

Herzlich Willkommen
zum Workshop

~~Fundraising - Prinzipien~~

nur heute

~~JETZT DABEI SEIN!~~

Gemeinsame Evaluation
& Neuerarbeitung



Wikimedia Deutschland

Berlin  - 9.9.23

mit

Wiebke
Witt



Was hier heute passiert...



Operationalisierung & erste Ideen fürs Schriftliche (in Gruppen)

Wie geht es weiter?
Was? | Wer? | Wann?

Check-out & Verabschiedung

Gemeinsame Diskussion & Zusammenfassung

Erste Reflexion im Gallery-Walk

Mittag 13.00

Orientierung
Rahmen
check-in

Rahmenbedingungen
Bannerkampagne
& aktuelle FHN
Prinzipien


Ankunft
& Begrüßung

Rahmen des Gelingens

Welche Vereinbarungen zur Zusammenarbeit (heute, hier) wollt ihr treffen?

Chatham house rules

(ich darf alles sagen, es darf auch nach außen ohne Zuordnung / Personalisierung)

in Diskussionen mit  zeichen arbeiten

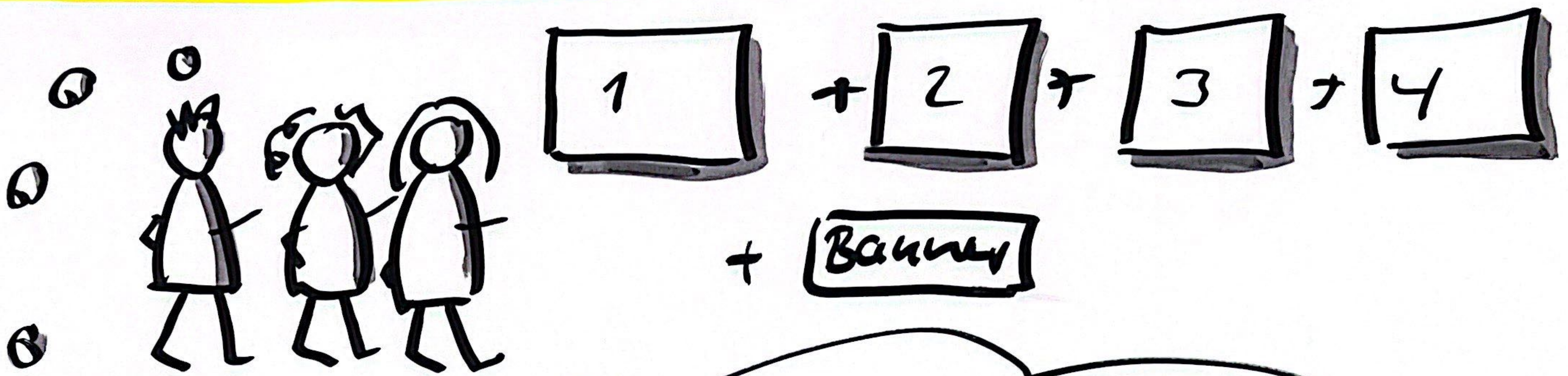
Wir gehen respektvoll miteinander um





Wir teilen uns die Verantwortung für die Qualität

Wir bitten um das, was wir brauchen & geben was wir können

Gallery-Walk

Fundraising Prinzipien



- Was gefällt mir gut? 
- Was kann verbessert werden? 
- Was fehlt noch? 
- Wo habe ich eine Frage? 

Schaut euch zu dritt die Prinzipien an, tauscht euch aus und hinterlasst die passenden Symbole.

⌚ ca. 7 min. pro Prinzip

Ideen für neue Prinzipien ...



