



Kampagnen-Software im Vergleich

Seit Obama im Wahlkampf 2008 dank seiner Online-Spendenaufrufe über 500 Millionen US-Dollar eingenommen hat, interessieren sich auch hierzulande immer mehr Organisationen für Campaigning-Software und Online-CRM-Systeme. Zeit für einen Vergleich der am Markt vorhandenen deutschsprachigen Systeme.

Von Andreas Freimüller

Die Bedeutung der Online-Kommunikation für die Kampagnenarbeit und fürs Fundraising nimmt stetig zu und dieser Trend wird sich auch so fortsetzen. Erfolge im Online-Fundraising hat aber nicht die Organisation mit der schönsten und funktionalsten Spendenseite, sondern die Organisation, die in der Lage ist, eine große Anzahl hochwertiger Adressen anzusprechen und dies bei Bedarf auch in kürzester Zeit tun zu können. Zudem sind, genauso wie beim

klassischen Fundraising, die Datentiefe und somit die dadurch möglichen Selektionen entscheidend.

Der Vorteil aktueller Online-CRM-Systeme (CRM=Customer-Relationship-Management) gegenüber herkömmlichen Systemen liegt einerseits bei den vergleichsweise geringen Kosten und andererseits darin, dass für die typischen Prozesse in der Online-Kommunikation wenig oder gar keine eigene Entwicklungsleistung mehr nötig ist. Weniger Softwareentwicklung ist gleichbedeutend mit mehr Zeit und Energie, die in die Kommunikation und die Inhalte fließen können.

Die wichtigsten Prozesse in der Online-Kommunikation sind:

- Sign-up E-Mail-Massenversendungen (und deren Auswertung)
- Advocacy-Funktionen wie Petitionen, Target-E-Mails, Multi-Target-E-Mails, Leserbriefe

- Spendenseiten (und natürlich die dahinter liegenden Zahlungsprozesse)
- Event-Management
- Peer-to-Peer Funktionen: dank P2P kann beispielsweise bei einer Spendenkampagne jeder Website-Nutzer eine eigene Spendenseite für einen bestimmten Zweck einrichten.

Bei all diesen Funktionen muss das Verständnis für den gesamten Prozess entwickelt werden. Im Fachjargon wird dieser User-Journey genannt. Was muss passieren, damit ein User beim Besuch unserer Website seine E-Mail-Adresse hinterlässt (Sign-up)? Wie können wir die Beziehung festigen und wiederholt interagieren? Wie können wir die Einmal-Spenderin zur Mehrfach-Spenderin transformieren?

Die nachstehend beschriebenen Software-Lösungen bieten den Organisationen für all dies lediglich hoch entwickelte Werkzeuge. Die Aufgabe der Nutzer ist es,

mit diesen Werkzeugen neue Unterstützeradressen zu generieren und die Kommunikation mit diesen durch konstantes Testen, stetige Optimierung und natürlich mit spannenden Inhalten so zu entwickeln, dass der größtmögliche Nutzen für die Organisation entsteht.

UNTERSCHIEDLICHE AUSGANGSLAGEN

Im Kontakt mit verschiedensten gemeinnützigen Organisationen (NPO) sind drei typische Ausgangslagen zu beobachten:

- die kleine Organisation, die bisher nur ansatzweise eine Datenbank gepflegt und eventuell sogar in jeder Abteilung Excel-Sheets mit Kontakten abgelegt hat
- die Organisation, die eine Datenbanklösung in Betrieb hat, diese aus diversen Gründen aber ablösen will
- die Organisation, die eine Datenbank schon über lange Zeit in Betrieb hat und auch viel Zeit und Geld in die Software und die Qualität der Daten investiert und online handlungsfähiger werden will und dies aufgrund der Restriktionen des bestehenden Systems mit dessen Mitteln nur in ungenügender Masse tun kann.

Am einfachsten ist es natürlich, wenn keine Systemablösung notwendig ist. Eine Evaluation verschiedener Systeme kann aufzeigen, wo die Kosten-Nutzen-Rechnung am Besten aussieht. Gerade Organisationen mit kleinem Budget tun gut daran, nicht mit breiten und rigiden Anforderungskatalogen an die Auswahl heranzugehen. Alles was „ab Stange“ die Bedürfnisse erfüllt, ist gut, weil Softwareanpassungen an Kundenwünsche das Budget oft mit Leichtigkeit sprengen.

Steht eine Systemablösung an, sind zusätzlich zu den obigen Punkten komplexere Abklärungen nötig. Dazu gehört etwa, welche Prozesse überhaupt noch zeitgemäß und zwingend notwendig sind und welche Daten übernommen werden sollen.

