

PRESSEINFORMATION

Charity-Shopping:

Drei Millionen Euro für gute Zwecke durch Online-Shopping gesammelt

- Gutes tun ohne Mehrkosten: Wer bei seinen Online-Einkäufen über ein Charity-Shopping-Portal geht, löst eine Spende für gemeinnützige Zwecke aus – im Schnitt fünf Prozent des Einkaufswertes.
- Der Markt für soziale Einkaufsportale in Deutschland wächst. Marktkenner erwarten Launch von Amazons eigenem Programm Smile.
- Charity-Shopping wird fester Baustein im Online-Fundraising von Non-Profit-Organisationen und gemeinnützigen Projekten.

Berlin/Frankfurt, im Oktober 2016. Mehr als jeder dritte Deutsche über 14 Jahren engagiert sich laut Statista ehrenamtlich. Die meisten tun dies im Rahmen von Vereinen, Initiativen oder karitativen Einrichtungen. So ist das auch bei der Universitätsgesellschaft Potsdam. 400 Freunde, Förderer und Ehemalige der Universität haben sich in einem Verein zusammengeschlossen, um mit zahlreichen Aktivitäten die Entwicklung der größten Hochschule Brandenburgs voranzutreiben. Außer menschlicher Power braucht es schlicht und ergreifend auch Geld, um die vielen Ideen umzusetzen. „Neben direkten Spenden, Sponsorengeldern und Mitgliedsbeiträgen sind auch die Erlöse aus dem Charity-Shopping ein fester Bestandteil unserer finanziellen Basis“, erklärt Prof. Dieter Wagner, Vorsitzender der Universitätsgesellschaft. Über 10.000 Euro allein in diesem Jahr sind so schon zusammengekommen.

Spenden generieren ohne Mehrkosten

Das Prinzip des Charity-Shoppings ist einfach: Statt den Shop direkt oder über Google aufzurufen, startet man den Online-Einkauf auf einer Charity-Plattform wie bildungsspender.de, boost-project.de oder

Ihr Kontakt:

Sturat Kommunikation
Meike Sturat

E-Mail m.sturat@sturat-kommunikation
Telefon 0221/9986507
Mobil 0177/28 33 278
FB <https://www.facebook.com/sturatkommunikation/notes>

Beleg erbeten

PRESSEINFORMATION

gooding.de und wählt dort aus über 1.500 Anbietern den gewünschten Shop aus. „Dieser kleine Umweg löst beim Kauf eine Prämienzahlung

des Händlers an das Portal aus, im Schnitt fünf bis sieben Prozent des Umsatzes. Der Käufer entscheidet, ebenfalls per Klick auf der Plattform, welchem gemeinnützigen Projekt diese Prämie zu gute kommt“, erklärt Felix Wassermann, Gründer von gooding.de. Gezahlt wird die Spende also indirekt von den Online-Händlern im Rahmen des so genannten Affiliate-Marketings. Die drei größten Anbieter bildungsspender.de, boost-project.de und gooding.de erzielten auf diese Weise in 2015 ein Spendenvolumen von rund zwei Millionen Euro, den Löwenanteil der Branche. Experten schätzen das Spendenaufkommen des gesamten Charity-Shopping-Marktes auf etwa drei Millionen Euro im vergangenen Jahr.

Unterstützer aktivieren

„Die Universitätsgesellschaft Potsdam nutzt ihr Unterstützerpotenzial sehr effizient“, sagt Alexander Klement, Geschäftsführer von Bildungsspender.de. „Unter den Ehemaligen sind viele Berufsstarter und Unternehmensgründer, die nicht immer direkt spenden, aber mit Büromaterialbestellungen und Reisebuchungen über bildungsspender.de trotzdem indirekt für einen Spendenzufluss sorgen.“ Über Charity-Shopping werden also Nutzergruppen aktiviert, die sich sonst nicht finanziell engagieren würden. „Viele sind positiv überrascht, dass sie mit einer alltäglichen Handlung ohne Mehraufwand und -kosten Spenden generieren können“, ergänzt Frank Eckert, Mitgründer von boost-project.com. „Wir sehen uns quasi als die Robin Hoods der digitalen Wirtschaft“, so Eckert weiter. „Wir wandeln die Gelder, die Unternehmen für ihr Online-Marketing ausgeben, in Spenden für gemeinnützige Organisationen um.“

Zunehmende Wettbewerbsdichte

Die Digitalisierung von Konsum und Kommunikation sowie kontinuierlich steigende Umsätze im Internet-Handel – für 2016 prognostiziert Statista einen Umsatz von 62,45 Millionen Euro – machen das Geschäft mit dem

PRESSEINFORMATION

Charity-Shopping nicht nur für eine steigende Zahl von Portalen interessant, sondern auch für Unternehmen wie Amazon.

