

**fundoffice**

**Neuspender:innen**

**Studie 2025**





# 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

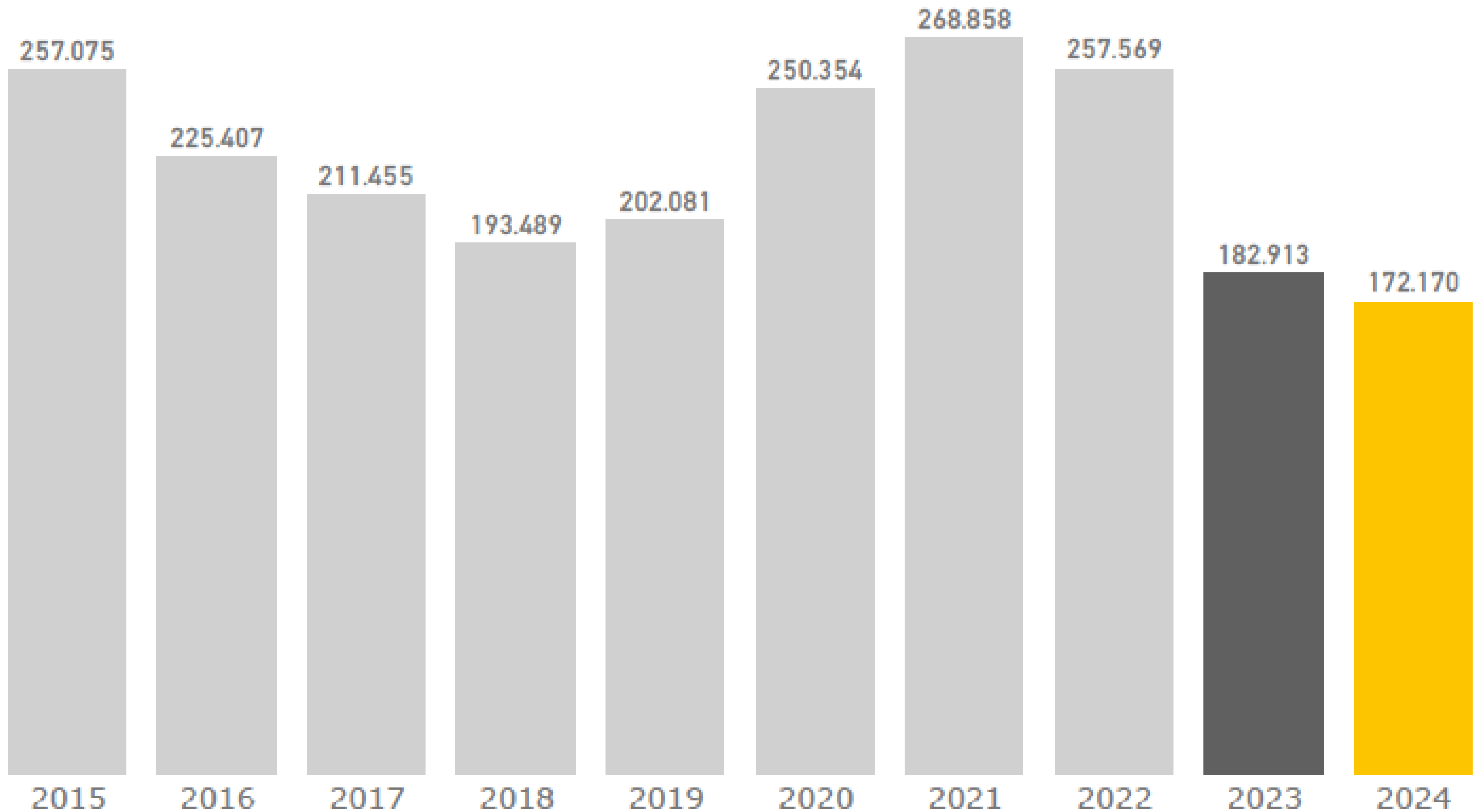
## **2. Aufteilung der Anzahl der Neuspender:innen aus Frage 1 nach folgenden Kriterien und jeweils nach Jahr:**

Erste Spende auf:

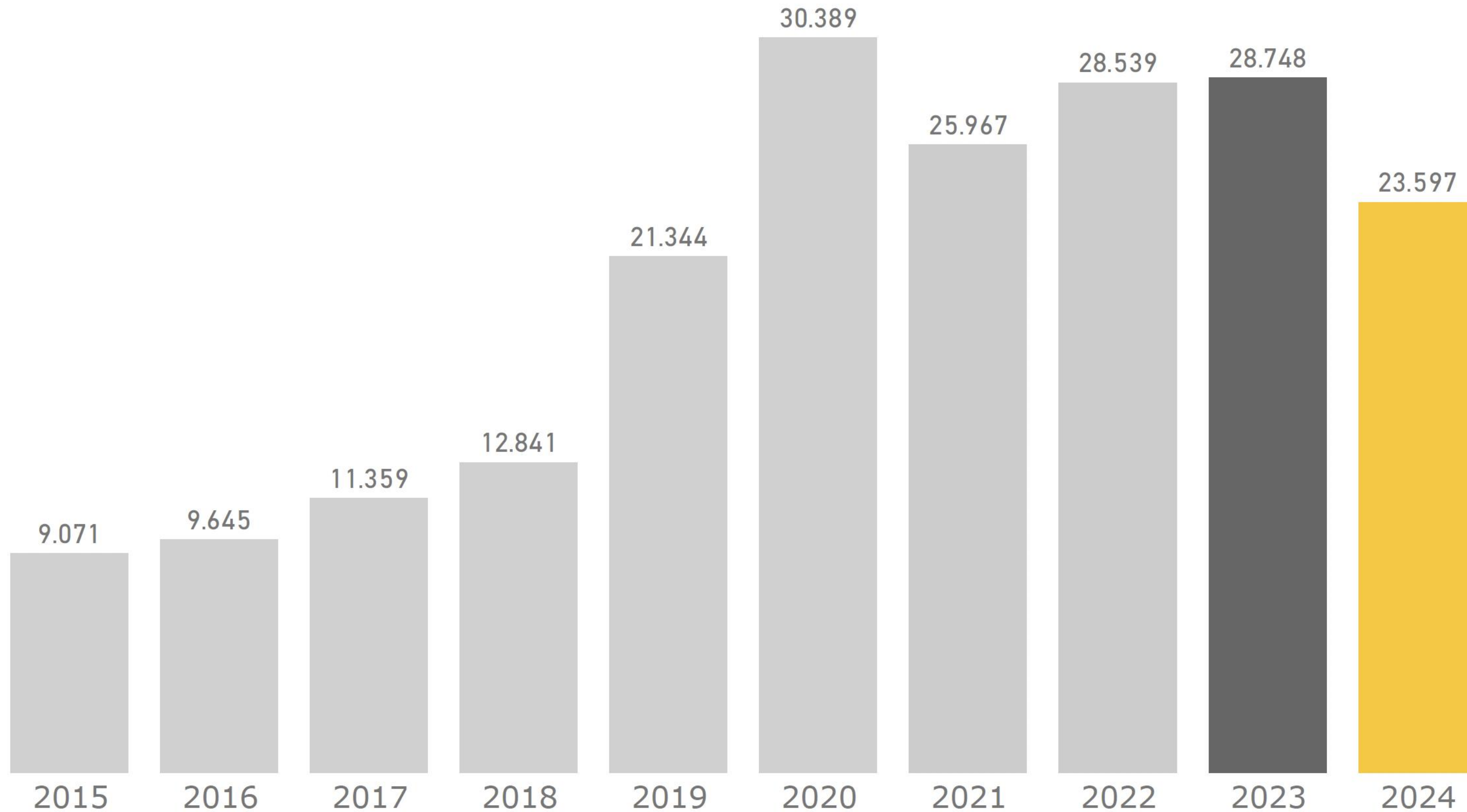
- a) Direct Mailing
- b) Online (SMS, Homepage, E-Mailing, etc.)
- c) Straßen- oder Haustürwerbung
- d) Medienkooperationen (Zahlscheinbeilage in Zeitungen, TV- oder Radiospot, redaktionelle Kooperation o.ä.)
- e) sonstigen Quelle (Events, Spontanspende ohne Zuordnungsmöglichkeit etc.)

