

ERFA-TREFF ZÜRICH: «REGELMÄSSIGE SPENDEN HEUTE UND MORGEN»

Referent*innen:

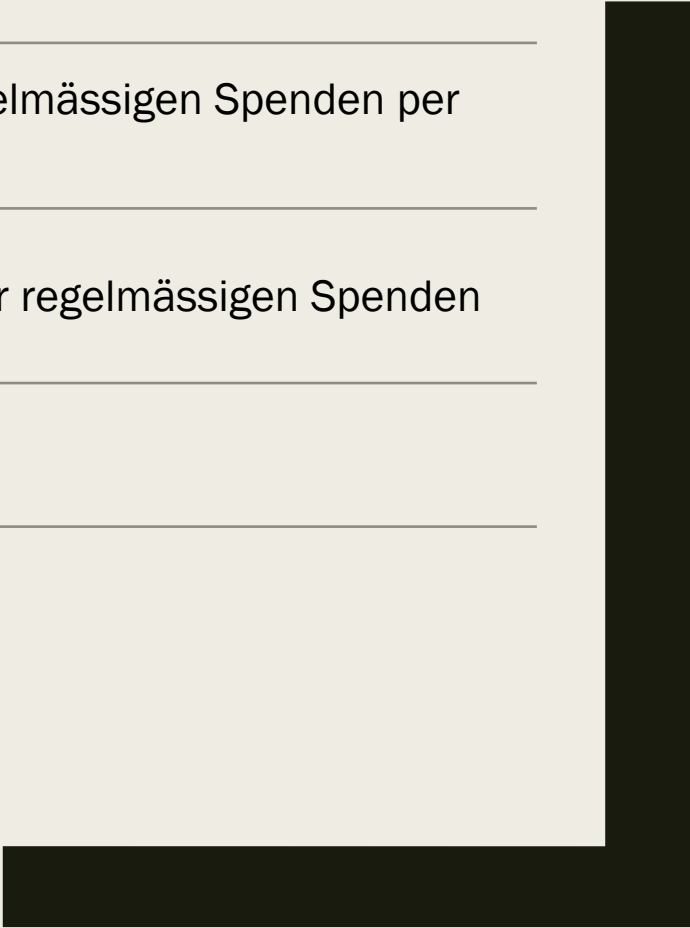
Sandra Steinemann, Direct Dialog & Telemarketing, Amnesty Schweiz

Baldwin Bakker, Geschäftsführer, Corris AG

23. September 2025

Agenda

- Einleitung und Ablösung LSV+
- Testkampagne mit Online Zahlungsmitteln:
TWINT recurring, Debit- und Kreditkarten
- Nachfolgelösungen LSV+
- Fazit
- Fragerunde und Diskussion

- 
- | | |
|---|---|
| 1 | Kurze Vorstellungsrunde |
| 2 | Bedeutung von regelmässigen Spenden per LSV+/DD |
| 3 | Wissenswertes über regelmässigen Spenden |
| 4 | Ablösung LSV+ |
- 

EINLEITUNG

Referent*innen



Sandra Steinemann



Baldwin Bakker (Lic. rer. pol.)