Der Online-Riese war bisher in den meisten Portalen vertreten; rund 20 Prozent des Spendenaufkommens wurden über Amazon-Einkäufe erzielt. Der jüngste Rückzug aus der Zusammenarbeit mit den Portalen löste in Fachkreisen Spekulationen über einen Deutschlandlaunch des Amazon eigenen Programms Smile aus. Das Charity-Prinzip ist hierbei das gleiche, allerdings werden bei Amazon Smile – zumindest in den USA – lediglich 0,5 Prozent des Warenwertes in Spenden umgewandelt. Bei Amazon zu kaufen ist für die meisten einfach bequem, auch wenn das Produkt bei anderen Anbietern eventuell günstiger ist. Wer woanders kauft und dabei über eines der etablierten sozialen Einkaufsportale geht, kann damit aber eine deutlich höhere Spende erzeugen. Daher bieten einige Portale mittlerweile Suchoptionen nach dem günstigen Anbieter im Netz an. Denn auch, wenn die meisten Charity-Shopping-Portale einen Teil der Prämien – 10 bis 30 Prozent – für den Betrieb der Plattform verwenden, ist der Effekt hier deutlich höher.

Online-Fundraising für kleine Vereine

Das Prinzip soziales Einkaufen ist in den letzten drei, vier Jahren immer bekannter geworden. Zehn bis 15 Anbieter gibt es in Deutschland derzeit, elf hat das Fundraising Magazin jüngst verglichen. Für kleinere Projekte und Vereine, die nicht oder kaum im Netz vertreten sind und denen die Mittel für professionelles Fundraising fehlen, bieten soziale Einkaufsportale eine einfache Möglichkeit, effektiv online Spenden zu sammeln. Über 15.000 soziale oder gemeinnützige Projekte sind derzeit bei den drei großen Charity-Shopping-Portalen angemeldet; manche bei mehreren, denn für sie ist die Teilnahme komplett kostenlos.

Direktspenden wollen die Plattform-Betreiber aber nicht ersetzen, eher das Spendenaufkommen ergänzen und kleineren, lokalen Projekten zuführen. Den größten Teil der 5,5 Milliarden Euro privater Geldspenden in 2015 (Statista) haben nämlich in erster Linie große internationale Organisationen erhalten.

PRESSEINFORMATION

Über Bildungsspender.de

Bildungsspender.de gibt es bereits seit 2009. Das Portal mit Sitz in Berlin ist mit insgesamt 7.000 sozialen Projekten und über fünf Millionen Euro generierten Zuwendung seit Gründung derzeit der größte Anbieter auf dem Markt. Bei Bildungsspender.de erhalten die Projekte 90 Prozent der erzielten Spenden. Am erfolgreichsten sammeln konnte hier die Sisyphos Gesellschaft aus Berlin, insgesamt rund 45.000 Euro. Neben dem Charity-Shopping bietet Bildungsspender auch ein Direktspendenformular und einen Charity-SMS-Dienst (100 Prozent Weiterleitung) unter der Domain WeCanHelp.de an.

Über boost-project.de

Boost-Project.de wurde 2012 in Berlin gegründet. Bis heute hat das Unternehmen rund 1,4 Millionen Euro an Zuwendungen für 2.400 Projekte generiert. 10 Prozent der Prämien werden für den Betrieb der Plattform einbehalten. Bei boost-Project.de ist SUMA, eine Initiative der Universität Hannover, die sich mithilfe ihres Rechenzentrums für freie Zugänge im Internet einsetzt, mit bisher 62.000 Euro gesammelten Spenden am erfolgreichsten.

Über Gooding.de

Gooding.de wurde 2012 in Frankfurt gegründet und hat rund 5.300 gemeinnützige Organisationen angeschlossen. Der Käufer entscheidet über die Summe, mit der Gooding den Betrieb des Portals finanzieren kann; je nach Auswahl des Käufers werden 55 bis 100 Prozent der Prämien an gemeinnützige Organisationen weitergeleitet. Spendenaufkommen bis heute: 1,2 Millionen Euro. Mit über 20.000 Euro hat bisher am erfolgreichsten der Verein Ärzte gegen Tierversuche auf Gooding Spenden gesammelt.