# Anzahl gewonnene Neuspender:innen

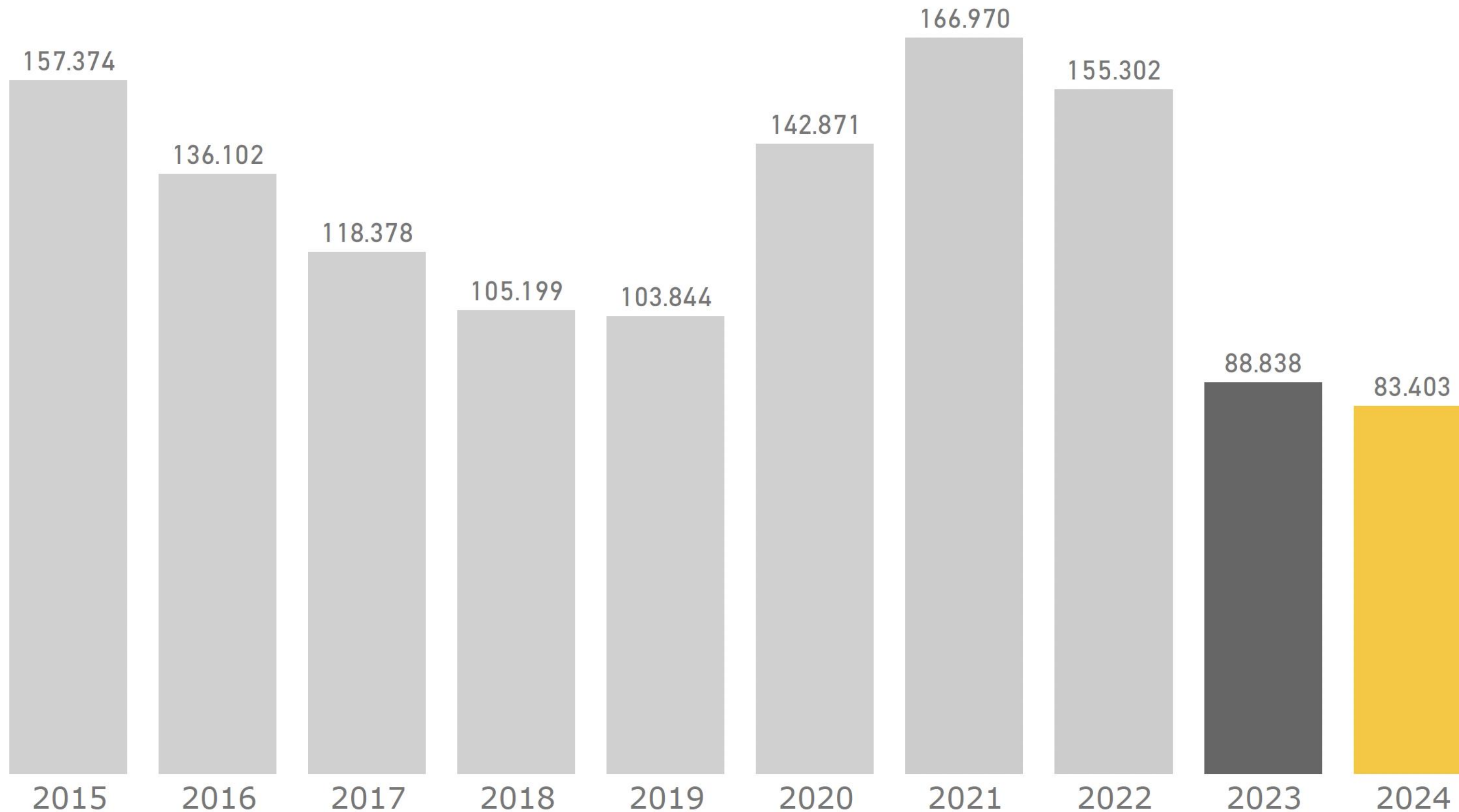
fundoffice



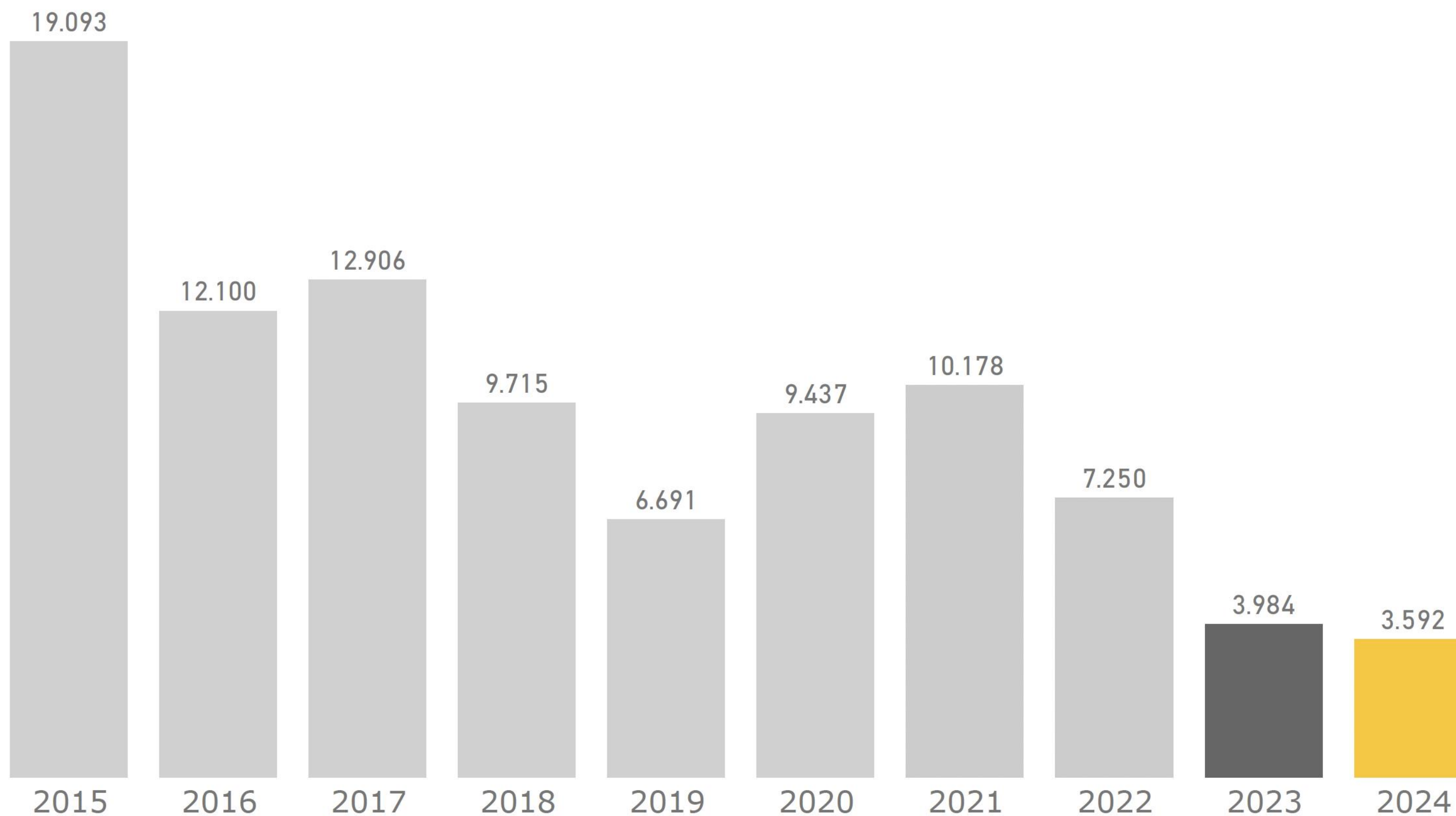