Bedeutung von regelmässigen Spenden

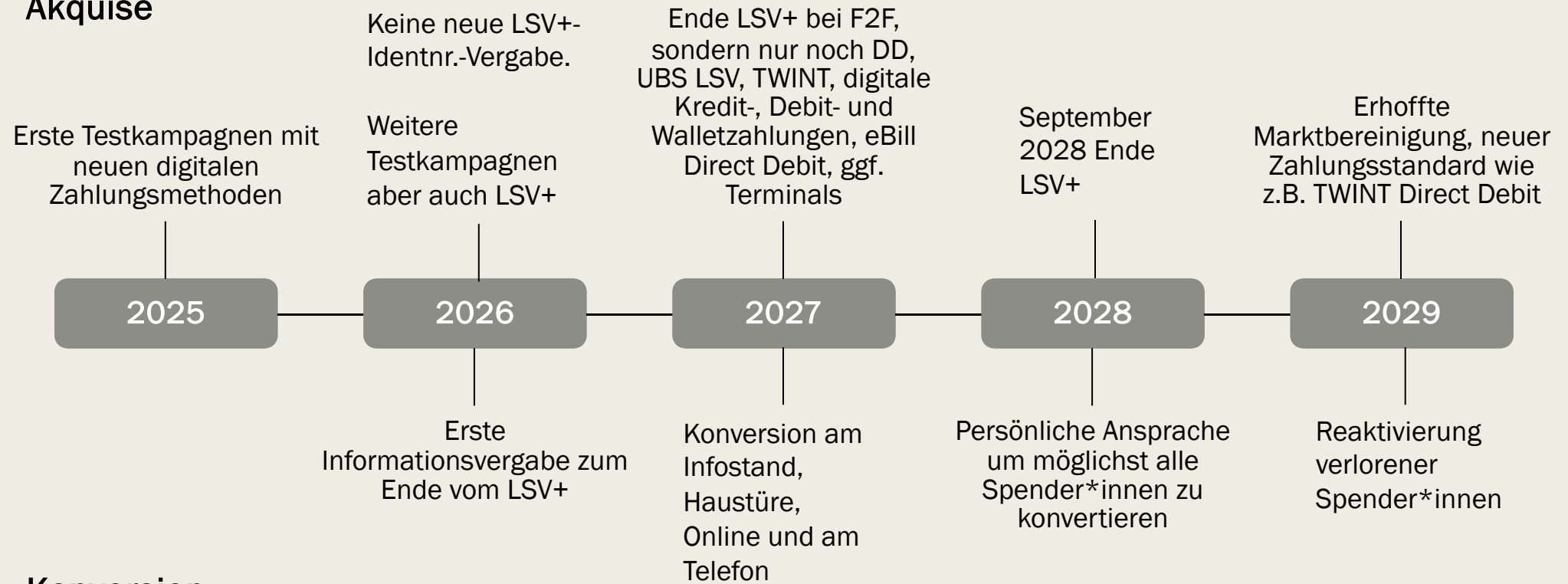
- Seit 30 Jahren regelmässige Spenden per LSV+/DD
- Akquise via Infostand, Haustürwerbung, Online und am Telefon
- Ca. 50 NPOs fundraisen mit F2F
- Jährliches Spendenvolumen LSV+/DD : ca. 200 - 300 Mio. CHF
- Break-even nach ca. 2 Jahren
- LSV+/-/DD-Spender*innen sind sehr treu = stabile, skalierbare Einnahmen
- Upgrade- und Reaktivierungskampagnen möglich
- analoges Verfahren (Unterschrift, Kündigung bei NPO/Bank)

Wissenswertes über regelmässige Spenden

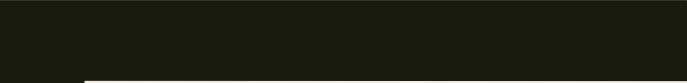
- **Ältere Spender*innen:** treu, engagiert = höhere life time value
- **Jüngere Spender*innen:** rasche Zu- und Absage, hohe Beiträge = tiefere life time value
- **Ideal:** zw. 30- und 50-jährig
- **Beitragshöhe und Frequenz** spielen eine wesentliche Rolle
- **Sofortstornos**, also kein Spendeneingang nach Abschluss, sind stabil, variieren je nach Organisation stark.
- **Kündigungsgründe LSV+/DD:**
finanzielle Gründe und Missverständnisse
- **Trend:** Shift von monatlichen zu jährlichen Spenden
- **Trend:** Shift zu tieferen Beiträgen und dafür mehr Abschlüsse

Roadmap LSV+ Ablösung

Akquise



Konversion



1 Kampagnensetup

2 Bruttoresultate

3 Nettoresultate

4 TWINT recurring aus verschiedenen
Perspektiven

5 Herausforderungen & Learnings



TESTKAMPAGNE
MIT TWINT
RECURRING,
KREDIT- UND
DEBITKARTEN

Kampagnensetup

- KW 27-29
- 70 MAT in der Romandie
- Optimales Set Up
- Neuer Standauftritt mit einer Stickerwand
- **Fokus** auf TWINT recurring sowie Kredit- und Debitkarten
- Klassische Spendenprodukte
- Reguläre Schulung und Coaching dafür intensiveres Controlling vor Ort
- klassische Werbematerialien aber neue Welcome Journey
- Kein A/B-Test





