

# Spenderbetreuung mit PeopleSoft CRM & OBIEE

Jens Barthen

Evangelisches Werk für Diakonie und Entwicklung e.V.  
Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst  
Berlin

## Schlüsselworte

Spenden, Kommunikation, Bindung, Fundraising, NGO, Brot für die Welt, Diakonie Katastrophenhilfe, Datenqualität, Peoplesoft, Oracle Business Intelligence Enterprise Edition (OBIEE), SAP, kooperatives Fundraising

## Einleitung

In Deutschland gibt es zahlreiche spendensammelnde Organisationen. Dabei ist das auf dem deutschen Spendenmarkt generierte Spendenvolumen relativ stabil. Zur Finanzierung der eigenen Arbeit ist ein immer größerer Teil von Organisationen auf das Fundraising angewiesen. Zur Unterstützung des Fundraisings werden in den Organisationen besonders konfigurierte CRM-Systeme genutzt.

Fundraising ist in erster Linie Beziehungsmanagement, und Beziehungen entstehen und bestehen nur zwischen Menschen und nicht zu einer Software. Auch Bindungen baut man eher zu Menschen auf als zu Maschinen. Daher ist Fundraising auch stets ein „Geschäft“ zwischen Menschen. Organisationen wie Brot für die Welt oder die Diakonie Katastrophenhilfe bilden dafür den entsprechenden Rahmen. Zur Unterstützung der eigenen Prozesse nutzen Brot für die Welt und Diakonie Katastrophenhilfe PeopleSoft von Oracle. Um PeopleSoft für das Fundraising nutzbar zu machen, erfolgten zahlreiche Modifikationen, die im Folgenden kurz vorgestellt werden.

## Die Diakonie

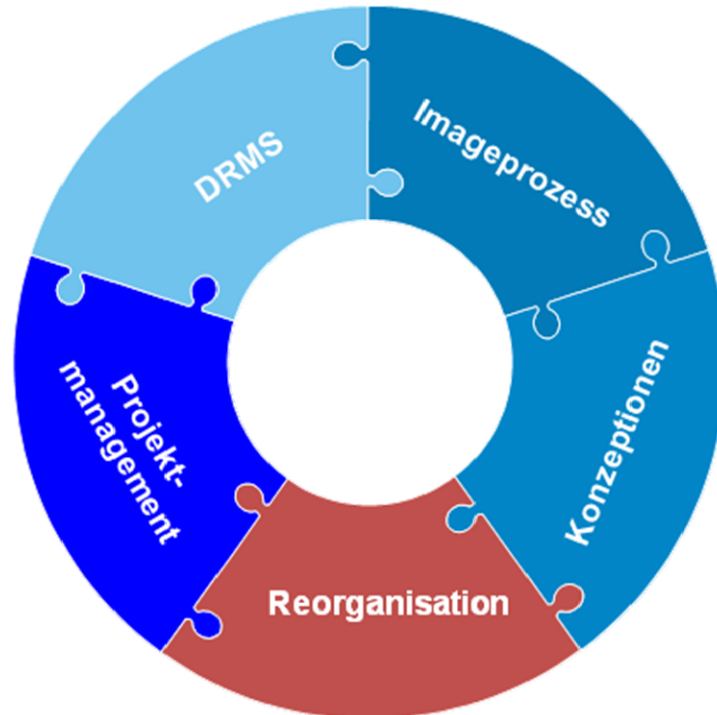
Die Diakonie ist einer der größten Arbeitgeber Deutschlands. Mit etwas mehr 450.000 Mitarbeitenden hat die Diakonie allein in Deutschland beinahe so viel Beschäftigte wie die Deutsche Post/DHL weltweit. Der Bundesverband der Diakonie fusionierte 2012 mit dem Evangelischen Entwicklungsdienst zum Evangelischen Werk für Diakonie und Entwicklung (EWDE). Zahlreiche Angebote der Diakonie können nur über Spenden finanziert werden. Dazu gehören u.a. Brot für die Welt und die Diakonie Katastrophenhilfe.