Im dritten Fall ist die Fragestellung komplexer. Da das alte System weiter betrieben werden soll, muss entschieden wer-

den, welche Daten mit welcher Kadenz zwischen dem alten System und der neuen Online-Plattform synchronisiert werden sollen. Das kann von der einfachen, manuellen Synchronisierung, bis zur vollautomatischen Live-Synchronisierung mit Datenvalidierung gehen. Integrationen dieser Art sind naturgemäß komplex und deren Kosten können in der Regel nur größere Organisationen tragen.

OPEN SOURCE VERSUS PROPRIETÄRE SYSTEME

Ein großes Thema ist, ob ein Produkt Open Source ist – oder eben nicht. Open Source ist zweifellos interessant. Die Open Source-Software CMS Drupal zum Beispiel findet auch in Unternehmen ihren Einsatz, weil dessen große und weltweite Programmierergemeinde die rasche und bedürfnisorientierte Weiterentwicklung der Plattform garantiert.

Bei Online-CRMs ist die Sachlage nicht so eindeutig: Ein Open Source-CRM ist zwar frei von Lizenzkosten, aber der Kunde bezahlt für die Installation, Konfiguration, das Hosting und den Support. Dies führt dazu, dass die Gesamtkosten (TCO = total cost of ownership) von Open Source und SaaS (Software as a Service) häufig vergleichbar sind. Proprietäre Systeme, also für den Kunden angepasste eigene Lösungen, haben oft den Vorteil, dass Hosting und Support im Preis inbegriffen sind und damit die Budgetierbarkeit besser ist.

INTERNATIONALISIERUNG

Wer sich für ein System entscheidet, muss früh überlegen, ob Mehrsprachigkeit jetzt oder später zu den Anforderungen gehört. Denn die nachträgliche Anpassung eines einsprachigen Systems für mehrsprachige Zwecke ist sehr aufwendig und kostspielig. Nur wenn klar ist, dass mittel- bis langfristig keine Aktivitäten mit Ausstrahlung über die eigenen Sprachgrenzen geplant sind, ist Einsprachigkeit eine Option. In Ländern wie der Schweiz ist Mehrsprachigkeit vielfach zwingend notwendig.

SYSTEMVERGLEICH

Der für das Fundraiser-Magazin durchgeführte Systemvergleich beschränkt sich auf vier Systeme. Es gibt noch diverse weitere Anbieter und Lösungen. Diesen ist allerdings gemeinsam, dass sie aus dem englischen Sprachraum kommen und sie für die Verwendung im deutschen Sprachraum mangels deutschem Front-End derzeit nicht bereit sind.

CiviCRM: Die Open Source CRM-Software für Non-Profit-Organisationen existiert seit 2005. Weltweit setzen über 5000 Vereine, Stiftungen, NGOs und Verbände diese Lösung ein. Sie bietet nicht nur umfangreiche Funktionen im Bereich der Kontaktverwaltung, sondern auch Unterstützung für viele weitere Aufgaben, die in Administration und Management von Non-Profit-Organisationen anfallen. CiviCRM lässt sich voll in Webseiten integrieren, die mit den CMS Drupal, Joomla oder Wordpress betrieben werden. Auch hier sind viele Funktionen standardmäßig vorhanden und können einfach konfiguriert und in Betrieb genommen werden. Dazu gehören Petitionen, Eventmanagement oder auch Case Management. Auch die jährliche Erneuerung von Jahresmitgliedschaften kann weitgehend automatisiert durchgeführt werden. Für die meisten Verwender wird es aber notwendig sein, sich für die Installation und die Konfiguration von CiviCRM beraten zu lassen, selbst ambitionierten Laien ist es nicht möglich, CiviCRM als Server für den Mailversand oder für die Abwicklung von Finanztransaktionen erfolgreich zu konfigurieren.

Die von der Community vorangetriebene Übersetzung von CiviCRM hat dazu geführt, dass die Inhalte mittlerweile größtenteils auch in Deutsch vorliegen.

www.civicrm.org

Krautbuster: Eine brandneue Lösung hat 2012 campact.de aus Deutschland in Betrieb genommen. Nachdem Krautbuster ursprünglich für die eigenen Kampagnenbedürfnisse entwickelt wurde, hat

