

# fundoffice

## Neuspender:innen

### Studie 2025

**fund**office  
die fundraising agentur



# **fundoffice-Studie Eckdaten**

- Daten von 27 NPOs (11 davon aus den Top 25, 8 weitere zwischen Platz 26 und 50); Basis: Ranking FVA Spendenbericht 2024
- Abbildung von ca. 20% des Marktes (geschätzt)
- **Vielen Dank an die teilnehmenden NPOs und die Datenbankanbieter Datadialog, Direct Mind und Grün für die Unterstützung!**

# Die Fragen

**1. Wie viele Neuspender:innen (erste Spende überhaupt - keine Newsletter-Bestellungen oder Bestellungen von Broschüren o.ä.) wurden von Deiner/Ihrer Organisation insgesamt im Jahr 2015 bis 2024 gewonnen?**



# Die Fragen

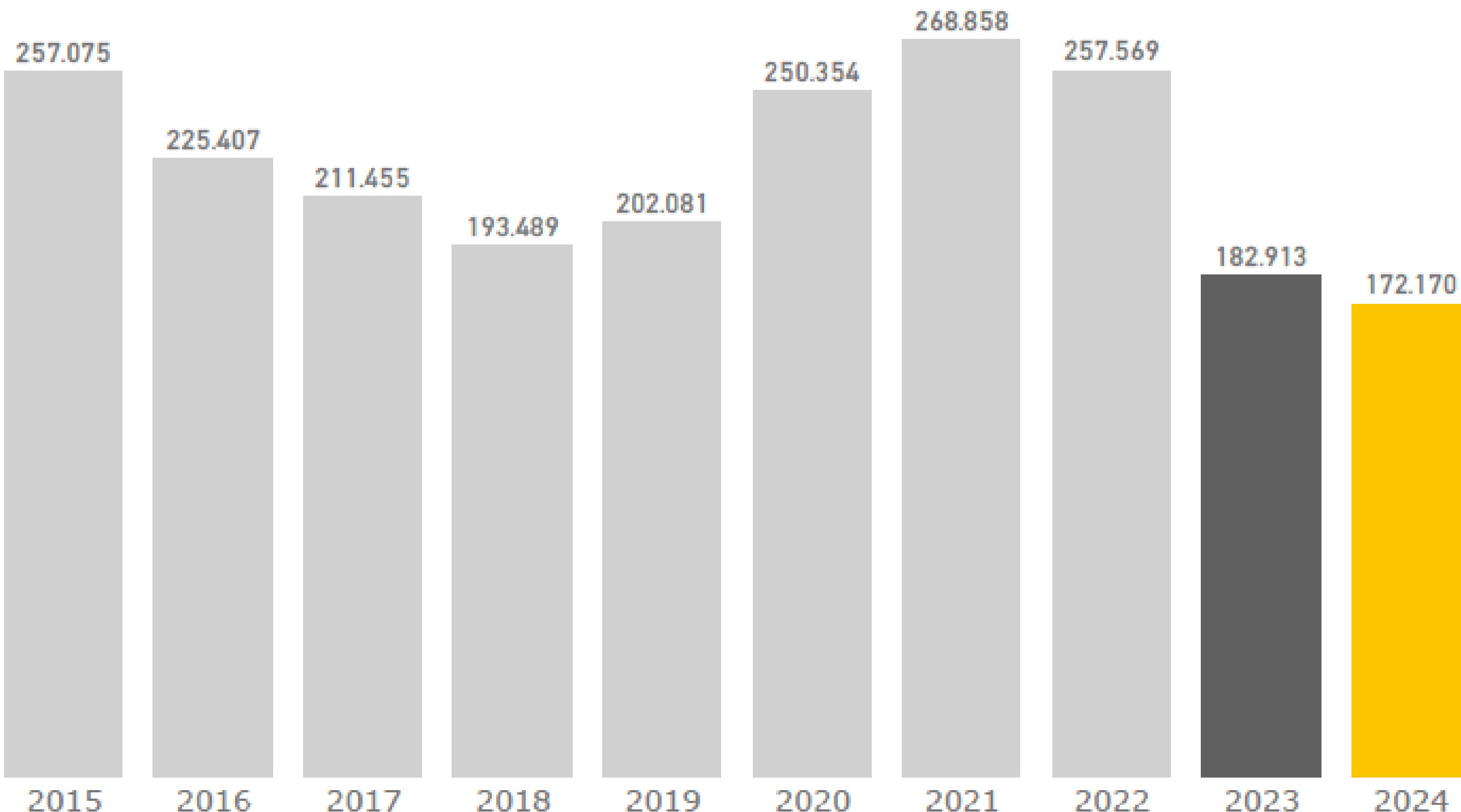
## 2. Aufteilung der Anzahl der Neuspender:innen aus Frage 1 nach folgenden Kriterien und jeweils nach Jahr:

Erste Spende auf:

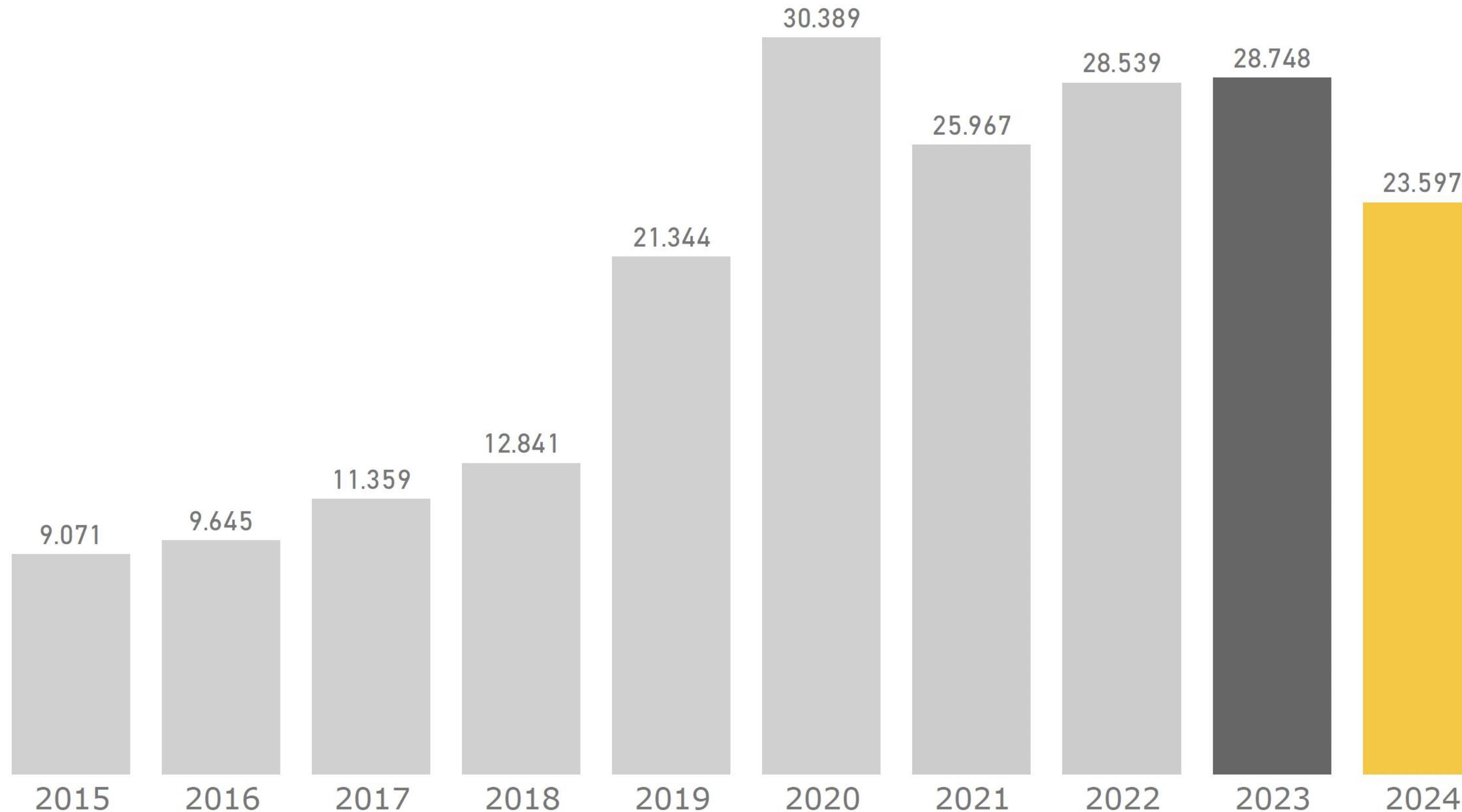
- a) Direct Mailing
- b) Online (SMS, Homepage, E-Mailing, etc.)
- c) Straßen- oder Haustürwerbung
- d) Medienkooperationen (Zahlscheinbeilage in Zeitungen,  
TV- oder Radiospot, redaktionelle Kooperation o.ä.)
- e) sonstigen Quelle (Events, Spontanspende ohne  
Zuordnungsmöglichkeit etc.)