## Der deutsche Spendenmarkt

Der deutsche Spendenmarkt hat in etwa ein Volumen von 4 Mrd. EUR jährlich. Allerdings hat er sich in letzter Zeit massiv verändert. Die traditionellen Spendenorganisationen geraten zunehmend unter Druck durch zahlreiche neue Akteure aus dem In- und Ausland. Die Gründe sind vielfältig. So zieht sich der Staat aufgrund klammer Kassen aus zahlreichen Finanzierungen von kultureller und sozialer Arbeit zurück. Die Ausgaben von Privatpersonen für die Lebenshaltung und vor allem für die eigene private Altersvorsorge steigen. Hinzu kommt der kulturell-soziale Wandel mit individuell abnehmendem Bindungswillen und sinkenden Mitgliedszahlen der großen Kirchen. Aufgrund der wirtschaftlichen Lage ist der deutsche Spendenmarkt auch für ausländische Organisationen interessant.

### **Die Situation bei Brot für die Welt und Diakonie Katastrophenhilfe**

Nach Jahren des Wachstums war bei Brot für die Welt eine Stagnation des Spendenvolumens zu verzeichnen. Die Analyse der Marktsituation führte zu einem kompletten Umbau der Marketingorganisation. In einem Imageprozess wurden die Kommunikationsziele neu definiert, Marketingkonzepte zielgruppenspezifisch entwickelt und die Aufbauorganisation den Zielen angepasst. Zudem wurde ein CRM-Projekt gestartet, um die neuen Prozesse zu unterstützen. Im Gegensatz zum Profitbereich wurde das C von Customer mit einem D von Donor getauscht. Daher der Name Donor-Relationship-Mangement-System (DRMS).



**Abb. 1: Ganzheitlicher Prozess**

Das EWDE betreibt in erster Linie klassisches Fundraising über Direktmarketing. Hinzu kommen Stiftungs-, Firmen-, Bußgeld- und Erbschaftsmarketing. Brot für die Welt unterhält zudem auch eine eigene Stiftung.

Ein besonders Problem bei der Sicherstellung von Datenqualität ist der Spendenprozess selbst. Jeder Mensch kann an jede beliebige Organisation spenden, ohne seine Adresse zu hinterlassen. Bei Beträgen bis 200,- EUR kann man diese Spende sogar ohne Spendenquittung und nur unter Vorlage des Einzahlungsbelegs und des Bankauszugs von der Einkommenssteuer absetzen. Dadurch hat man in solchen Projekten in der Regel unvollständige Adressdaten.

### **Die Ziele des Projektes**

Mit dem CRM-Projekt sollten innerbetriebliche Personalressourcen umgeschichtet, die Spendergewinnung und die Spenderbindung verbessert, das Einnahmenvolumen gesteigert und die Kosten reduziert werden.

### **Die Ausschreibung**

Die beschränkte Ausschreibung auf Basis eines Fachkonzeptes ging an 28 Anbieter, 22 gaben ein Angebot ab. Nach Inhouse-Präsentationen und Referenzkundenbesuchen fiel die Entscheidung auf PeopleSoft (als Branchenlösung für Kommunikationsunternehmen) mit OBIEE und auf T-Systems als Implementierer. Der von Oracle zugesicherte Long-Term-Support für PeopleSoft stützte diese Entscheidung.

### **Die Systemlandschaft**

Als ERP-System für Finanzbuchhaltung und Kostenrechnung dient SAP. Die Spendenbuchhaltung, deren Daten (Adressen, Spenden, bestimmte Merkmale) mit dem PeopleSoft-System synchronisiert werden, ist als Nebenbuchhaltung Teil der Finanzbuchhaltung. Für die Sicherung der Datenqualität wird in beiden Systemen der Dataquality-Server der Fa. Omikron eingesetzt. Für die E-Mail-Kommunikation wird der Exchange-Server verwendet.

### **Die Peoplesoft-Tools**

PeopleSoft ist eine sehr leistungsfähige und flexible CRM-Lösung mit zahlreichen Möglichkeiten, aber auch einigen gravierenden Nachteilen, die mitunter erst bei der Nutzung des Systems auffallen. Diese Nachteile können zwar nahezu vollständig durch die hohe Anpassbarkeit des Systems kompensiert werden, erhöhen aber die Projektkosten.