Spendende für
Community &
Veren aktivieren



„beschäftigen“ konkretisieren

zu Prinzip 1

- Wir führen seitdem sehr kontinuierlich Projekte im Bereich User Experience durch und überprüfen, wie unsere Spendenbanner wahrgenommen werden und was für Optimierungsmöglichkeiten bestehen.
- Wir sind im ständigen Austausch mit unserem Kollegen Benutzer:DerHexer und treffen uns während der Bannerkampagne in einem wöchentlichen Austausch-Termin zu Community-Feedback und Bannerdesigns.


nur der Banner oder auch seit



1. Wir (Wikimedia Deutschland) beschäftigen uns mit den Perspektiven der Spenderinnen und Spender, Leserinnen und Leser und der Community und berücksichtigen diese in unserem Handeln.

bei Community auf Funktionen eingehen:
 Autor*innen ~~?~~?
 oder Editierende

 Usability-Ergebnisse share teilen

 PANEL CA

Fundraising-Portal
 erhöhen (in Österreich)

 LESER VERHALTENS STATISTIKEN

 Was ist mit „Perspektiven“ genau gemeint?

Welche Community ist gemeint

+1
 dt.?
 aktiv?

2. Wir verpflichten uns, bei der Gestaltung und technischen Umsetzung der Kampagne das Lese- und Mitmach-Erlebnis in der Wikipedia durchgängig zu gewährleisten.



Nutzungs
erlebnis
(Lesen,
Mitmachen,
usw.)



zu Prinzip 2

- Wir trennen klar zwischen Wikipedia-Inhalten und den Spendenbannern. Spendenbanner befinden sich außerhalb der Wikipedia-Artikel.
- Wir blenden keine Spendenbanner ein, sollte durch das Einblenden dieser beim Aufrufen der Wikipedia das Wikipedia-Logo oder das Suchfeld nicht sichtbar sein.
- Wir haben Funktionalitäts-Tests für die Spendenbanner eingerichtet, womit z.B. das Deaktivieren des Banners über das X oder die Cookie-Setzung automatisch überprüft werden.
- Wir haben in den Spendenbannern für das mobile Design der Wikipedia den Bereich für die X-Funktionalität vergrößert, so dass man das Banner leichter wegklicken kann.



op 2
Wir stellen sicher, dass beim Einblenden der Banner das WP-Logo od. das Suchfeld sichtbar sind. →



Findet eine regelmäßige Überprüfung statt?



Wenn ja, sollte darüber geredet werden.

FUNZT
NICHT



+ Seiten
Titel

Respon
sivität

Klarere



Abgrenzung
zwischen Banner
und Artikel



Lieber keine Sticky-Banner
besser Top & Bottom



Prinzip
erwähnt bisher
nur WP

2. Wir verpflichten uns, bei der Gestaltung und technischen Umsetzung der Kampagne das Lese- und Mitmach-Erlebnis in der Wikipedia durchgängig zu gewährleisten.



Nutzungs
erlebnis
(Lesen,
Mitmachen,
usw.)



Findet eine regelmäßige Überprüfung statt?

Wenn ja, sollte darüber geredet werden.

zu Prinzip 2

- Wir trennen klar zwischen Wikipedia-Inhalten und den Spendenbannern. Spendenbanner befinden sich außerhalb der Wikipedia-Artikel.
- Wir blenden keine Spendenbanner ein, sollte durch das Einblenden dieser beim Aufrufen der Wikipedia das Wikipedia-Logo oder das Suchfeld nicht sichtbar sein.
- Wir haben Funktionalitäts-Tests für die Spendenbanner eingerichtet, womit z.B. das Deaktivieren des Banners über das X oder die Cookie-Setzung automatisch überprüft werden.
- Wir haben in den Spendenbannern für das mobile Design der Wikipedia den Bereich für die X-Funktionalität vergrößert, so dass man das Banner leichter wegklicken kann.



FUNZT NICHT

+ See Title

Respon
sivität

Klarere



Abgrenzung
zwischen Banner
und Artikel



Lieber keine Sticky-Banner
besser Top & Bottom



Prinzip
erwähnt bisher
nur WP



Prinzip
erwähnt bisher
nur WP

Wie wird Einhaltung der Prinzipien gemessen?