# Anzahl gewonnene Neuspender:innen

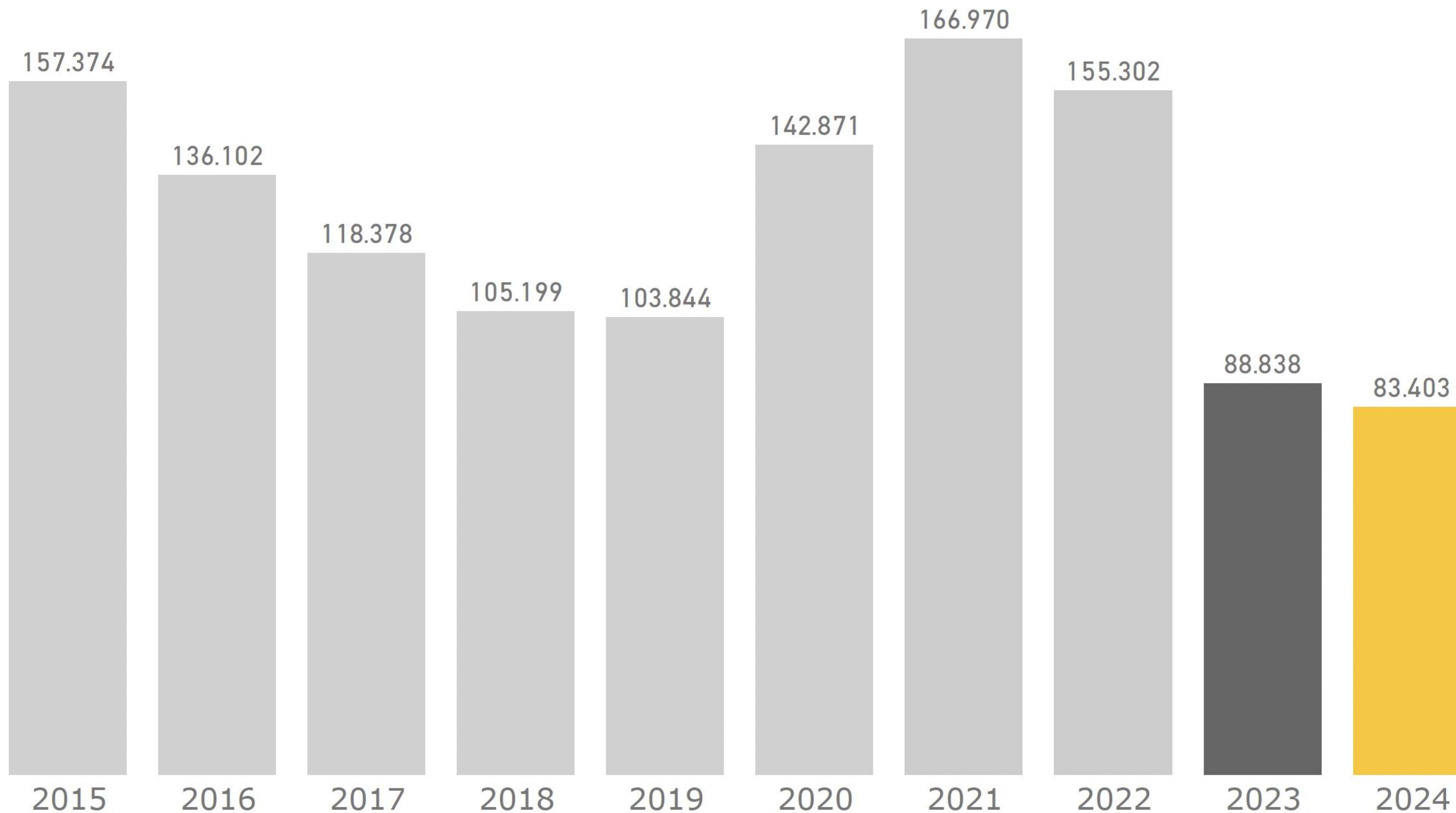
**fund**office



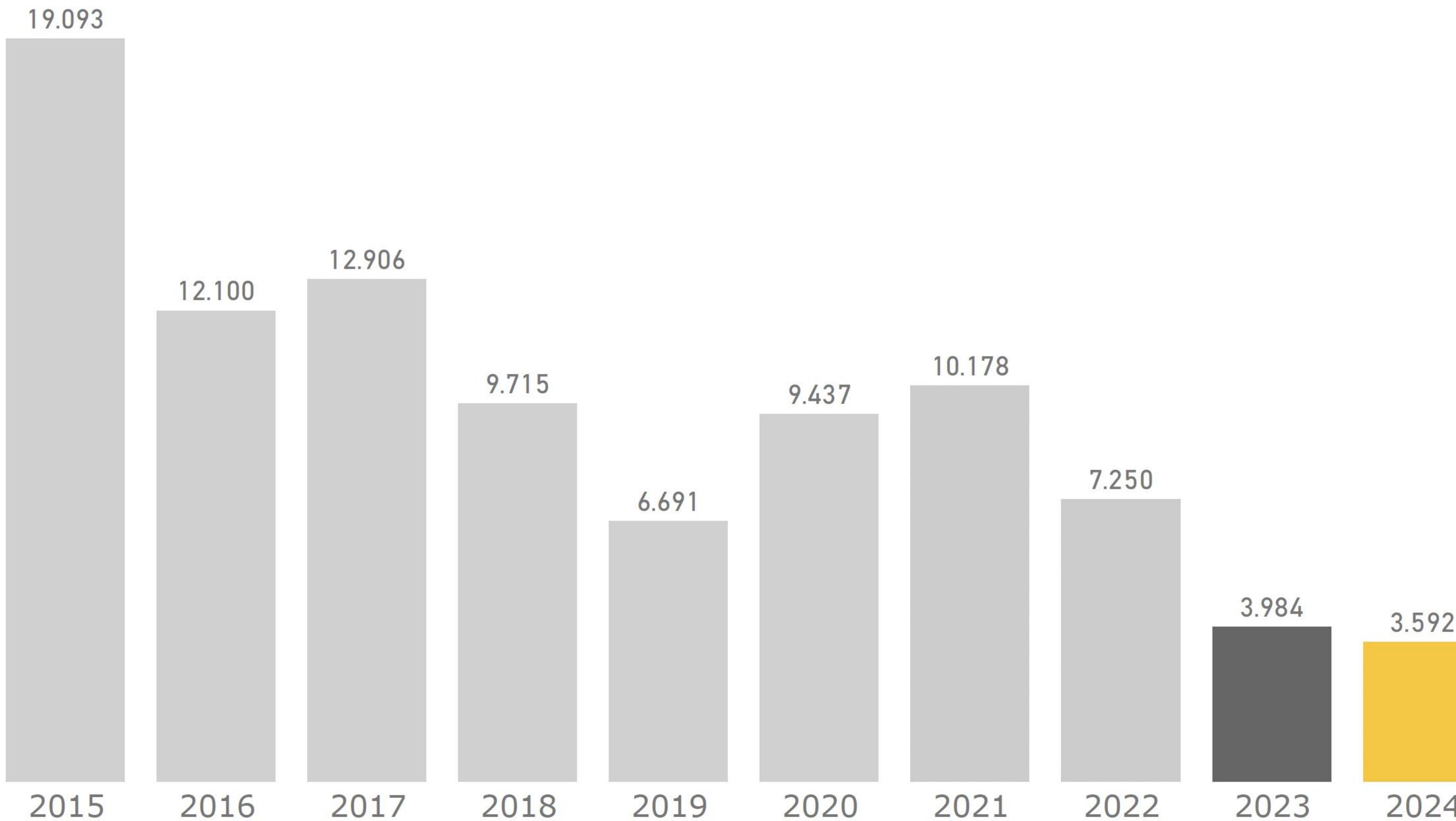
## Anzahl Neuspender:innen Online