IMPRESSIONEN

Brutto Resultate

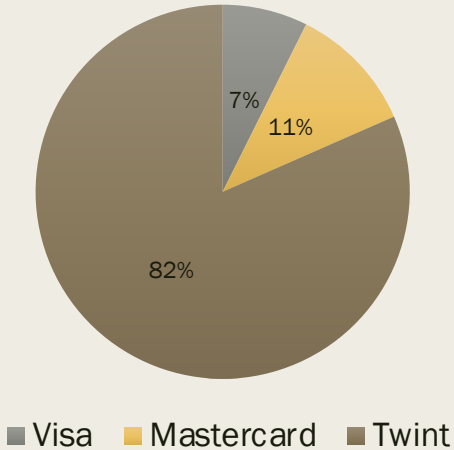
- Bruttoabschlüsse: 231 vs. Nettoabschlüsse: 186
- Jahresbeitrag um 29 % gesteigert
- Höhere Durchschnittsspende 222 CHF
- 100% Erstzahlungen, keine Sofortstornos oder Widersprüche*
- Keine Reklamationen bzgl. Bezahlungsmethode
- Hohe Akzeptanz bei Dialoger*innen und potenziellen Spender*innen

*sofern die Technik funktioniert

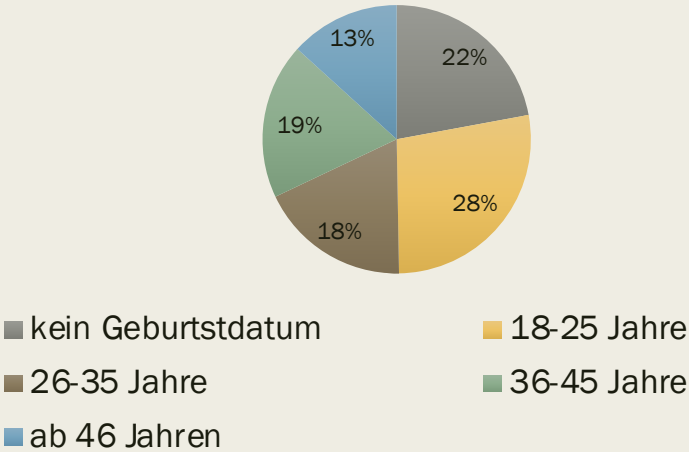
Netto Resultate

Zahlungsmittel	Intervall	Total Verträge	Aktive Verträge	Inaktive Verträge	Stornoquote
Twint		152	97	55	36%
	monatlich	58	29	29	50%
	vierteljährlich	3	2	1	33%
	halbjährlich	78	56	22	28%
	jährlich	13	10	3	23%
Kredit-/Debitkarte		34	17	17	50%
	monatlich	12	3	9	75%
	vierteljährlich	3	2	1	33%
	halbjährlich	15	9	6	40%
	jährlich	4	3	1	25%
Total Verträge		186	114	72	39%

Zahlungsmittel



Storno nach Alter



TWINT recurring aus verschiedenen Perspektiven

	BEKANNTHEIT	ADMINISTRATION	FLEXIBILITÄT	BINDUNG
	• TWINT bekannt (6 Mio. Nutzer*innen) • TWINT recurring unbekannt	• Regelmässige Spende, • Zahlungsprozess unkompliziert • einsehbar in der App	• Keine personalisierten Änderungen z.B Betrag, Intervall • Pausierung nicht möglich	• Kündigung per Knopfdruck • Pop-Up bei jeder Belastung • standardisierte E-Mails von Raise Now
	• Low-level Angebot auf der Webseite	• Technische Herausforderungen • Keine Echtzeitdaten • Kein Upgrade oder Reaktivierung	• wenig Flexibilität • vorgegebener Einzugsprozess und Kommunikation via Raise Now und Twint	• Bindung ausschliesslich ausserhalb der App möglich
	• Neuer Ansatz	• Viele neue Prozesse -> eine Blackbox • Technik und Datenflüsse kompliziert • Reichlich Erfahrung gesammelt	• Keine Flexibilität. TWINT und RaiseNow geben Einzugsprozess vor.	• Bindung nur über gutes erklärendes Gespräch, sowie hochwertige Unterlagen am Infostand