3. Reaktionen und eingeleitete Schritte zu Anfragen und Rückmeldungen (aus der Community und vom Support-Team) sind transparent und nachvollziehbar.



transparent

zu Prinzip 3

Wir informieren das Wikipedia Support-Team über den Start der Bannerkampagne und haben feste Ansprechpersonen festgehalten.



Wir haben eine Bugreporting-Vorlage erstellt, mit der man Fehlermeldungen an unser Fundraising-Tech-Team mitteilen kann.



Sind Community Mitglieder in der User Research inkludiert?



mehr Austausch außerhalb der Kampagne: sinnvoll / gewünscht!



Fester Commitment von WMDE zur On-Wiki Kommunikation

Anfragen & Reaktionen aus Community und Öffentlichkeit sind öffentlich nachvollziehbar

ebenso wie Konsequenzen & Reaktionen von WMDE darauf

Operative Durchführung im Dialog mit Community

4. Wir machen unsere Mittelverwendung im Rahmen des Online-Fundraisings öffentlich (unseren Spenderinnen und Spendern und Leserinnen und Lesern) transparent.

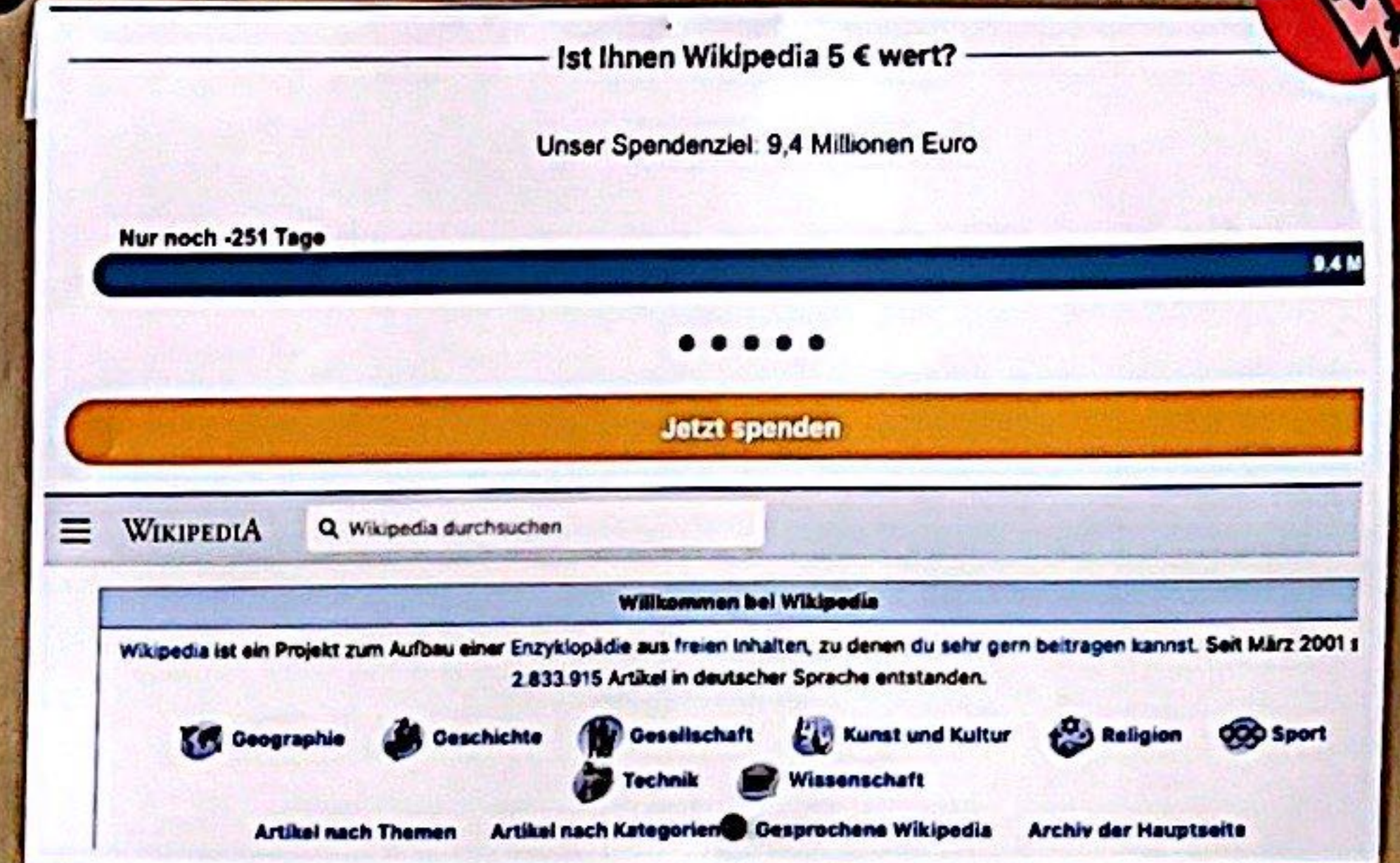
zu Prinzip 4

- Alle Spendenbanner verfügen über einen Link zum Aufrufen der Mittelverwendung, in der verständlich erläutert wird, was mit den Spenden passiert. Die Mittelverwendung wird in Form einer Lightbox angezeigt.
- Auf der Spendenseite ist stets eine Unterseite für die Mittelverwendung sichtbar.
- Die Mittelverwendung ist sowohl in deutscher als auch englischer Sprache vorhanden.

EMOBI

wird die Mittelverwendung verstanden?