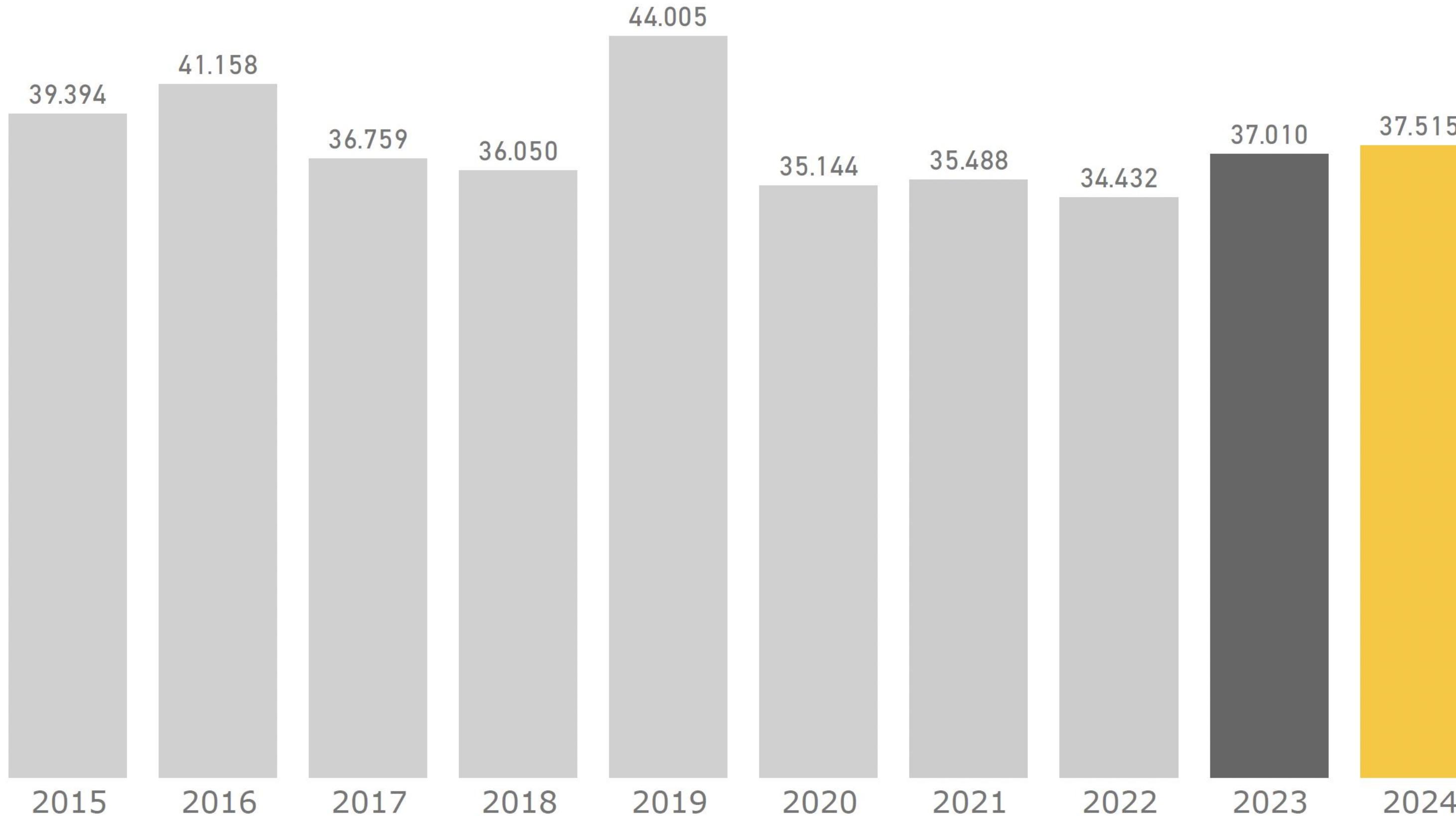
## Anzahl Neuspender:innen Direct Mailing



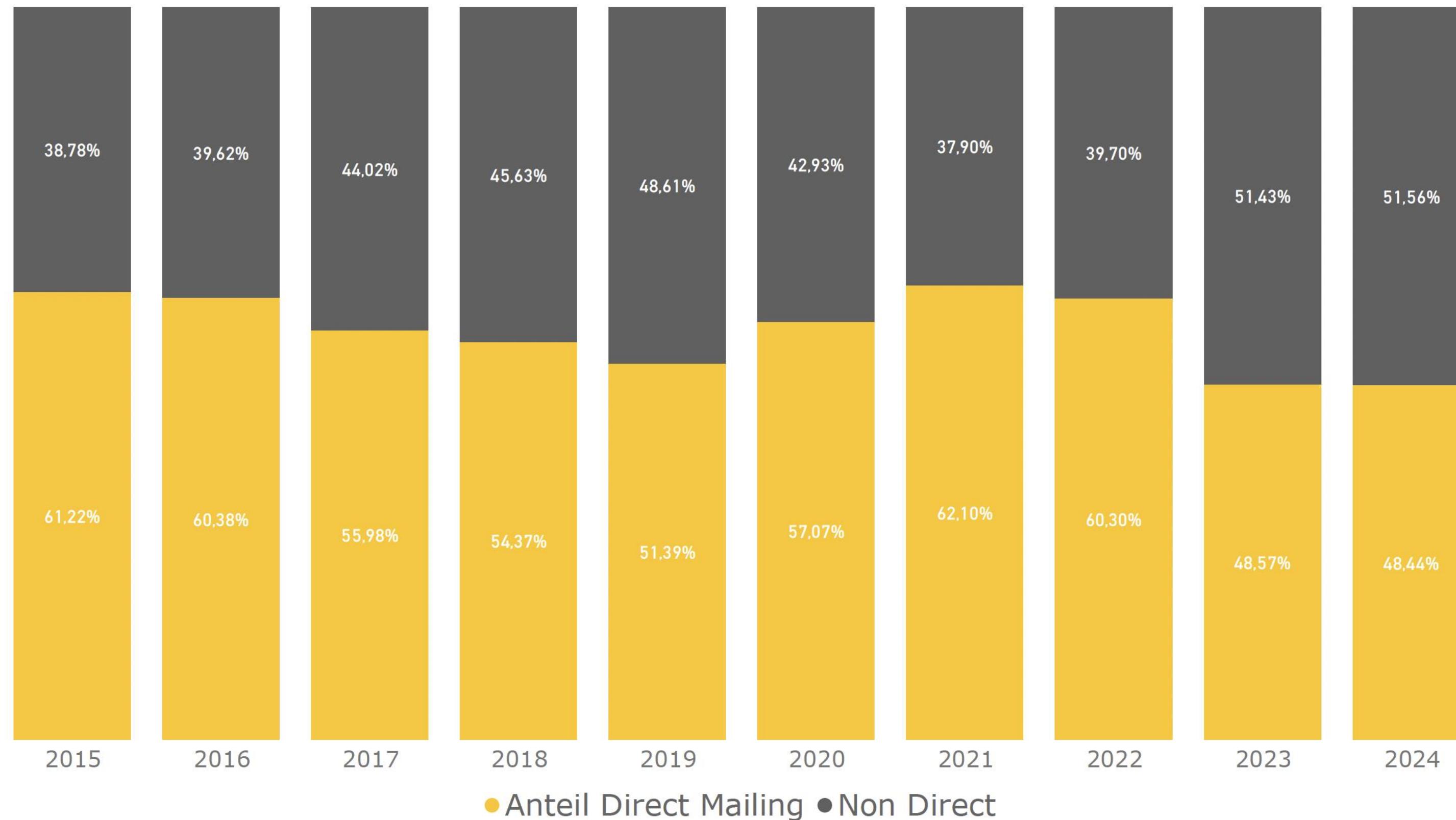
## Anzahl Neuspender:innen aus Medienkooperationen