#### **Adressmanagement**

Das Adressmanagement von PeopleSoft ermöglicht das Speichern von diversen Adressen pro Kontakt, auch mit unterschiedlichen Laufzeiten. Bei Firmen und Organisationen können unbegrenzt viele Kontaktpersonen hinterlegt werden. Adressen und Personen können in vielfältiger Weise in Beziehung zueinander gesetzt werden. Ärgerlich ist das viel zu kurze Feld für den Firmennamen im Standard.

Im Rahmen des Adressmanagements nutzen wir als Third-Party-Tool den DataQuality-Server der Fa. Omikron für die Dublettenprüfung, die Syntaxprüfung von E-Mail-Adressen und die Telefonnummernnormierung. Zur Steigerung der Effizienz bei der Suche nach Kontakten nutzen wir zusätzlich die „Fehlertolerante Suche“ des DQ-Servers der Fa. Omikron.

#### **Kontaktübersicht: 360°-Ansicht**

Die 360°-Ansicht ist die zentrale Navigation zu allen relevanten Informationen einer Kontaktperson oder einem Spender. Im Standard sind die Umsätze allerdings nur über die Rechnungskomponente einsehbar. Bis man zur eigentlichen Information gelangt, sind mehrere Klicks notwendig. Daher wurde diese Komponente durch eine Eigenentwicklung ersetzt.

#### **Erlösübersicht**

Da die Standard-Rechnungskomponente völlig unzureichend war, und eine marketingorientierte Komponente nicht zur PeopleSoft-Familie gehört, musste eine eigene Lösung entwickelt werden. Diese bietet jetzt neben der Auflistung aller Umsätze auch kleine grafische Auswertungen, die bei der Kommunikation mit Spendern genutzt werden können.

#### **Korrespondenzmanagement**

Nahezu alle öffentlichen Postfächer des Hauses werden durch das PeopleSoft-System abgefragt. Die E-Mails werden regelbasiert auf die einzelnen Postfächer und Arbeitslisten verteilt. Das Support-System kommt sehr häufig in Verbindung mit E-Mails zum Einsatz.

### **Datenschutzoptionen**

Im Gegensatz zu vielen anderen CRM-Lösungen verfügt PeopleSoft über Datenschutzoptionen, die den Kommunikationskanal berücksichtigen. Aber auch das genügt nicht den Anforderungen. Es wurde daher eine Komponente entwickelt, die es ermöglicht, Datenschutzoptionen markenspezifisch, kanalspezifisch und produktspezifisch zu steuern.

Eine Komponente dabei sind s.g. „Installierte Produkte“. Hier wurde der PeopleSoft-Standard zur Verwaltung technischer Komponenten zur Verwaltung von Mailingprodukten und anderen Printerzeugnissen genutzt.

### **Kampagnenmanagement / Aktionsplanung**

Kampagnenmanagement und Aktionen folgen beim Prozess dem Standard. Allerdings hat Oracle ein CRM-Tool im Portfolio, das die getätigten Umsätze bei der Kampagnenplanung und der Zielgruppenselektion über den Zielgruppen-Assistenten nicht berücksichtigt. Dies wäre lediglich über PeopleSoft Query zu erreichen. Daher wurde eine zusätzliche Komponente entwickelt, die es ermöglicht, diverse umsatzbezogene Merkmale in die Selektionen einfließen zu lassen.

### **Eventmanagement**

Veranstaltungen diverser Art dienen der Kommunikation mit Spenderinnen und Spendern und sind wichtiger Teil des Marketings. Hier werden die Standardfunktionen von PeopleSoft genutzt.

### **Sales**

In der Kommunikation mit Großspendern (Privatpersonen, Firmen, Stiftungen, kirchlichen und diakonischen Einrichtungen) finden vergleichbare Prozesse wie im B2B-Marketing statt. Betreuungspläne bilden dabei die Grundlage für eine effiziente Kommunikation. Hier unterstützen die Standardprozesse von PeopleSoft im ausreichenden Maße.

### **Vertragsmanagement**

Brot für die Welt schließt mit Unternehmen zahlreiche Verträge über Kooperationen oder zur Nutzung der Wort-Bild-Marke Brot für die Welt im Rahmen einer Lizenz ab. Diese Verträge sind ebenfalls im CRM-System hinterlegt, unterliegen aber vor Speicherung im System einem Freigabeprozess mit der juristischen Abteilung des Hauses. So ist sichergestellt, dass nur eine autorisierte Fassung Eingang ins System findet.