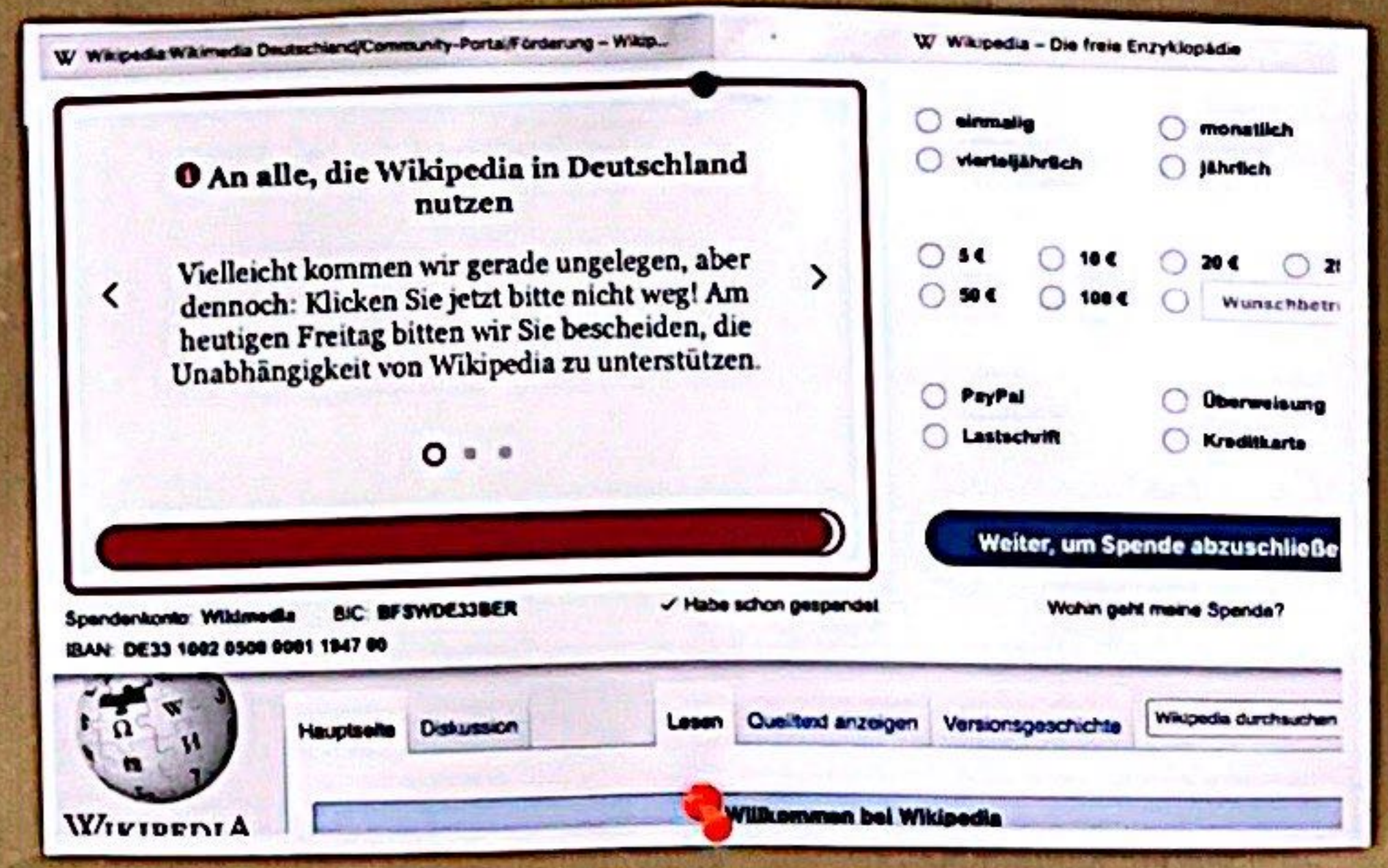