Fehlende Bekanntheit	TWINT ist bekannt aber die regelmässige TWINT-Zahlung nicht.
Einfache Kündigung	Automatisierte und standardisierte E-Mail (Raise Now) sowie PopUp (Twint) vor und bei jeder Abbuchung. Per Knopfdruck und ohne Kontaktaufnahme mit der NPO
Technik	Komplett unterschiedliches SetUp zwischen einmaliger und regelmässiger Spende Subscriptions sind wesentlich komplizierter im Setup und in der Verwaltung.
Kommunikation	Dialog und Onboardingprozess muss neu überdacht werden. Bindung essenziell. Fokus auf dem Community-Gefühl
Controlling	Brutto ist nicht gleich Netto. Falsche Buchungen oder Prozesse, die ins Leere laufen, werden erst mit der Zeit sichtbar. Aufwändiges Controlling auf allen Ebenen

Herausforderungen

TWINT recurring ist kein LSV+ Ersatz	Schwächen aus der Sicht von Agenturen und NPOs.
Technik intensiver testen	Learnings unter Realbedingungen sind teuer. Investition in umfassendes Testing vor Kampagnenbeginn im geschützten Rahmen.
Debitkarten sind ungeeignet	Funktioniert nur, wenn die Banken/Viseca-App installiert und die Karten aktiviert sind.
Prepaid ist praktisch unmöglich	Kredit-/Debit und Twint auf Prepaid-Basis sind nicht zielführend.
Kreditkarten mit Ablaufdatum	RaiseNow, Payrex etc. bieten keine tokenbasierte Abbuchungen an. Nur STRIPE eignet sich für regelmässige Kreditkartenzahlungen.
Testen, testen, testen	Digitale regelmässige Zahlungen erfordern ein Umdenken auf vielen Ebenen. Geschützt und mit klarem Ziel testen. Nicht zu viel auf einmal.

Learnings

Konkrete Tipps und Tricks für Testkampagnen

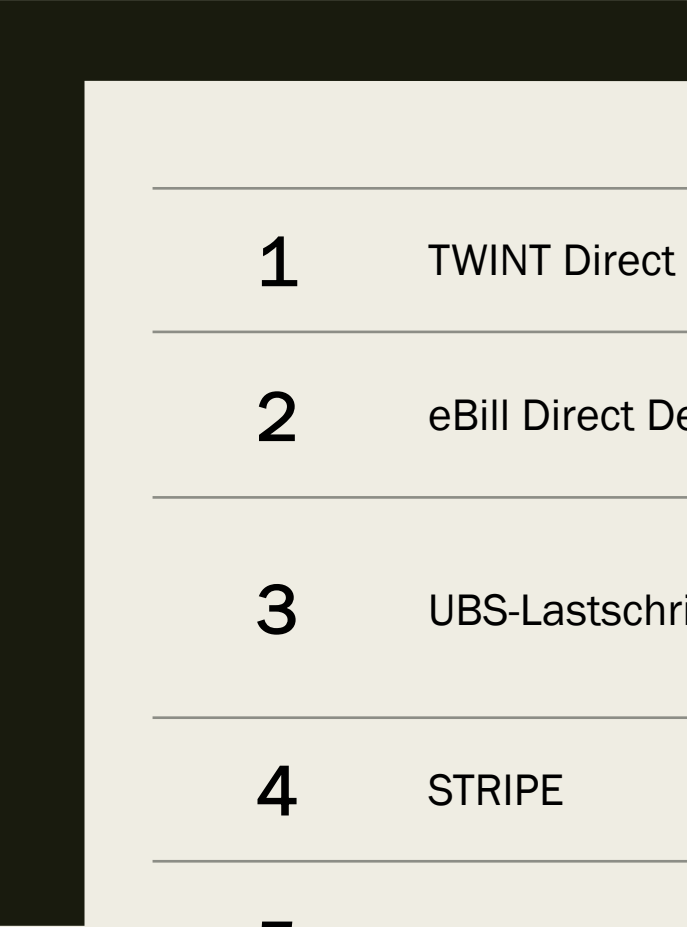
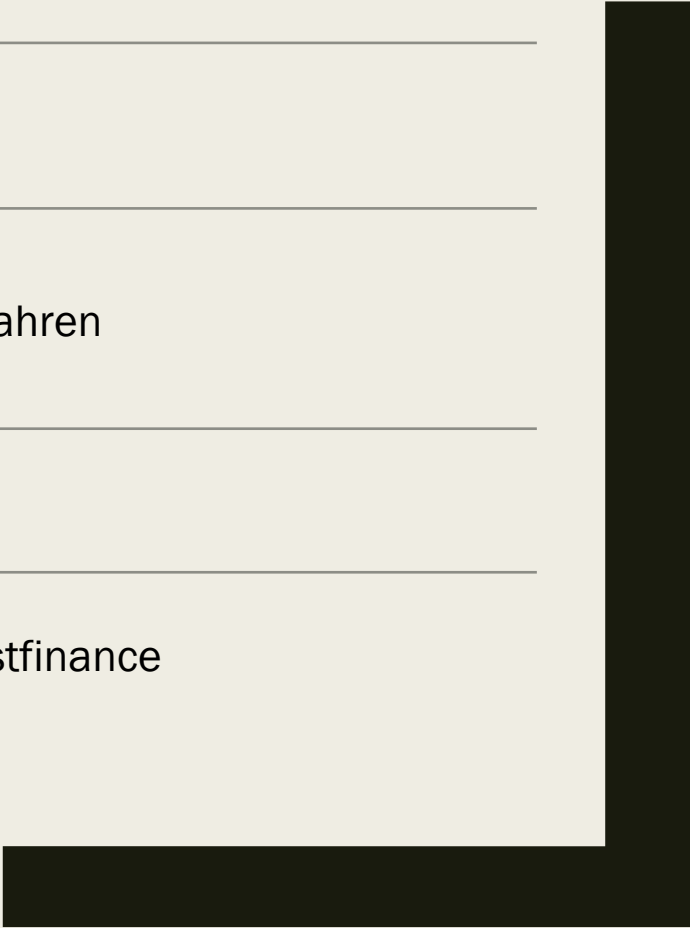
Risiken minimieren:

- Das Spendeverhalten von TWINT recurring Spender*innen ist relativ **unbekannt**. Es braucht intensivere Kommunikation zur Bindung, ggf. Soz. Medien einbauen und nicht all- in gehen.

TWINT recurring als ergänzende Übergangslösung, bis TWINT Direct Debit eingeführt wird.

Bestes Test-Setup im Moment:

- **Präsentation anpassen:** Spender*innen sollen positive Statements abgeben über regelmässige Spenden.
- **Dialog anpassen:** Regelmässigkeit genau erklären, Nachhaltigkeit herausheben.
- **Abwicklung und Methode erklären:** TWINT recurring sehr genau erklären.
- **Zahlungsmethode:** TWINT recurring als alternative Zahlungsmethode anbieten, LSV beibehalten.
- **Zahlungsintervall:** Jährlich bevorzugt (sichere Erstspende und einfachere Kommunikation)
- **Betrag:** Angepasst an das Alter/Budget der Spender*innen
- **Schriftliche Unterlagen:** Infos zu Regelmässigkeit, Nachhaltigkeit und Ablauf mitgeben.
- **Sattelfestes Onboarding:** Welcomecalls, SMS, E-mail, etc. je persönlicher desto besser.
- **Renewall:** Debit in 12 Monate absichern durch gute Kommunikation vor Belastung.

- 
- | | |
|---|------------------------------|
| 1 | TWINT Direct Debit |
| 2 | eBill Direct Debit |
| 3 | UBS-Lastschriftverfahren |
| 4 | STRIPE |
| 5 | Direct Debit der Postfinance |
- 

NACHFOLGE-
LÖSUNGEN
LSV+



TWINT Direct Debit

Die grosse Banken wie UBS, ZKB, Raiffeisen haben sich zum Ziel gesetzt einen würdigen LSV+ Nachfolger zu erstellen.

- Soundingboard und ein erstes Konzept erstellt
- Erster Prototyp soll im 2026 fertig sein.
Unklar ist die Dauer bis zur Einführung.
- TWINT im Austausch mit NPOs um Bedürfnisse abzuholen

Erfolgchancen : hoch

TWINT sehr beliebt (6 Mio. Nutzer*innen) ist. Grossbanken haben die nötige Power und die Übernahme aller LSV+ ist ein Gewinn für Alle.



eBill Direct Debit

Die SIX möchte das LSV+ durch eBill Direct Debit ersetzen.

- eBill gewinnt jedes Jahr Marktanteile
- eBill donations ist bereits eine funktionierende Lösung zur Generierung einmaliger Spenden.
- Die SIX hat die Power neue Zahlungsmethoden zu etablieren.

Erfolgchancen: Mittel

Keine flächendeckende Einführung. Jede Bank entscheidet für sich und kann bestimmen, ob digitale oder analog.



UBS-Lastschriftverfahren

UBS führt das Lastschriftverfahren weiter mit der eigenen Infrastruktur.