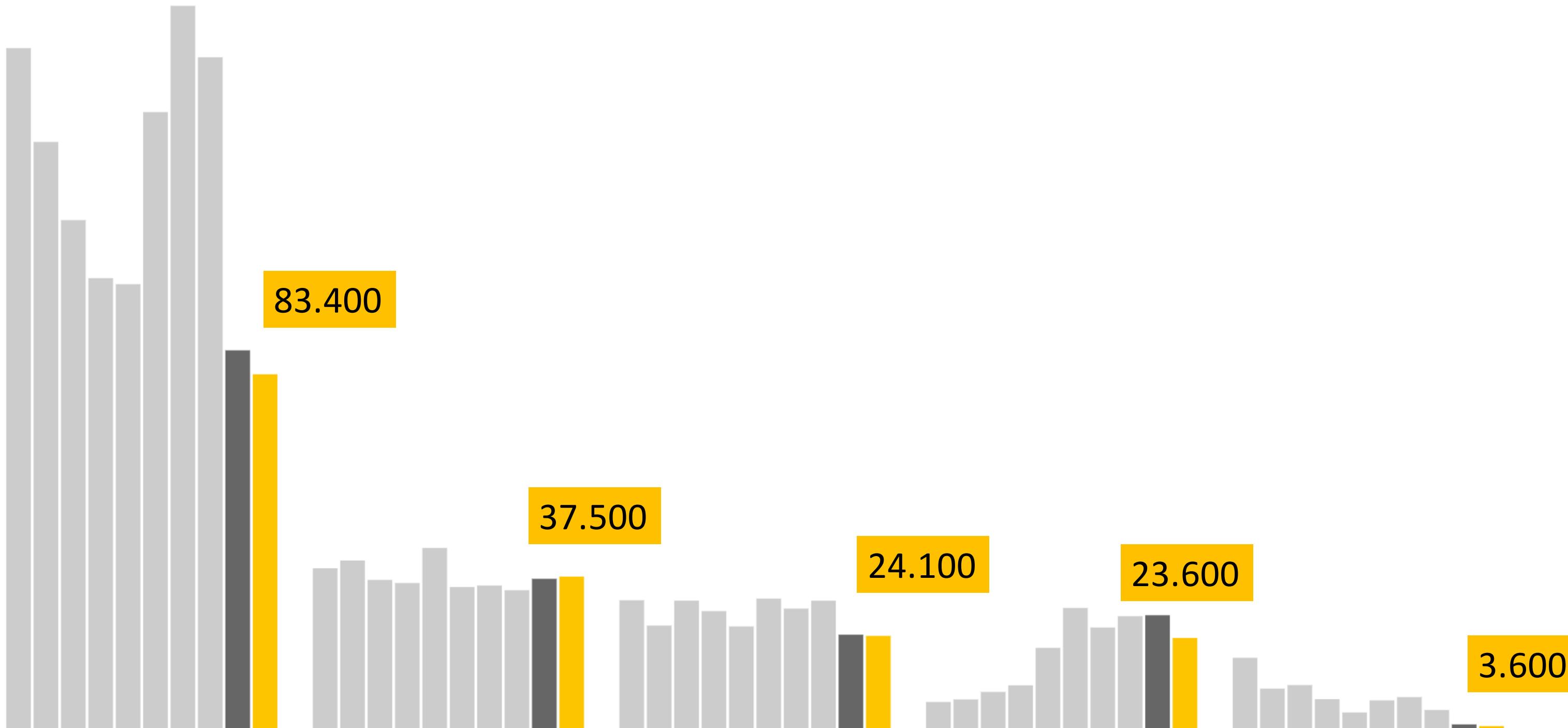
## Anzahl Neuspender:innen aus Straßen- und Haustürwerbung



## Anteil von Direct Mailing an Neuspender:innen gesamt



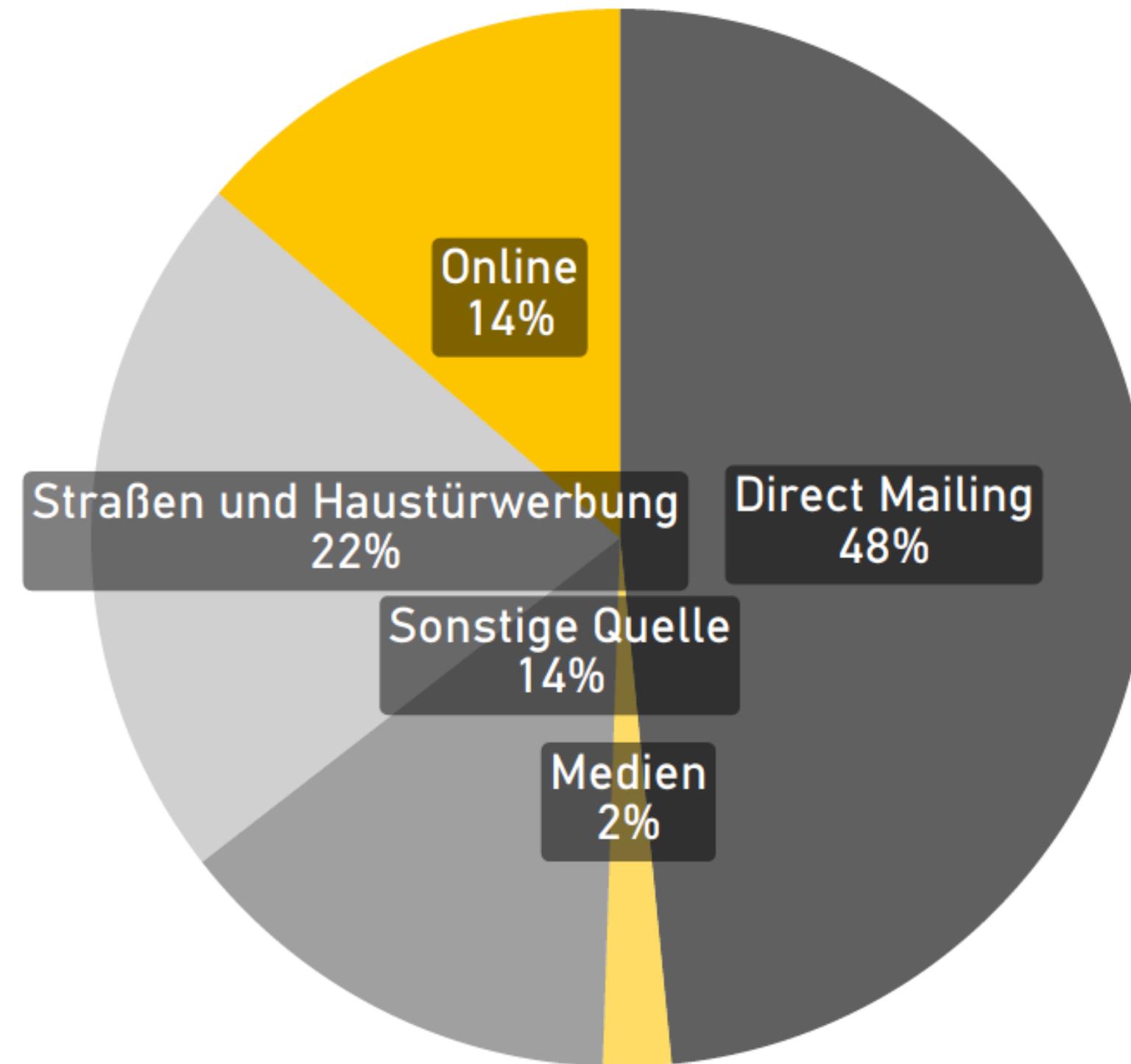
## Anzahl Neuspender:innen nach Instrument