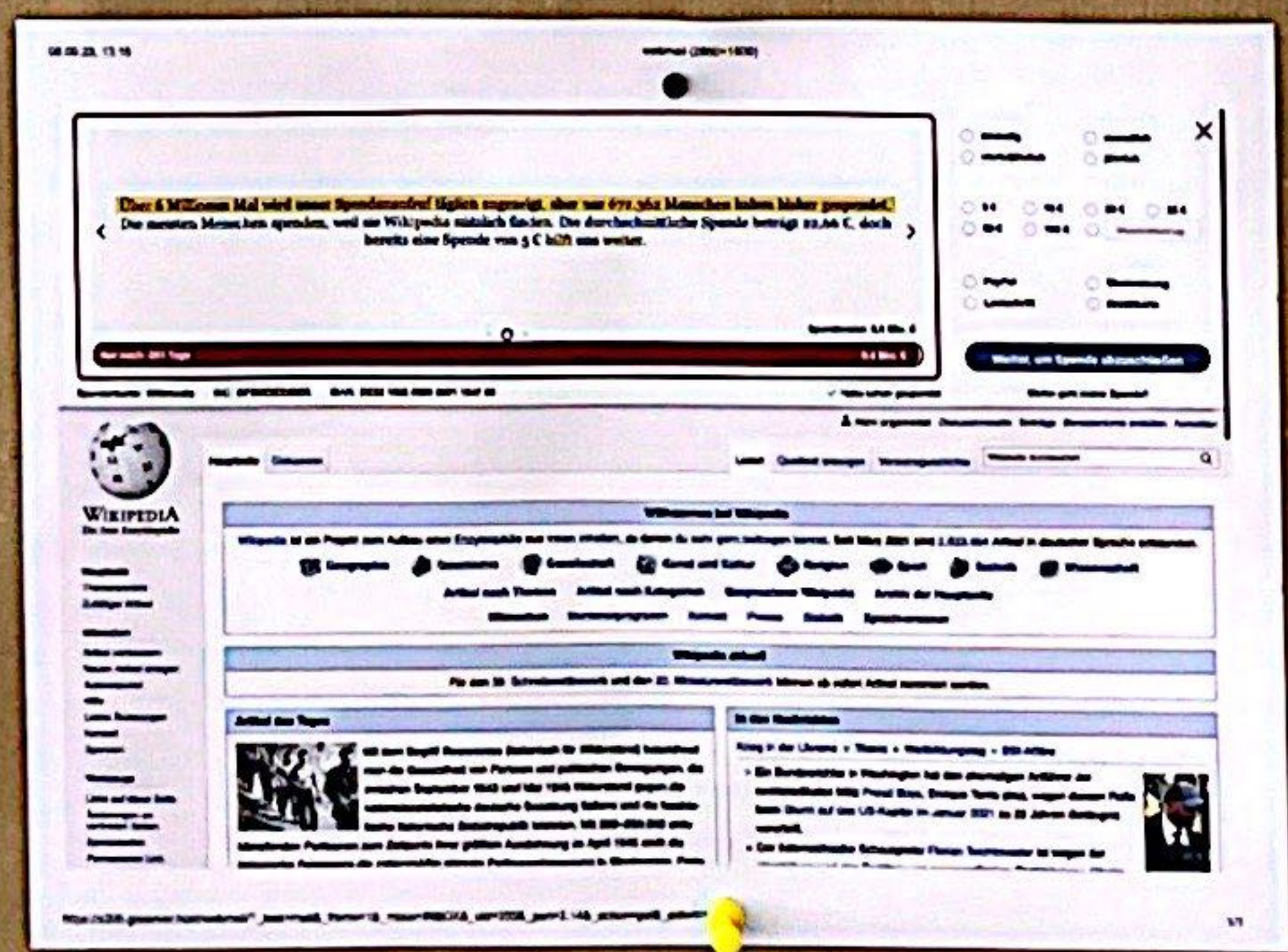
ultimativ