sich compact entschieden, die Software anderen Organisationen als Open Source zur Verfügung zu stellen. Der Funktionsumfang ist vielfältig und interessant. So können Kampagnenabläufe einfach konfiguriert werden, Petitionen oder Anschreibefunktionen erstellt und auch gleich mit A/B-Tests verglichen und optimiert werden. Krautbuster lässt sich mit CMS wie Drupal, Typo3 oder Wordpress verknüpfen. E-Commerce- und Spendenprozesse sind allerdings nicht Teil von Krautbuster, diese müssen über eine Schnittstelle an ein spendenfähiges Zweitsystem übergeben werden. Viel Wert bei der Entwicklung wurde auf Datensicherheit gelegt, damit sensible Nutzerdaten aus Kampagnen auch hinreichend geschützt sind. Eine SaaS (Software as a Service)-Variante ist in Entwicklung und soll gegen Bezahlung für jedermann einfach zugänglich sein. Einziger Pferdefuß von Krautbuster ist im Moment, dass erst Compact Krautbuster produktiv nutzt und die Software frühestens im 2. Quartal 2013 wirklich frei verfügbar gemacht werden soll. Dann soll ein Verein, zusammengesetzt aus Verwendern und Agenturen gemeinsam über die Weiterentwicklung von Krautbuster entscheiden. Die Nutzer haben mit Krautbuster zwar die Möglichkeit, ein richtig neues Tool zum Einsatz zu bringen, die Bewährungsprobe in der breiten Nutzung steht Krautbuster aber noch bevor.

www.krautbuster.org

Salsa: Mit der Onlinekampagnensoftware kann man Newsletter verschicken, Social Media Tools von Fremdanbietern einbinden und Inhalte mit der eigenen Webseite synchronisieren. Das Herzstück von Salsa ist die zentrale Kontaktdatenbank, in der die Profile der Unterstützer einer Organisation gepflegt werden; damit können Interessengruppen gezielt angeschrieben und für Anliegen aktiviert werden. Die Newsletterfunktion ermöglicht den Versand von E-Mails als A/B Tests. Genauso bietet Salsa eine integrierte Fundraisingfunktion, die alle Spenderdaten zentral speichert. Mit Peer-to-Peer-Spendenseiten können auch einzelne Unterstützer ihre Spendenseiten

erstellen und bewerben. Salsa bietet auch Petitionsfunktionen, Anschreibefunktionen an Politiker oder Medienredaktionen und Eventmanagement. Die Effektivität verschiedener Kampagnen kann mit Analysetools gemessen und ausgewertet werden.

Die verschiedenen Funktionen werden für die Nutzer von Salsa auf deren Organisationsseite in verständlichen Online-Seminaren (sog. Webinare) erklärt. Salsa ist auf Non-Profit-Organisationen spezialisiert und wird seit 2004 ständig weiterentwickelt. Über 2000 Organisationen nutzen Salsa. Durch die große Verbreitung und Skalierbarkeit muss sich der Verwender keine Sorgen wegen Systemausfällen machen. Bei der großen SOPA (Stop Online Piracy Act)-Kampagne gegen neue Internet-Regulationsgesetze wurden von Salsa-Servern innert weniger Tage mehr als 1,7 Millionen E-Mails an US-Senatoren gesendet. Mit Erfolg: der Gesetzesvorschlag wanderte zurück in die Schublade.

www.salsalabs.com

www.salsa-organizing.de

Engaging Networks: Das Unternehmen Engaging Networks mit Sitz in England und in den USA darf schon viele bekannte Organisationen zu seinen Kunden zählen. Nach über zehn Jahren im Markt sind seine Tools vielfach bewährt und im internationalen Umfeld gut mehrsprachig einsetzbar. Früher Advocacy Online genannt, hat sich Engaging Networks umbenannt und weiter entwickelt und liefert heute eine voll integrierte Online-CRM Lösung, die Spendenseiten genauso ausliefert wie Petitionen oder Target-Mail-Funktionen. Seit 2012 gehören auch Peer-to-Peer-Spendenseiten zum Funktionsumfang. E-Mails können mit konditionalen Inhalten weitgehend personalisiert erstellt werden. Besonders stark ist Engaging Networks bei den Widgets. Jede Funktion kann auch als Widget eingesetzt werden und kann so mit wenig Aufwand in jede Website eingebunden werden. Engaging Networks bietet diverse Zahlungsprozessoren für die Abwicklung von Spenden an und ist für die

mehrsprachige Verwendung gut vorbereitet. Auch Webinars in englischer Sprache werden angeboten.

www.engagingnetworks.net

Fazit: Wer auf Open Source setzen will, der ist heute mit CiviCRM auf der sicheren Seite. Es gibt diverse Dienstleister, die Unterstützung für Installation und Integration von CiviCRM anbieten. Allerdings ist CiviCRM schon etwas in die Jahre gekommen und es ist im täglichen Betrieb nicht ganz einfach zu handhaben. Bei Krautbuster dürfte es schon Ende 2013 werden, bis verlässliche Aussagen über die Software möglich sein werden. Wer also ohnehin noch etwas abwarten will und nicht zwingend eine integrierte Spendenlösung braucht, darf sicher Krautbuster weiterhin im Auge behalten.