## Anzahl Neuspender:innen Online



## Anzahl Neuspender:innen Direct Mailing

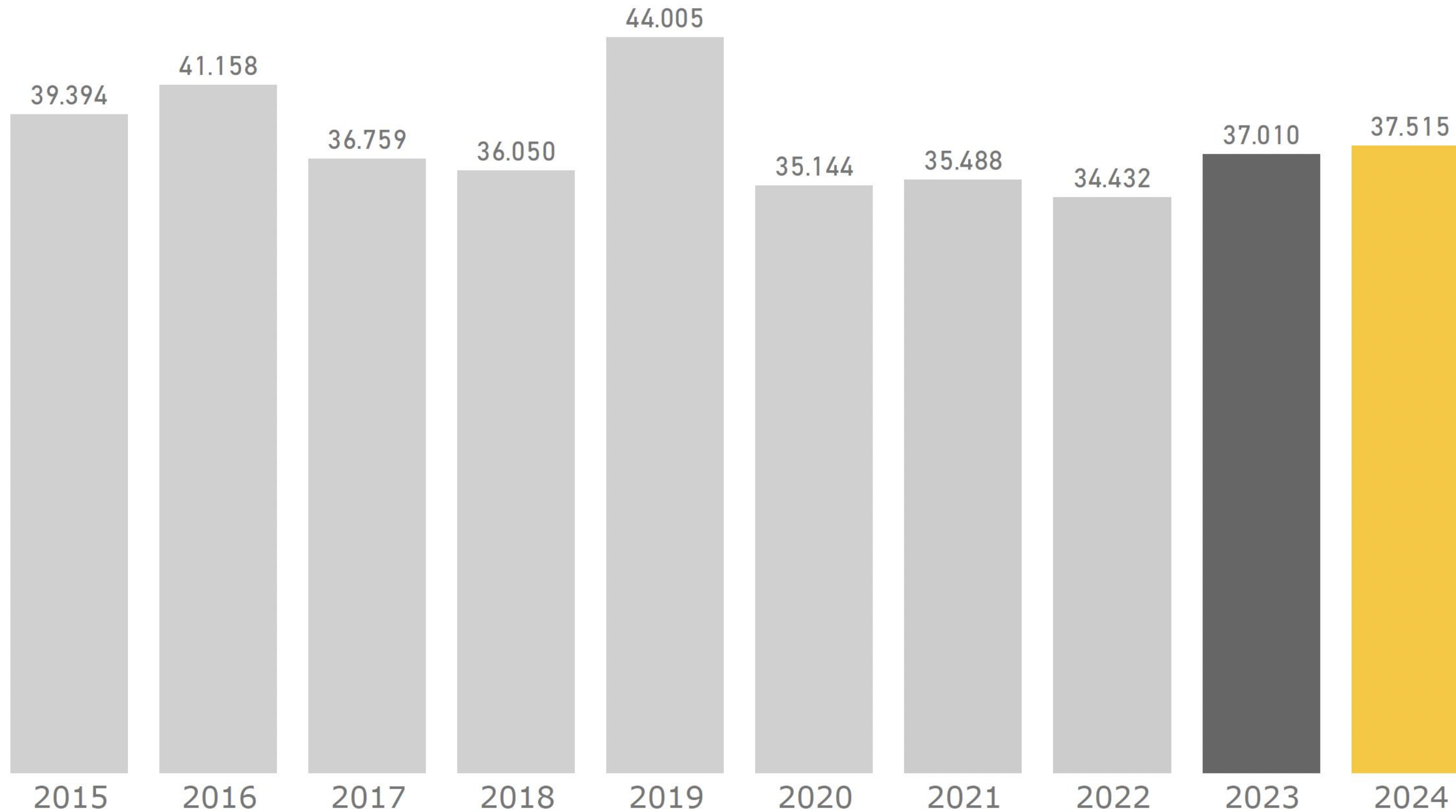


## Anzahl Neuspender:innen aus Medienkooperationen