- Bestehende LSV+ bei der UBS verlieren keine Gültigkeit mit dem Ende des LSV+
- Das neue Lastschriftverfahren wird digital
- NPOs brauchen ein UBS-Konto
- UBS hat die Power neue Zahlungsmethoden zu etablieren.

Erfolgschancen:

Hoch für bestehende UBS-Kund*innen.

Mittel für neue Kund*innen: unklar ob sich das neue Lastschriftverfahren der UBS am Markt generell durchsetzen kann.

The Stripe logo is displayed in white lowercase letters on a solid blue square background.

STRIPE

Stripe ist ein renommierter Zahlungsprovider im Internet.

- regelmässige Spenden über Debit-, Kreditkarten, sowie Googlepay und Applepay
- bietet Terminals an
- erlaubt eine hohe Individualisierung in der Administration und Kommunikation
- Die Subscriptions von Stripe sind tokenbasiert, also unabhängig von der Kartendauer.

Erfolgchancen: Hoch

Erfolg im ausländischen Spendenmarkt aber Stripe hat hohe Gebühren.



Direct Debit der Postfinance

Die Postfinance führt das eigene Direct Debit- Verfahren weiter.

- DD Verträge bleiben auch nach 2025 bestehen.
- Das neue DD wird analog und digital
- NPOs brauchen ein Postfinance Konto
- Die Postfinance hat die Power neue Zahlungsmethoden zu etablieren.

Erfolgschancen:

Hoch für bestehende Postfinance-Kund*innen.

Mittel für neue Kund*innen; unklar ob neue Postfinancekunden wegen dem Wegfall vom LSV+ gewonnen werden.

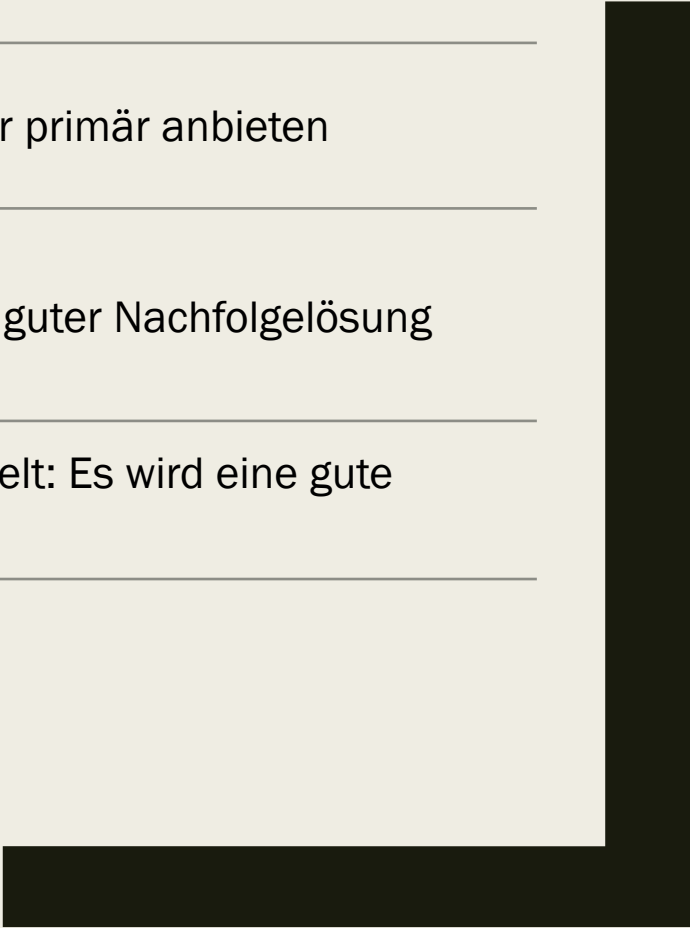
- 
-
- 1 TWINT recurring mit Vorsicht testen

 - 2 LSV+ in 2026 weiter primär anbieten

 - 3 Konversion erst bei guter Nachfolgelösung

 - 4 Der Wettbewerb spielt: Es wird eine gute Lösung kommen!

FAZIT



Fragerunde & Diskussion

Danke für Eure Aufmerksamkeit

Wir stehen Euch gerne für Fragen zur Verfügung, auch nach dieser Veranstaltung:

ssteinemann@amnesty.ch

baldwin.bakker@corris.com