Jahr ● 2015 ● 2016 ● 2017 ● 2018 ● 2019 ● 2020 ● 2021 ● 2022 ● 2023 ● 2024

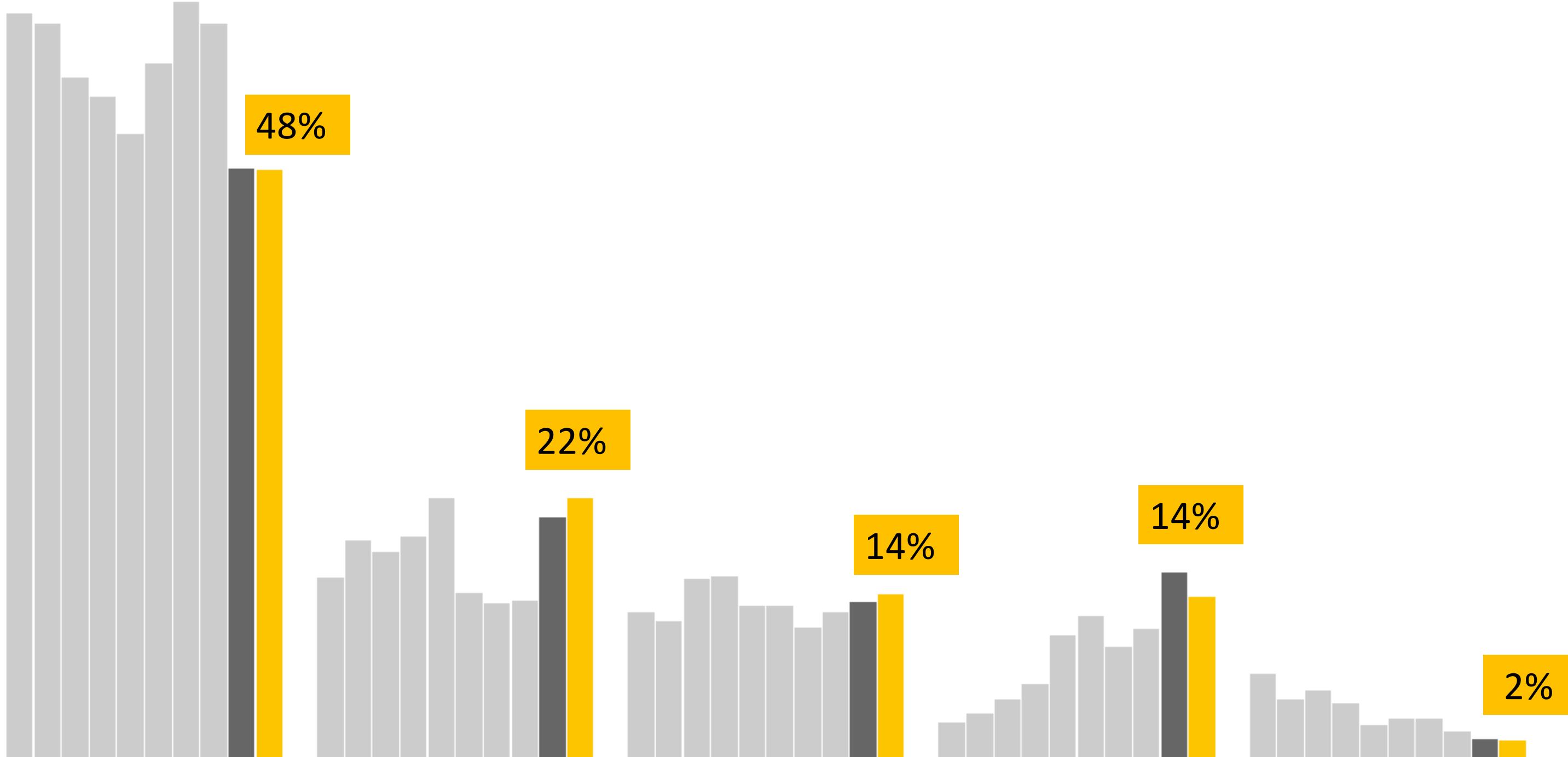
# Gewonnene Neuspender:innen nach Methode (2024)