Auch im Mobilbannern „wofür sende ich“ sofort/1. Blick anbieten

Mittelverwendung als Begriff klar & die Ebenen „DE/WMF“ erkennbar?

Mittelverwendung Vergleichsdarstellung (Mrd.) gelungen?



Mittelverwendung on-wiki schöner darstellen (Bsp. Wiki-Seite Technische Wünsche)

statt „Wohin geht meine Spende?“ (24)
 „Was passiert mit meiner Spende?“ (31)

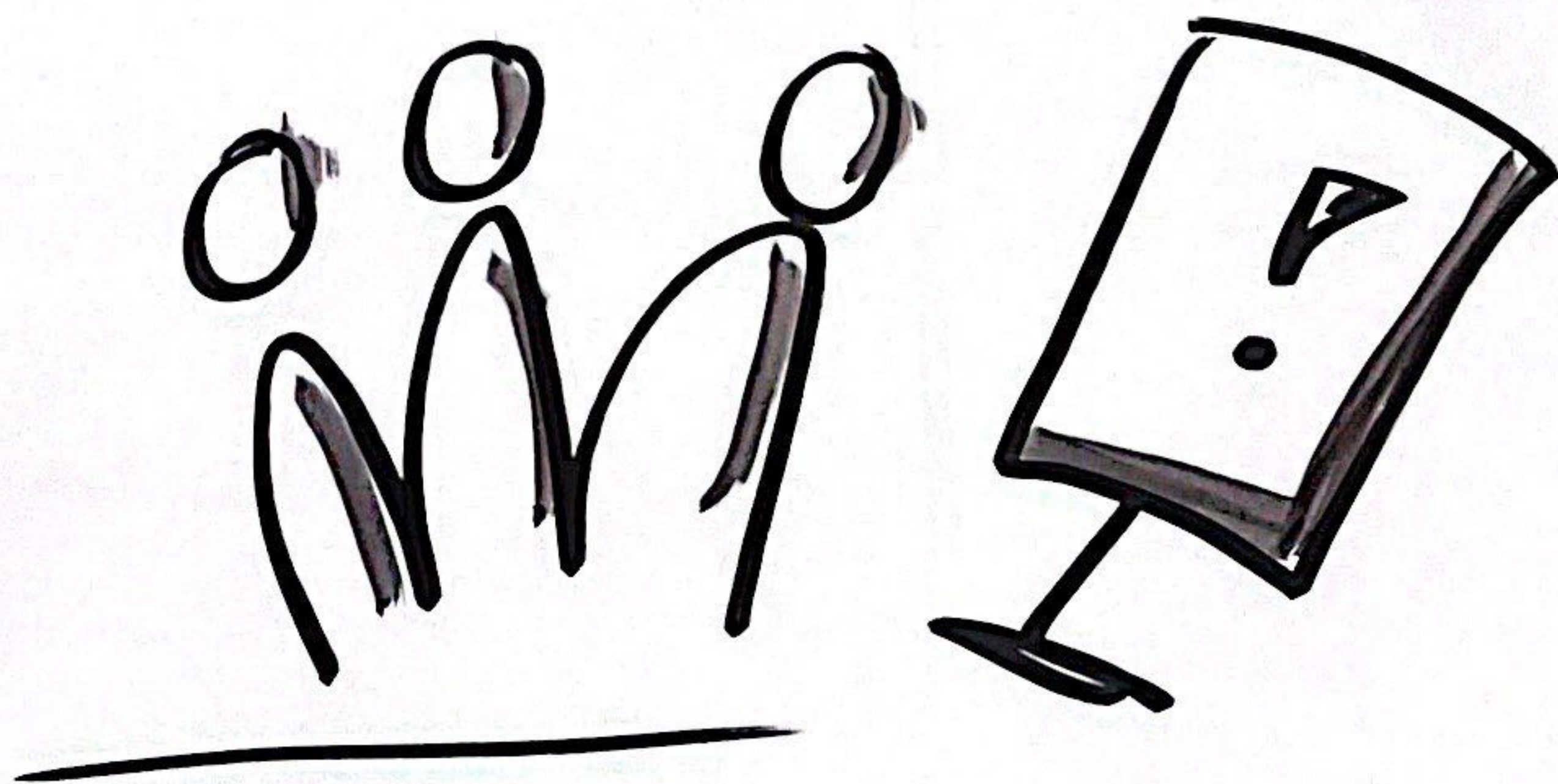
Welche Punkte / Aspekte sind
verbesserungswürdig?

„Welches Thema
würdest du gerne in
der Kleingruppe weiter
vertiefen / ausarbeiten?“

Welches Prinzip
würdest du gerne
überarbeiten oder
neu erfinden?

Arbeit in Kleingruppen

- Entscheidet euch für ein Thema/
Prinzip, an dem ihr arbeiten
wollt
- Arbeitet die Verbesserungsvorschläge ein/sammelt Ideen
- passt ^{ggf.} die Operationalisierungen
entsprechend an
- Sammelt erste Ansätze für
die Verschriftlichung



Ideen für neue
Prinzipien ...



Neue
Prinzipien

Spendende für
Community &
Vereine aktivieren



Fund-
raising-
Ethik

Inhaltliche Leitlinien?

Effizienzgedanke?

Fundraising-Ethik

Fragen

Müssen wir alle
möglichen Irrtümer
über Spendenverwendung
aufklären?

gibt es Geld,
das stinkt?

Kann Wikipedia
den Nutzenden die
Prinzipien ihrer Entstehung
besser vermitteln?
(Dann Fundraising ertl. leichter?)

