

Testkampagne

		Leads auf Meta	Kosten pro Lead (Meta)	Double Optin-Rate	Kosten pro Double Optin
	A: Nachricht an Artjola	37	25,33 €	54%	49 €
	B: Quiz zu Osteuropa	1.714	1,79 €	5%	43 €
	C: Rezepte als Gegenleistung	987	2,87 €	20%	14 €



- 80%



Phase 2

Reduktion von 72 € auf 14 €

Das Ergebnis sah dann so aus:

Testkampagne

The image displays three recipe cards from Renovabis, arranged in a collage. The top-left card is for 'UKRAINISCHE DERUNY' (Kartoffelpuffer), featuring a list of ingredients and a photo of the fried potato patties with sour cream. The top-middle card is for 'KLASSISCHER BORSCHTCH', showing a bowl of beet soup with a hard-boiled egg and dill. The top-right card is for 'BEEREN' (strawberry dumplings), showing dumplings in a bowl with strawberries and cream. A blue callout box in the upper right corner of the collage says 'PDF-Download: 3 Rezepte'. The Renovabis logo is visible at the bottom of each card.

Ziel erreicht?



Hohe Anzahl an Leads



Geringere Kosten



CHEFKOCH.DE

Zwischenfazit:

Wir haben es geschafft, eine hohe Anzahl an Leads zu generieren - und das zu deutlich geringeren Kosten.

Wir wollen allerdings nicht, dass Renovabis als „das neue Chefkoch.de“ gesehen wird.

Rollout mit diesen Zielen:
Weiter qualifizierte Leads generieren,
Bezug zu Renovabis stärken, Kosten weiter senken

Phase 3

Phase 4

Optimierung und Erweiterung der Gewinner-Idee

Brainstorming - again!



Mit einem weiteren Brainstorming-Workshop mit Renovabis haben wir das „Rezepte“-Konzept weiterentwickelt.

Das Ergebnis: Rezept-Leaflets mit mehr Informationen zu Renovabis ...

WARENYKY MIT ERDBEEREN

Warenky mit Erdbeeren sind ein Genuss, den weder Kinder noch Erwachsene ablehnen können. Es ist ein köstliches, vielfaches und sehr einfaches Gericht.

ZUTATEN FÜR 4 PORTIONEN

- 1 Kartoffel mittig
- 200g Mehl (Weizenmehl)
- 5 EL Öl
- 400g Mehl
- 2 TL Backpulver
- 100g kleine Erdbeeren
- 100g Zucker
- 1 Ei

Carsten Appert

Renovabis
www.renovabis.de/ukraine

ZUBEREITUNG

1. Für das Teig in eine Schüssel Mehl, Ei, eine Prise Salz und Backpulver gut vermischen. Nicht vergessen: Handwaschen!
2. Die Mehl zu einem wackigen Teig verarbeiten, der nicht flöhen darf. Das Teig-eine Schüssel geben und 20-30 Minuten bei Raumtemperatur ruhen lassen.
3. Erdbeeren waschen, Stückchen entfernen.
4. Den Teig dünn ausrollen und mit einem großen, breitenem Nudelholz kleine Kreise ausrollen, jeweils ein paar Erdbeeren und 0,5 TL Zucker in die Mitte der Kreise geben. Die Kreise anheben und fest zusammenrollen und die Kreise dann auf einer mit Mehl bestäubten Arbeitsfläche ablegen.
5. Wasser mit einer Prise Salz in einem großen Topf zum Kochen bringen. Die Warenky vorsichtig hineingeben und nach 10 Minuten bei leichtem Sieden in leicht kochendes Wasser gar ziehen lassen. Bis sie oben schwimmen.
6. Die fertigen Warenky gleich nach dem Kochen mit Zucker bestreuen, damit sie nicht zusammenkleben und mit Erdbeeren, Sahne oder Joghurt servieren.

Nothilfe-Anlaufstelle in Konotop

In der Nothilfe-Anlaufstelle der römisch-katholischen Pfarrei in Konotop im Nordosten der Ukraine finden Menschen Schutz vor Raketenangriffen, erhalten Essen und materielle Hilfe. Hier können sie sich aufwärmen, ihre Handys aufladen und Internet nutzen.

Wie Renovabis vor Ort hilft

Während die Lebenshaltungskosten rasant steigen, muss die Bevölkerung mit immer weniger Geld auskommen. Viele Menschen sind auf humanitäre Hilfe angewiesen. In dieser Situation sind die Pfarrgemeinden oft wichtige Anlaufstellen für Hilfesuchende.