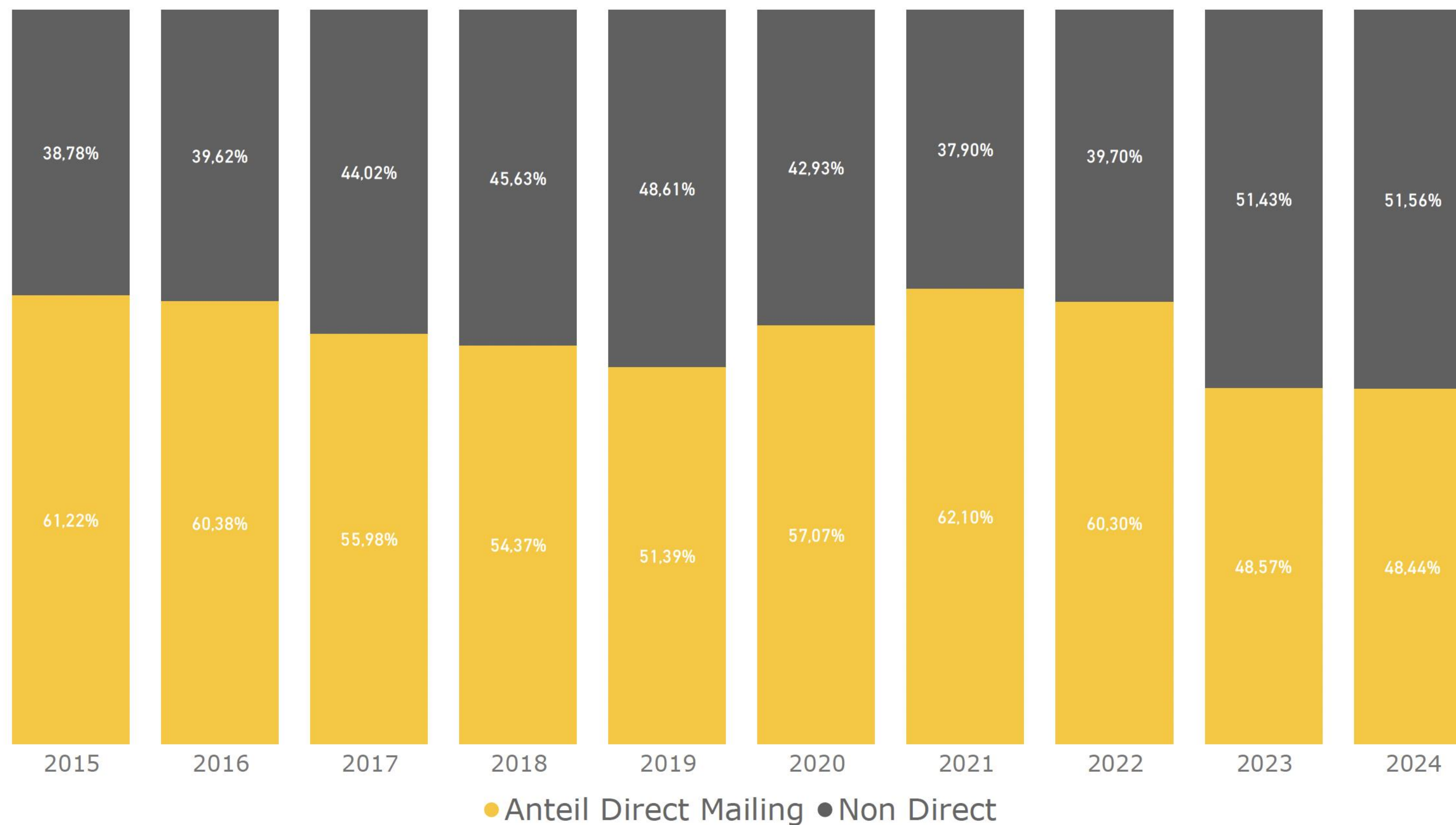




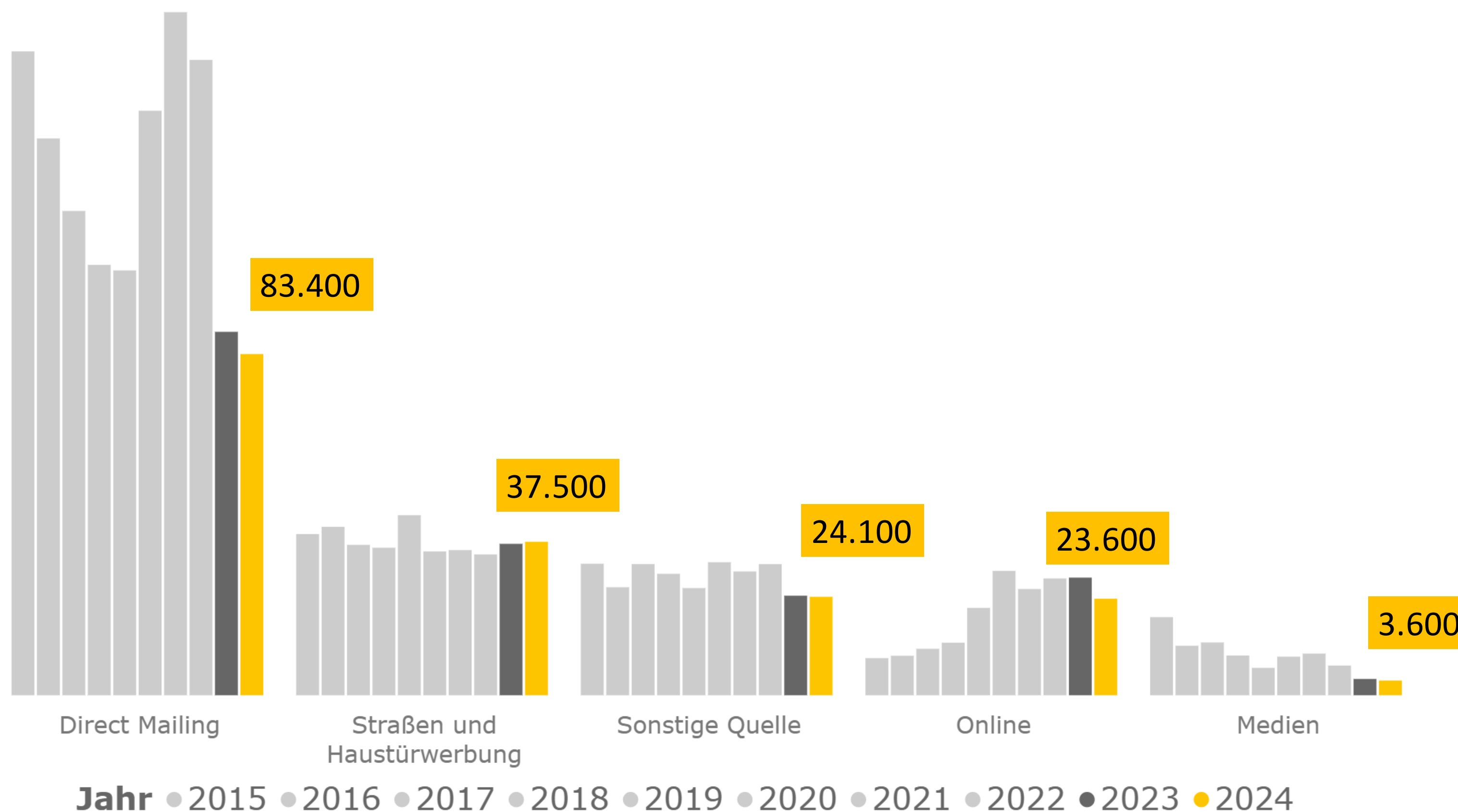
## Anzahl Neuspender:innen aus Straßen- und Haustürwerbung