Bei den proprietären Lösungen ist Engaging Networks für viele Kunden etwas kostengünstiger als Salsa. Beim Funktionsumfang, insbesondere bei den zentralen CRM-Funktionen wie Selektionen oder auch bei Peer-to-Peer-Funktionen hat das vielfältigere Salsa einige Vorteile. Beide Systeme sind schon lange auf dem Markt, Kinderkrankheiten sind daher nicht mehr zu erwarten.

Generell ist weniger technologie-affinen Kunden eher zu proprietären Lösungen zu raten, da durch unbegriffene Supportleistungen die Kosten deutlich besser planbar sind.

Weitere Anbieter und Funktionsvergleiche sind hier zu finden: ► <http://goo.gl/6nLMq>

*Als ehemaliger Greenpeace-Campaigner ist **Andreas Freimüller** in Fleisch und Blut übergegangen, dass Veränderung durch Ereignisse, nicht durch Konzepte herbeigeführt wird.*



Seit 2001 als Gründer und Geschäftsleitungsmitglied der Kampagnenforum GmbH und als Berater für NPOs, arbeitet er heute als Geschäftsführer der Kampaweb GmbH. Dabei ist er unter anderem unterwegs als „Wanderprediger“ für den Einsatz von Online-CRMs, ohne die eine zeitgemäße Online-Kommunikation gar nicht mehr denkbar ist. ► www.kampaweb.ch

Online-CRM-System	CiviCRM	Krautbuster	Salsa	Engaging Networks
E-Mail	A/B-Tests, Analytics, konditionale Inhalte	A/B-Tests, Analytics, konditionale Inhalte	A/B-Tests, Analytics, konditionale Inhalte, kann auch sehr großen Versand (> 50 000) problemlos durchführen	A/B-Tests, Analytics, konditionale Inhalte
Fundraising	unbeschränkte Anzahl Spendenseiten	unbeschränkte Anzahl Spendenseiten, Zahlungsprozesse müssen an Zweitsystem übergeben werden	unbeschränkte Anzahl Spendenseiten	unbeschränkte Anzahl Spendenseiten
Advocacy	Petitionen	Petitionen, Target-Mails	Petitionen, Target-Mails an EntscheiderInnen, Multi-Target-Mails, Leserbriefe	Petitionen, Target-Mails
Events	Gratis und kostenpflichtige Veranstaltungen, Wartelistenmanagement	einfaches Modul für Veranstaltungsanmeldungen	Gratis und kostenpflichtige Veranstaltungen, Wartelistenmanagement	Anmeldemanagement, derzeit noch keine kostenpflichtigen Veranstaltungen
Peer-to-Peer-Events	nicht vorhanden	nicht vorhanden	vorhanden	nicht vorhanden
Peer-to-Peer-Fundraising	vorhanden	nicht vorhanden	vorhanden	seit 2012 vorhanden
Case Management	vorhanden	nicht vorhanden	nicht vorhanden	nicht vorhanden
CMS-Integration	Joomla, Drupal, Wordpress	Typo3, Drupal, Wordpress	umfassend für Drupal, mit Subdomain für alle CMS lösbar	mit Widgets beliebig integrierbar
Internationalisierung	Mehrsprachigkeit weitgehend in Deutsch vorhanden	zur Zeit nur Deutsch, grundsätzlich aber für spätere Mehrsprachigkeit bereit	Mehrsprachigkeit vorhanden, in Kombination mit Drupal viele Sprachen möglich, Backend Englisch	Mehrsprachige Ausgabe gut möglich, Backend Englisch
APIs (Application Programming Interfaces = Schnittstellen zur Anwendungsprogrammierung)	vorhanden	Rest-API; CiviCRM, Shops, Umfragetools (z.B. SurveyMonkey) oder Ticketing-Systeme (z.B. Zendesk) lassen sich gut verknüpfen	Standardisiertes Daten-API oder kundenspezifische Anbindung	Standardisiertes Daten-API oder kundenspezifische Anbindung
Hosting	nach Wunsch	nach Wunsch	Cloud based auf Amazon-Servern in Irland	keine Angaben
Kosten	Open Source, nur Hosting, Konfiguration, Beratung	Open Source, nur Hosting, Konfiguration, Beratung, 2013 auch als SaaS	Lizenzkosten abhängig von der Anzahl Adressen und Leistungsumfang	Lizenzkosten abhängig vom Leistungsumfang
Schulung	bei externen Beratungsunternehmen erhältlich	bei externen Beratungsunternehmen erhältlich	Online-Ressourcen	Online-Ressourcen
Support	bei externen Beratungsunternehmen erhältlich	bei externen Beratungsunternehmen erhältlich	Anwendungssupport in Lizenzkosten inbegriffen	Anwendungssupport in Lizenzkosten inbegriffen