Die römisch-katholische Pfarrei „Mutter Gottes von Fatima“ in Konotop leistet seit Februar 2022 ununterbrochen humanitäre Hilfe für die notleidende Bevölkerung. Durch die Einrichtung einer Nothilfe-Anlaufstelle in den Räumen der Pfarrei will unser Partner Pfarrer Romuald Zagórski die bisherigen Nothilfeaktivitäten ausweiten.

„Der Keller der Pfarrei dient aktuell als Luftschutzkeller und bietet Zuflucht für bis zu 30 Personen gleichzeitig“, sagt Pfarrer Zagórski. Damit die Anlaufstelle trotz Stromausfällen verlässlich funktionieren kann, ist die Pfarrei auf eine autonome Notstromversorgung angewiesen. Renovabis unterstützt diese wichtige Initiative und macht folgende Maßnahmen möglich:

- Anschaffung eines Notstromgenerators für kontinuierliche Strom- und Wärmeversorgung
- Bereitstellung von Lebensmitteln und Trinkwasser
- Abschluss eines Abonnements für das Satelliteninternet „Starlink“ für einen ununterbrochenen Internetzugang

Mehr über das Projekt erfahren

Erfahren Sie, wie wir die Menschen in der Ukraine konkret unterstützen:
www.renovabis.de/ukraine

Unterstützen Sie unsere Arbeit mit Ihrer Spende!
www.renovabis.de

Auf der Rückseite der drei Leaflets werden nun einzelne Projekte von Renovabis vorgestellt - inklusive QR-Code.

... und ein Poster im DIN A3 Format!



Das Poster ist mit einem Imagetexte und auch einem QR-Code versehen.

Außerdem: Landing Page mit 15 Rezepten

4. Rollout



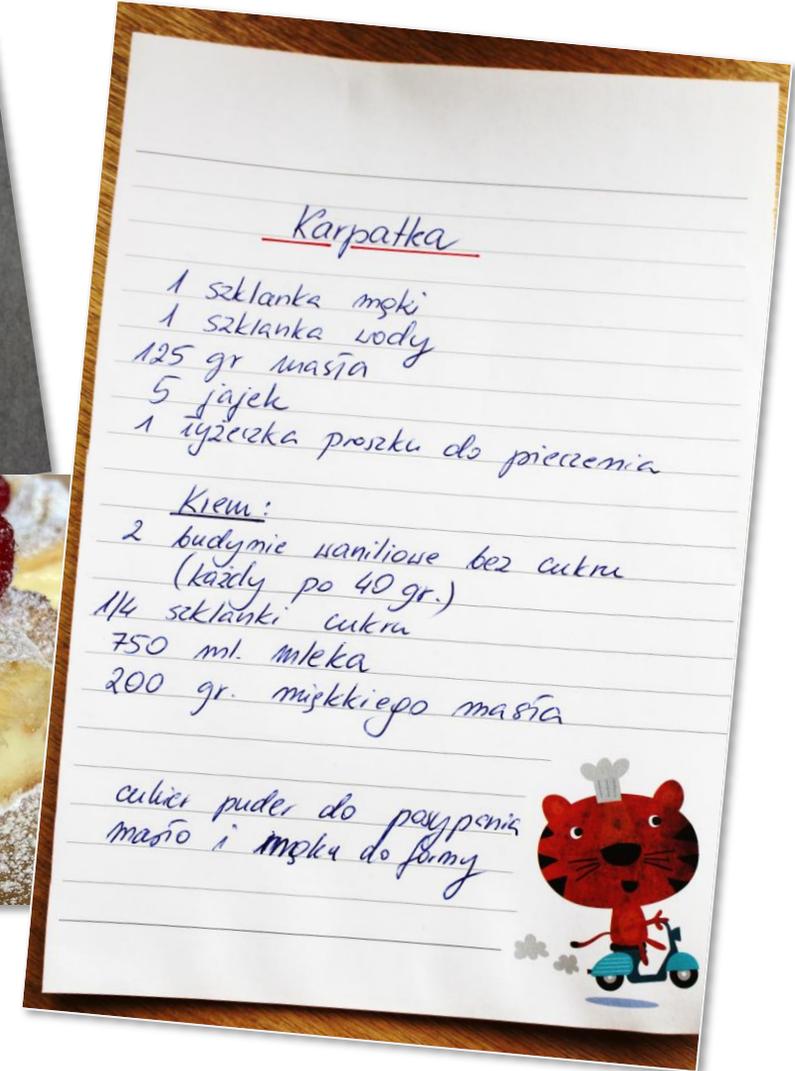
Hier geht's direkt zur Landing Page:

www.renovabis.de/alle-rezepte

Blick hinter die Kulissen

4. Rollout

- Insgesamt 20 Rezepte aus 14 Ländern:
Leaflets, Poster, Landing Page, Journey
- Gesamtdauer:
6 Monate
- Refresh:
Sommer- & Herbstrezepte