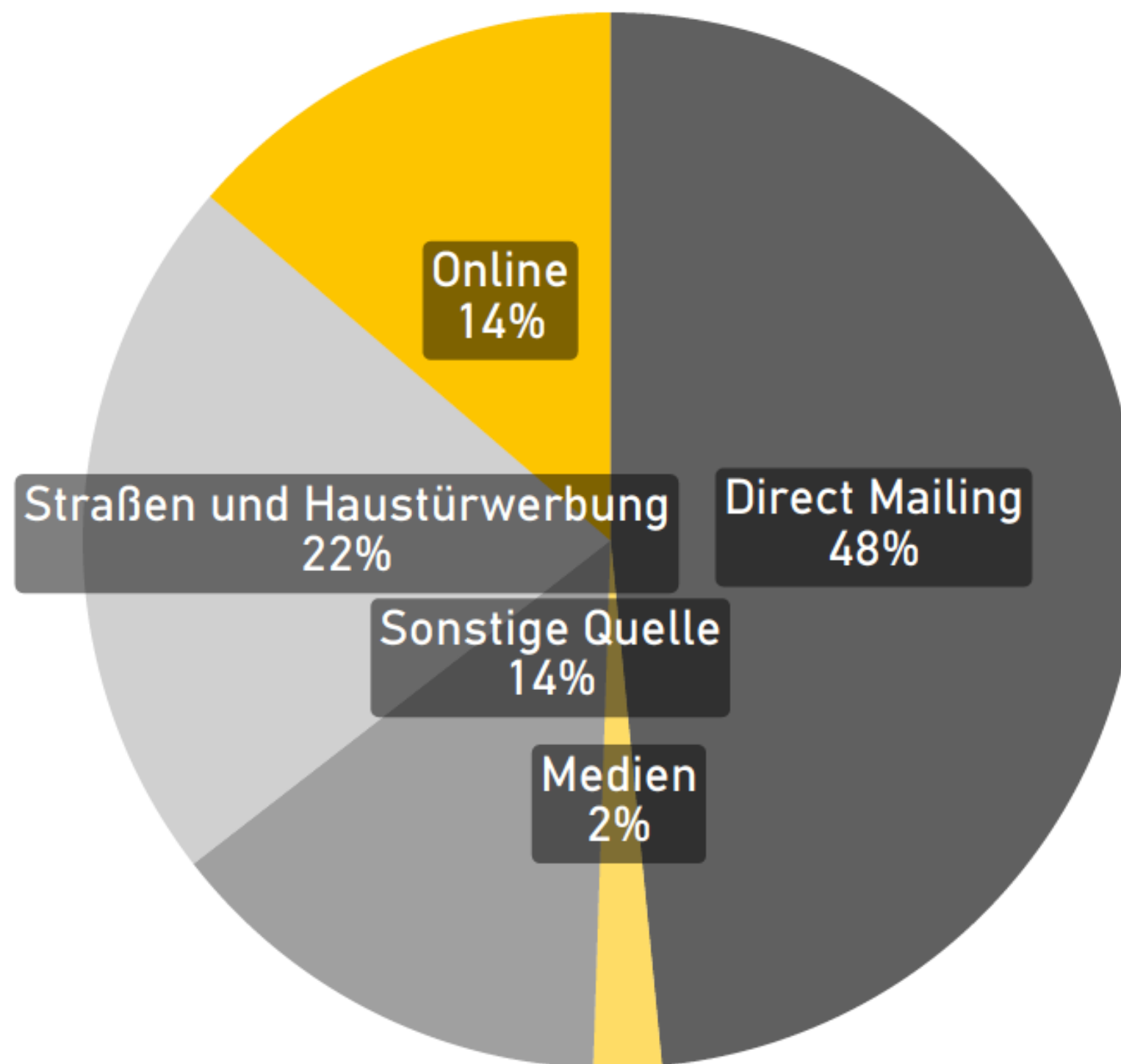
## Anteil von Direct Mailing an Neuspender:innen gesamt