### **Auswertungen**

Für Auswertung und Reporting kommen PeopleSoft-Query und die Oracle Business Intelligence Enterprise Edition zur Anwendung. Abfragen mit PeopleSoft-Query werden auch bei der Definition von Zielgruppen im Kampagnenmanagement eingesetzt.

Ein besonders schönes Feature stellen s.g. Drilling-URLs dar. Hier kann man aus Reports auf bestimmte Seiten im PeopleSoft-System abspringen. Diese lassen sich beispielsweise zur Bereinigung und Pflege von Kontakten nutzen.

Die traditionellen Auswertungen über Gesamtumsätze oder den Erfolg von Kampagnen erfolgen mit der Oracle Business Intelligence Enterprise Edition. Da auch dieses Tool webbasiert ist, können die Ergebnisse der Auswertungen leicht verteilt und somit auch Landesverbänden oder Niederlassungen zur Verfügung gestellt werden.

### **Besondere berechnete Werte**

Für die „Klassifizierung“ von Spenderinnen und Spendern nach deren Spendenverhalten werden PeopleSoft-Funktionen und die Oracle Business Intelligence Enterprise Edition genutzt. So wird auf Basis der Häufigkeit nach Erstspendern, Mehrfachspendern und Dauerspendern unterschieden. Spendenvolumina bilden zusätzliche Kategorien. Auch der Zeitraum seit der letzten Spende (Inter-Donation-Time) fließt in einen Aktivitätsindex ein und bildet dabei einen Indikator für einen „drohenden Verlust“ eines Spenders (Abwanderungsanalyse).

### **Landesverbände**

Im laufenden Jahr steht vor allem der Rollout auf die Landesverbände auf der Agenda. Dieses Vorhaben machte zusätzliche weitreichende Datenschutzvorkehrungen notwendig. Dies wurde durch die Einführung von Buchungssystemen und Buchungsbereichen realisiert. Die Erweiterung auf 21 Landesverbände stellt an Schulung und Administration des Systems erhöhte Anforderungen.

### **Wertschöpfung des Gesamtprojektes**

In den letzten Jahren ist es Brot für die Welt gelungen, den Umsatz nachhaltig zu steigern - absolut und auch relativ zum Wettbewerb. Zudem konnten die Responsequoten und die Durchschnittsspende erhöht werden. Die Zahl der Spender und der Spenden konnte allerdings noch nicht im erhofften Umfang gesteigert werden. Dies wird eine wichtige Aufgabe in den nächsten Jahren bleiben.

Die Ermittlung des Beitrags einer einzelnen Komponente (siehe Abb. 1) zur Steigerung der Wertschöpfung ist im Grunde nicht möglich. Das CRM-Projekt hat aber sicherlich einen entscheidenden Beitrag geleistet. Durch das Projekt wurde trotz Erhöhung der Userzahlen die Datenqualität verbessert und die Streuverluste sanken. Die Selektionsmöglichkeiten haben sich um ein Vielfaches erhöht. Die Kampagnensteuerung ist dadurch viel feiner geworden. Zusätzlich konnte die Einschaltung externer Dienstleister zur Adressverarbeitung deutlich verringert werden.

Der sichtbarste Effekt ist in der Einsparung von Arbeitszeit zu sehen, der mit einer zentralen Ablage von Vorgängen verbunden ist.

### **Kontaktadresse:**

Jens Barthen  
Evangelisches Werk für Diakonie und Entwicklung e.V.  
Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst  
Caroline-Michaelis-Str. 1  
D-10115 Berlin

Telefon: +49 (0) 30-65211 1207  
Fax: +49 (0) 30-65211 3207  
E-Mail: [jens.barthen@brot-fuer-die-welt.de](mailto:jens.barthen@brot-fuer-die-welt.de)  
[Jens.barthen@diakonie-katastrophenhilfe.de](mailto:Jens.barthen@diakonie-katastrophenhilfe.de)  
Internet: [www.brot-fuer-die-welt.de](http://www.brot-fuer-die-welt.de)  
[www.diakonie-katastrophenhilfe.de](http://www.diakonie-katastrophenhilfe.de)