Blick hinter die Kulissen

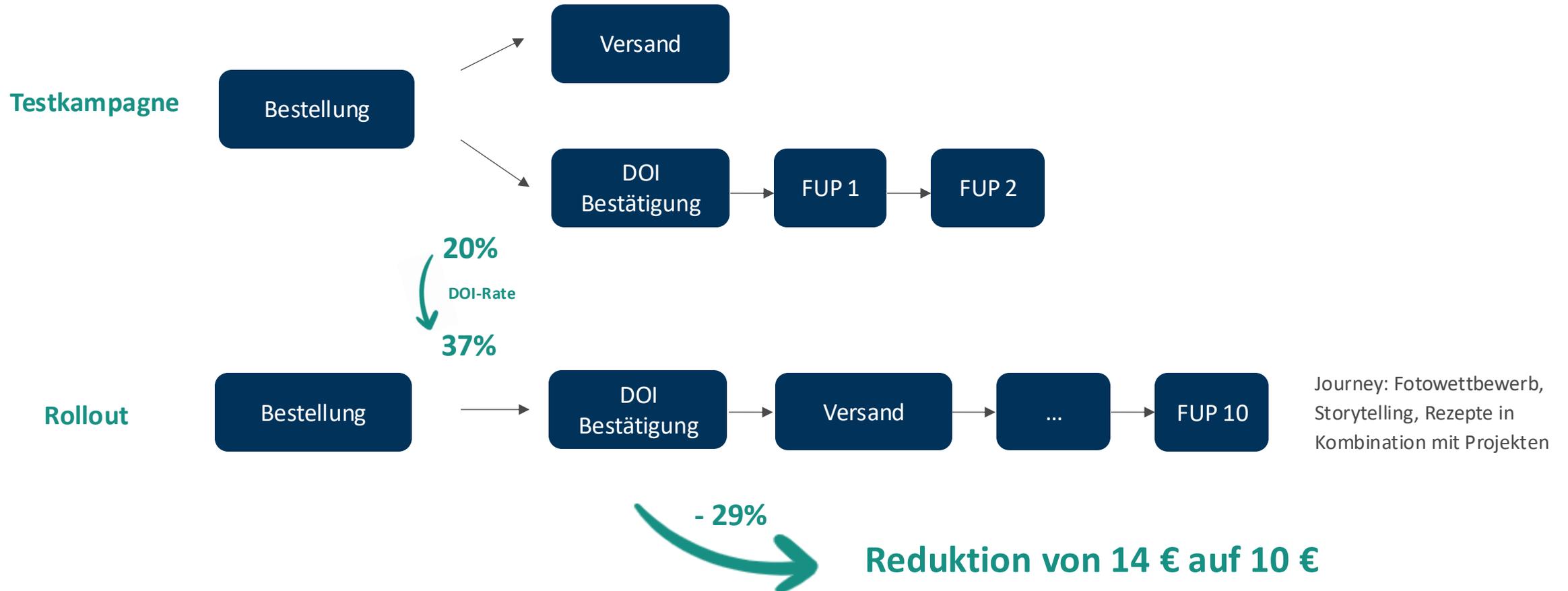


Rezepte von acht
Renovabis-Mitarbeitenden

- aufgeschrieben
- zubereitet
- fotografiert

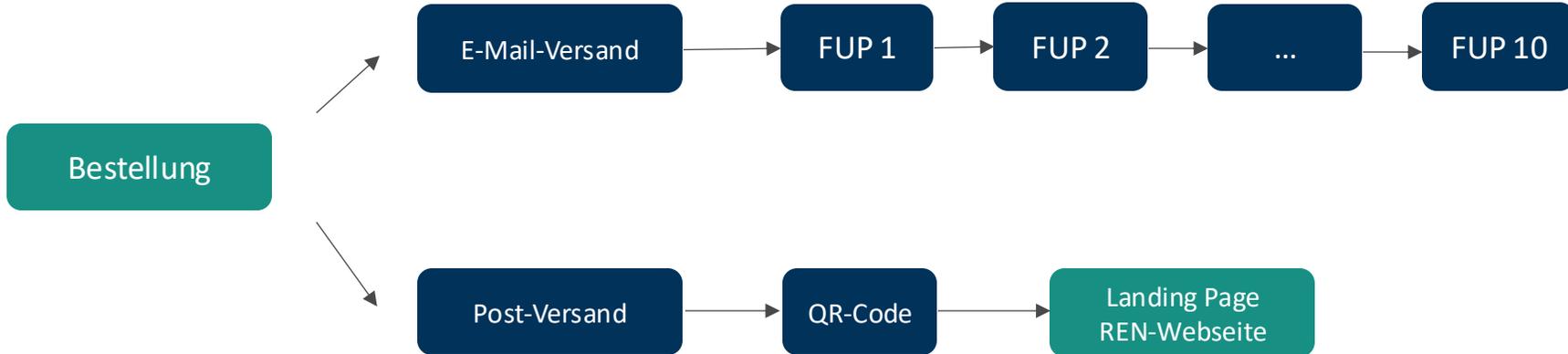
Optimierung der Double Optin-Rate

Phase 3



Abfrage der Postadresse

Phase 4

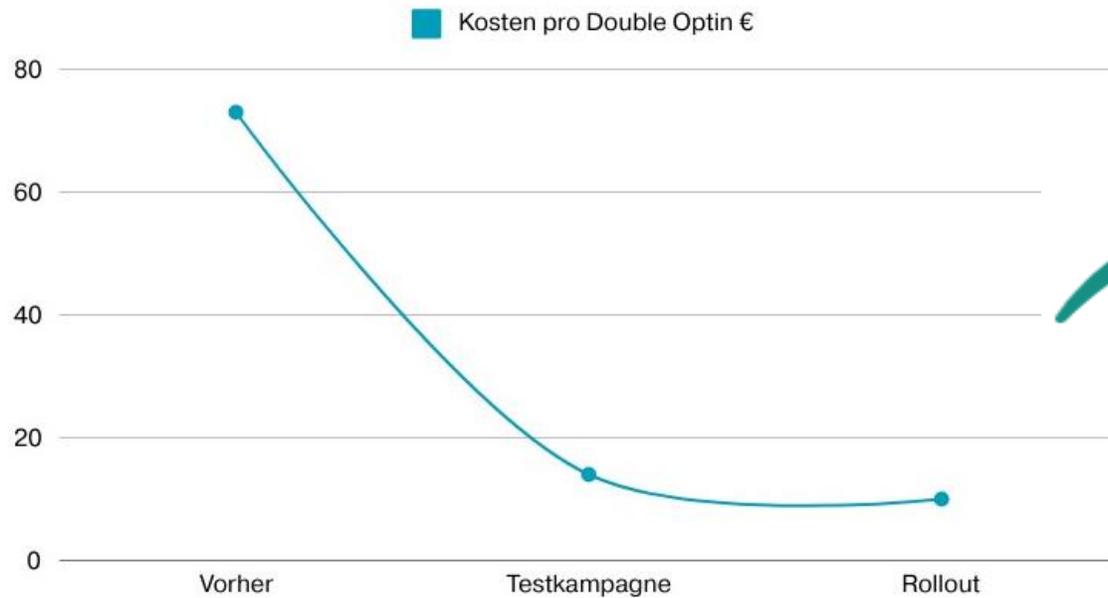


852 Postadressen
Kosten pro Postadresse: 3,50 €

Gesamtüberblick neue Leads

Konzept	Double-Optins	Postadressen
	Leaflets	458
	Poster	240
Gesamt	698	852

Überblick Kostenverlauf



Reduktion von 72 € auf 10 €

Zusammenfassung



Seid kreativ und mutig!



Lead Magnete, Anzeigen, Zielgruppen, E-Mail-Journey, Versandart ...



Testen, testen, testen

Möchtet ihr mehr Blicke hinter die Kulissen?



Sendet eine E-Mail an Liliya Doroshchuk!



E-Mail: ld@renovabis.de

Wollt ihr auch qualifizierte Leads generieren?

socialminds

Nehmt gerne Kontakt mit uns auf!





socialminds

Vielen Dank für eure Aufmerksamkeit!

Wir freuen uns auf eure Fragen.

DEUTSCHER
FUNDRAISING
KONGRESS

2024