# Anzahl Neuspender:innen nach Instrument

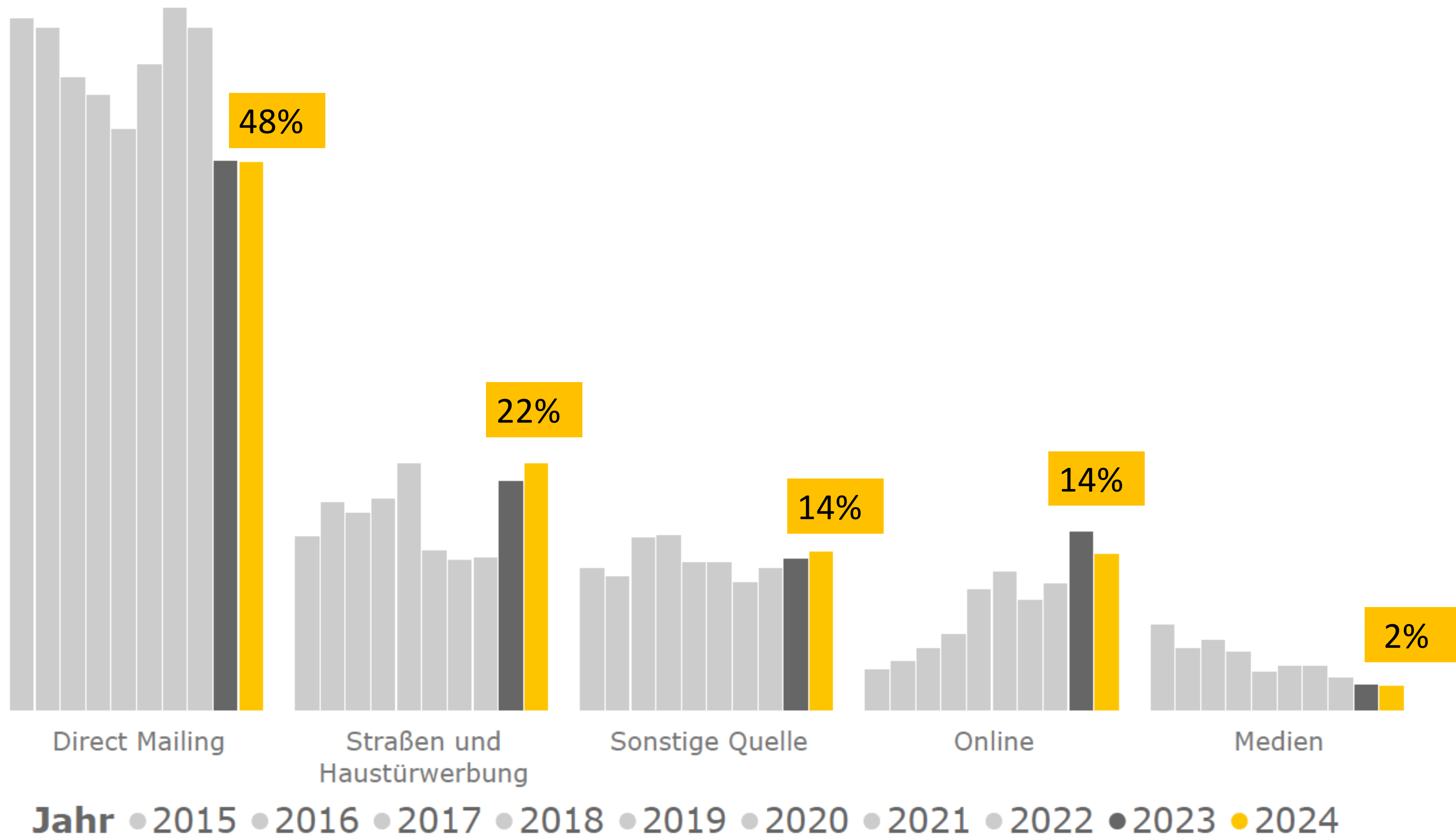


# Gewonnene Neuspender:innen nach Methode (2024)

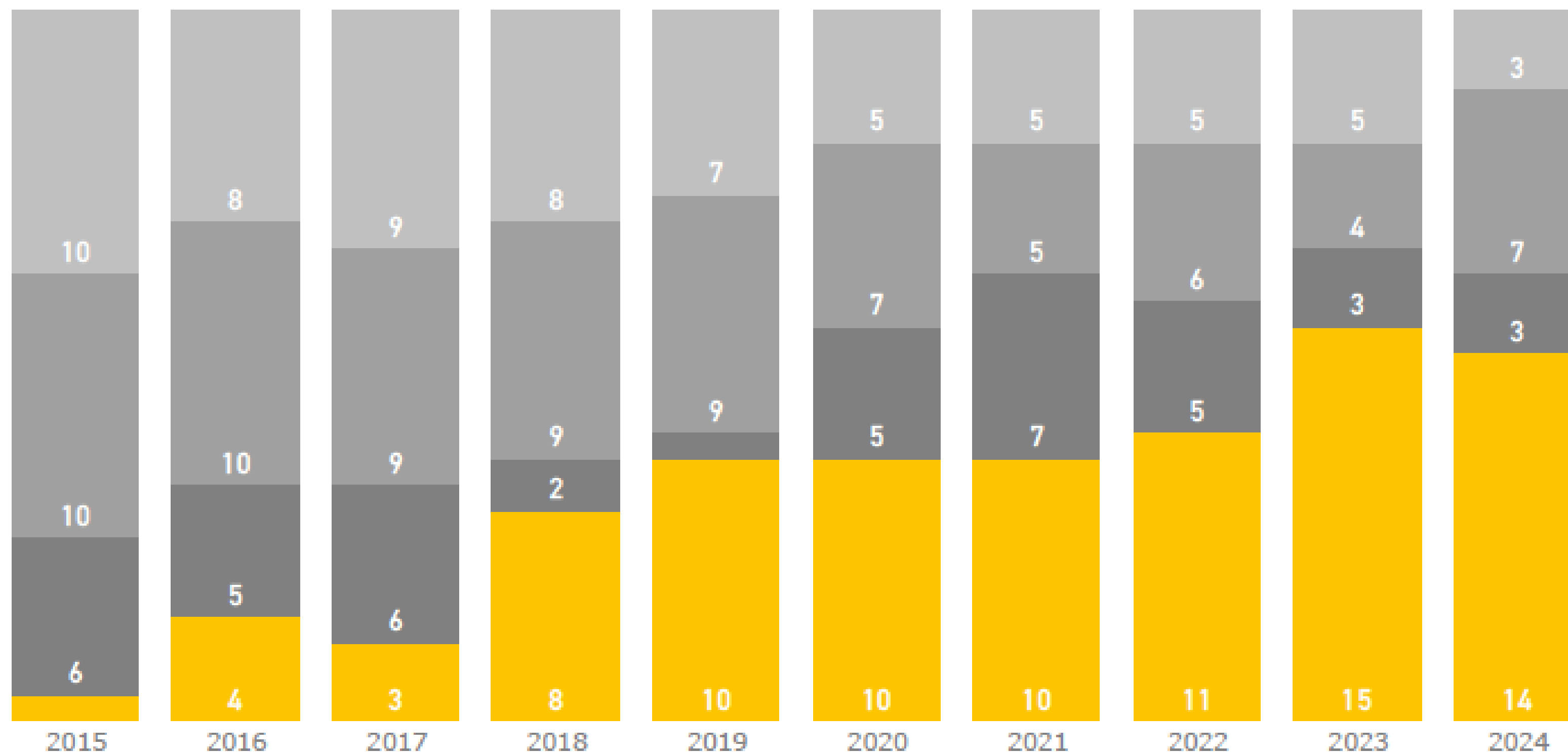




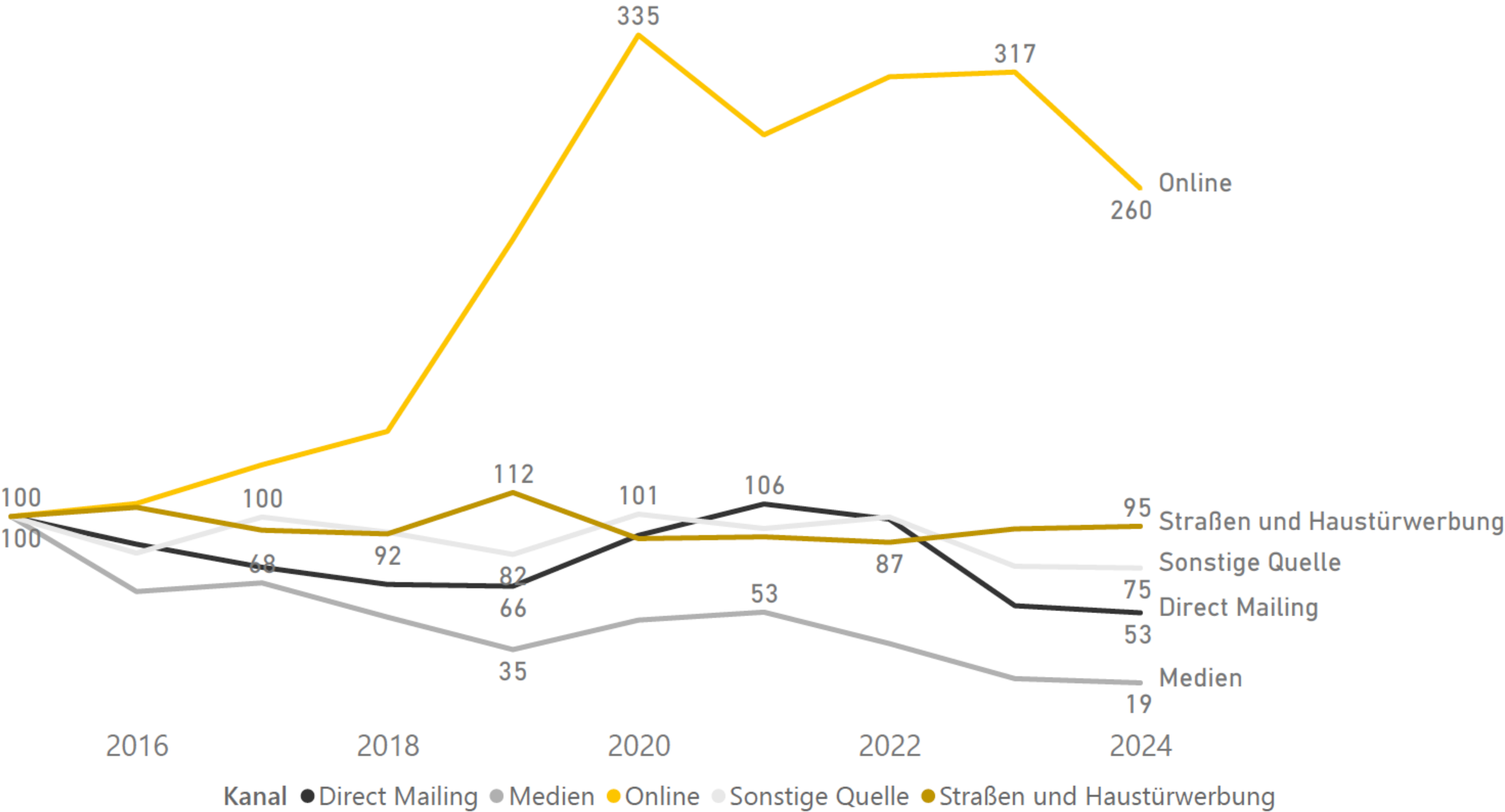
# Marktanteil der einzelnen Instrumente pro Jahr