**fund**office



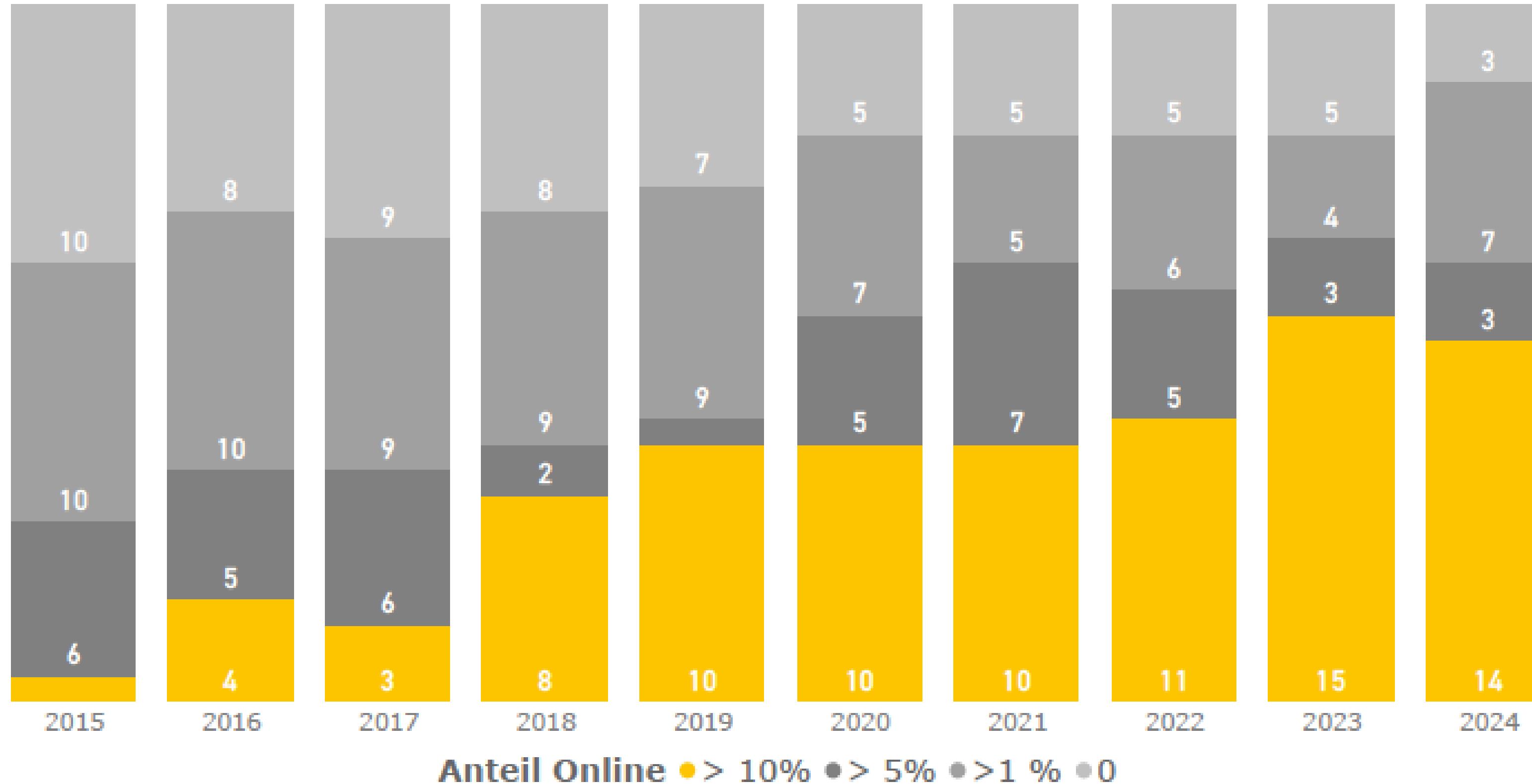
# Marktanteil der einzelnen Instrumente pro Jahr

**fund**office



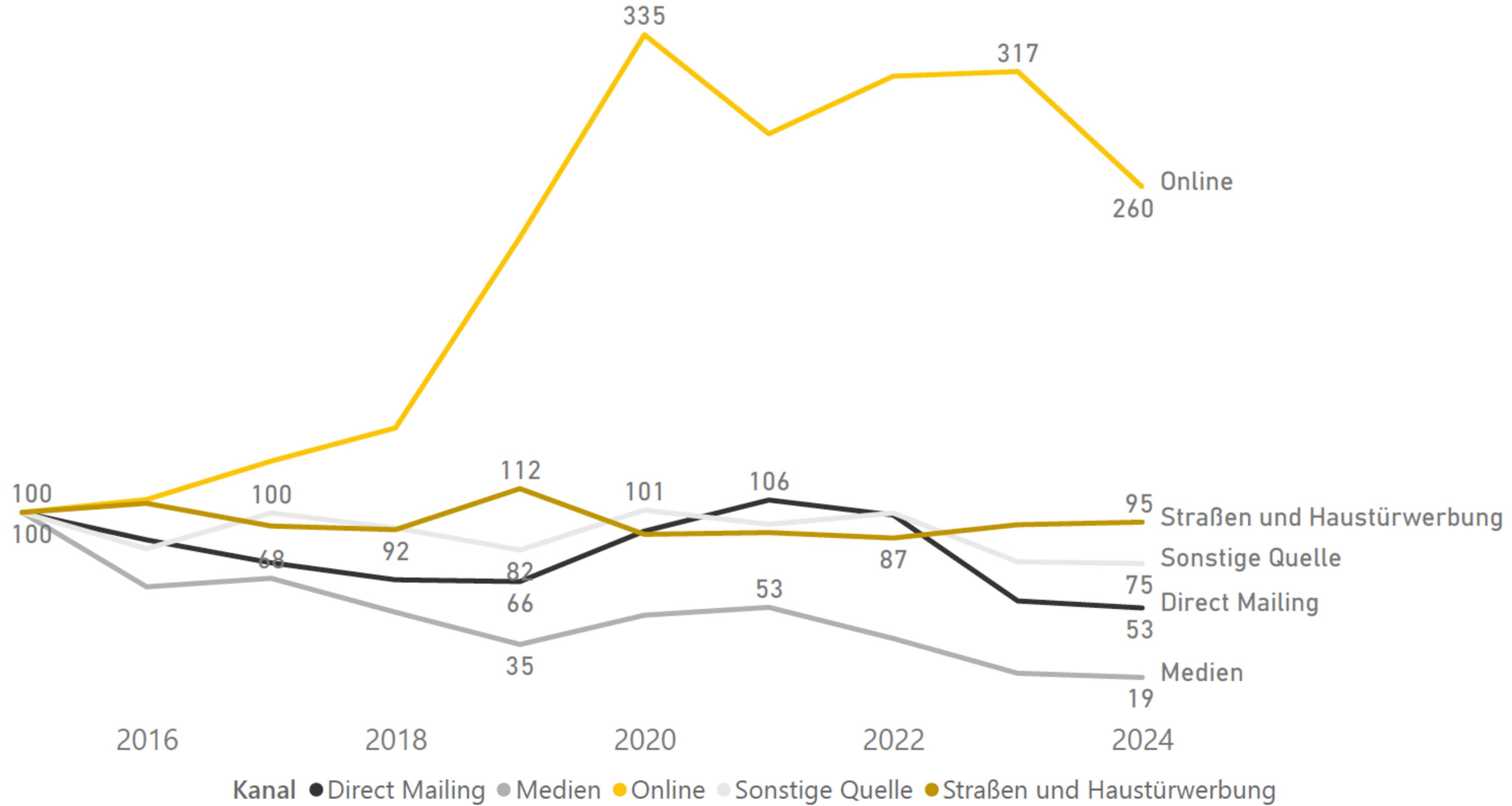
**Jahr** ● 2015 ● 2016 ● 2017 ● 2018 ● 2019 ● 2020 ● 2021 ● 2022 ● 2023 ● 2024