→ Startseite erklärt,
aber Einstiegspunkt
eher Artikel/Webrache

^{können wir}
Fundraising-
Instrument
erweitern, z.B.
veranstaltungen?
- Erbschaften
- Bußgeld bei Schwarzbel
an WMDE

Probleme/ Herausforderungen

Widerspruch
US-Erfahrung
Botschaften ↔
Fundraising

Erschließen wir schon
alle relevanten
Dialoggruppen?
→ 70:30 M:W-Spendende

Widerspruch
Einnahmen über Enzyklopädie
Ausgaben aber überwiegend
außerhalb der Wikipedia

Wikipedia als
"Leuchtturm" & cashcow
→ Reduktion

Leitlinien

keine unnötige
Dramatisierung
(auch wenn es Geld
kostet)

mehr Inhalt
kommunizieren darf
auf Kosten der
Effizienz gehen

Transparenz über
Breite der Aktivitäten
und Ausgaben/
Mittelverwendung

Inhalte des Banners
transportieren Breite
der Aktivitäten

durch Fundraising
mehr Bewusstsein
für unsere Aktivitäten
insgesamt wecken

Nachhaltig-
keit im
Fundraising

WMDE
STRATEGIE

FOKUS AUF GEWINN UND
BINDUNG VON DAUERUNTER-
STÜTZUNG

- WIE FÖRDERMITGLIEDSCHAFT BEGRÜNDBAR
MACHEN?
(Conversion DAUERSPENDE → FM)
- "MIT WP ^{UNTERWEGS} ~~DA TOUR~~"
FÜR FÖRDERMITGLIEDER
- ~~WENIGER~~
GERINGERE ABHÄNGIGKEIT
VON BANNERKAMPAGNE

MEHR
USER-STUDIEN
ZU DAUERUNTERSTÜTZUNG

- * keine Darstellung < 800px?
- * "Wohin geht meine Spende?" besser sichtbar im mobilen Banner
- *
 - zwei Buttons ("informieren" / "Spenden")
 - Button im Mittelverwendung
 - aufgleichen
- * Klarere Abgrenzung Banner / Inhalt?
 - mehr Schatten
 - dicke Linie
 - Hintergrundfarbe
- * Einheitliche Designsprache

konkretes
Banner
Review

Wie machen wir weiter?



Was?	Wer?	Bis wann?
<p>Im nächsten Panel einbringen → A-B Testing</p> <p>Wirken im nächsten Panel mit erstem Paneltreffen</p>	<p>Ghilt</p> <p>Martin</p> <p>Johannes</p> <p>Nora</p>	<p>Q1 2024</p> <p>(bis 31.3.2024)</p>
<p>Bereitet Infos aus diesem Workshop für eigene Netzwerke auf FemNetz/Fedit</p>	<p>Quirl</p>	<p>Q4 2023</p>
<p>Fokus auf Dauerspendende ⇒ Ziel formulieren ins Präsidium bringen</p> <p>⇒ Ressourcen freisetzen</p>	<p>Nora</p> <p>Raimond</p> <p>Franziska</p>	<p>16.09.2023</p>
<p>support veröffentlicht & Ergebnisse dieses Workshops im Fundraising Portal & veröffentlicht Prinzipien 2.0</p>	<p>Martin</p> <p>„Hexer“</p>	<p>Ende Q4</p>
<p>Zum Panel „Spendende Mitglieder“ einladen</p>	<p>Carsten</p>	<p>ab 2024</p>

Wie machen wir weiter?

Was?	Wer?	Bis wann?
Banner Review umsetzen	Till Casper Kai	Ende Q4 (alles mal eingeführt haben)
Wording-Vorschläge z.B. „Wohin geht meine Spende?“ einarbeiten ↳ mit Hexer in Kontakt gehen	„	„
User-Studien ins Budget schreiben ↳ GF	„	Jetzt Ende Oktober
Öffentlichkeitsarbeit am 20. Geburtstag ↳ Spender informieren	„	Ende September gibts los
Das 5. Prinzip Schreiben / diskutieren Wie! Feedback Prozess ↳ Panel nutzen Wikicon	alle 3 ⊕ Hexer	September '23

Produktionsprozess mit dem Umweltzeichen und dem...
produziert in einem klimaneutralen Unternehmen



100% RECYCLING
premiumweiß



„Was ich euch
zum Abschied
noch sagen möchte...

- Erkenntnis
- Wertschätzung
- Wunsch "

Check-out