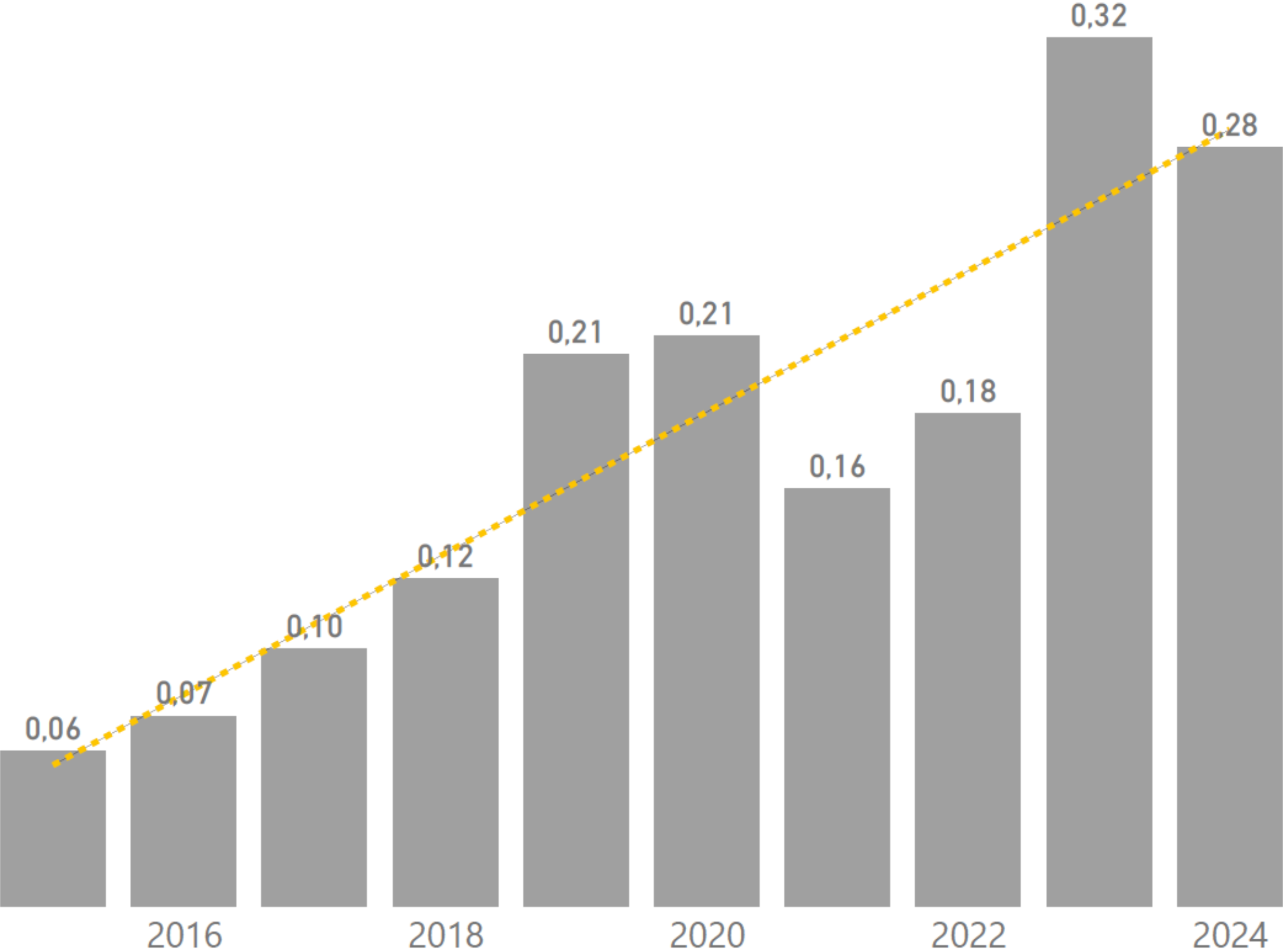
# Stellenwert Online Neuspender:innen-Gewinnung pro Organisation



Anteil Online ● > 10% ● > 5% ● > 1 % ● 0



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)