## Stellenwert Online Neuspender:innen-Gewinnung pro Organisation

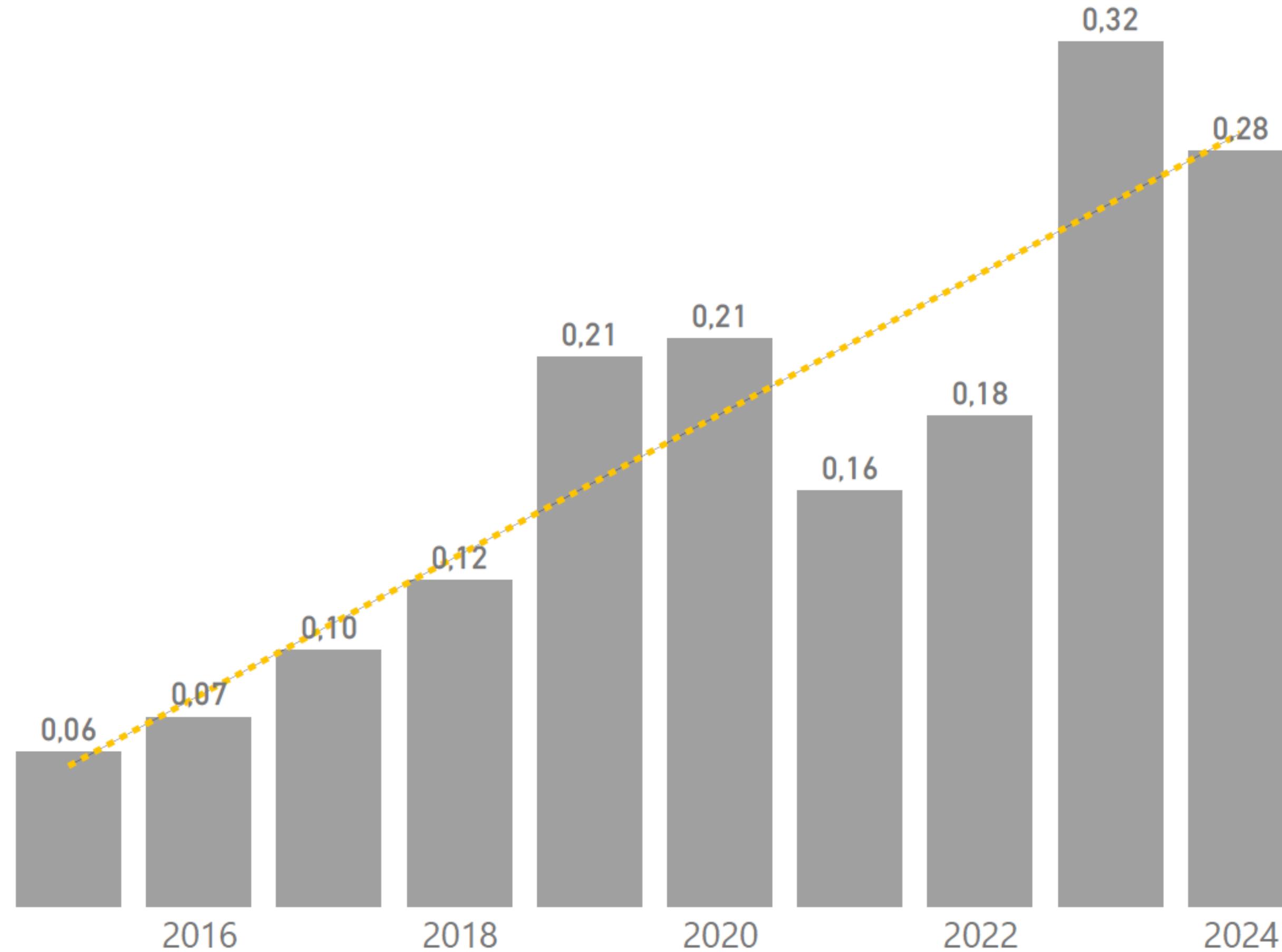


# Relative Growth Index nach Jahr und Kanal

**fundoffice**



## Ratio Online zu Direct Mail nach Jahr



# Conclusio

- Die Anzahl der gewonnenen Neuspender:innen unterliegt einer Wellenbewegung. 2023 und 2024 waren im Vergleich zu den extrem starken Jahren davor (Corona & Ukraine) wieder schwächer.
- Das Briefmailing ist weiterhin klar das wichtigste Instrument.
- Der Kanal Straßen- und Haustürwerbung ist der stabilste von allen.
- Online ist der einzige Kanal der insgesamt betrachtet wächst. 2024 gab es einen leichten Rückgang.
- Die Organisationen benutzen mehr Kanäle zur Neuspender:innengewinnung. Online ist dabei klar auf dem Vormarsch.

# Kontakt

**MAG. FRANZISKA SPIELLEUTHNER  
GESCHÄFTSFÜHRERIN  
GESELLSCHAFTERIN**

GD FUNDOFFICE GMBH  
MARGARETENSTRASSE 44/11  
1040 WIEN

[+43 676 324 40 76](tel:+436763244076)  
[FRANZISKA.SPIELLEUTHNER@FUNDOFFICE.AT](mailto:FRANZISKA.SPIELLEUTHNER@FUNDOFFICE.AT)

**MAG. DORIS MÜLLER  
GESCHÄFTSFÜHRERIN  
GESELLSCHAFTERIN**

GD FUNDOFFICE GMBH  
MARGARETENSTRASSE 44/11  
1040 WIEN

[+43 676 357 55 08](tel:+436763575508)  
[DORIS.MUELLER@FUNDOFFICE.AT](mailto:DORIS.MUELLER@FUNDOFFICE.AT)