

# Vom Dank zur Beziehung

Wie Insprio - unsere Co-Intelligenz hilft, den richtigen Moment zu finden – eine Geschichte über Beziehungen, die nach der ersten Spende beginnen.

von: Peter Iversen-Schwier & Insprio - Co Intelligenz



# Die Stille nach Weihnachten

Nach Weihnachten ist die Welt stiller. Viele Spenderinnen und Spender haben ihre Gabe gegeben, der Dankbrief liegt schon im Haus – und für viele ist damit die Geschichte abgeschlossen. Die festliche Hektik weicht einer ruhigen Phase, in der die meisten Menschen innerlich bereits zum Alltag übergegangen sind.

Doch für uns begann sie genau dort. Gemeinsam mit dem Fundraising-Team wollten wir verstehen, wann eine Beziehung wirklich entsteht – und wann sie leise abbricht. Diese Frage führte uns in eine intensive Phase der Analyse und Reflexion, in der wir nicht nur Zahlen betrachteten, sondern auch die menschliche Dimension hinter jeder einzelnen Spende zu verstehen versuchten.

Die Daten halfen uns, Muster zu sehen: Zeitfenster, Rhythmen, stille Pausen. Wir sahen, wann Menschen nach ihrer ersten Spende noch offen sind – und wann sie innerlich abschließen. Aber die Zahlen allein erklärten es nicht. Das Verstehen kam erst durch den Dialog: zwischen Erfahrung, Empathie und Analyse.



Wir nannten das **Co-Intelligenz** – das Zusammenspiel von menschlicher Intuition und künstlicher Intelligenz. Sie zeigt uns Muster, wir geben ihnen Bedeutung. So entsteht Wissen, das sowohl analytisch als auch menschlich ist.

# Was wir in den Daten sahen



## Emotionale Anlässe

Die meisten Erstspenden kommen zu einem starken emotionalen Anlass – oft zu Weihnachten, wenn die Bereitschaft zu geben am größten ist.



## Der Dankbrief wirkt

Der Dankbrief kommt zügig und wird geschätzt. Er bestätigt die Geste und schafft ein erstes Gefühl der Verbindung.

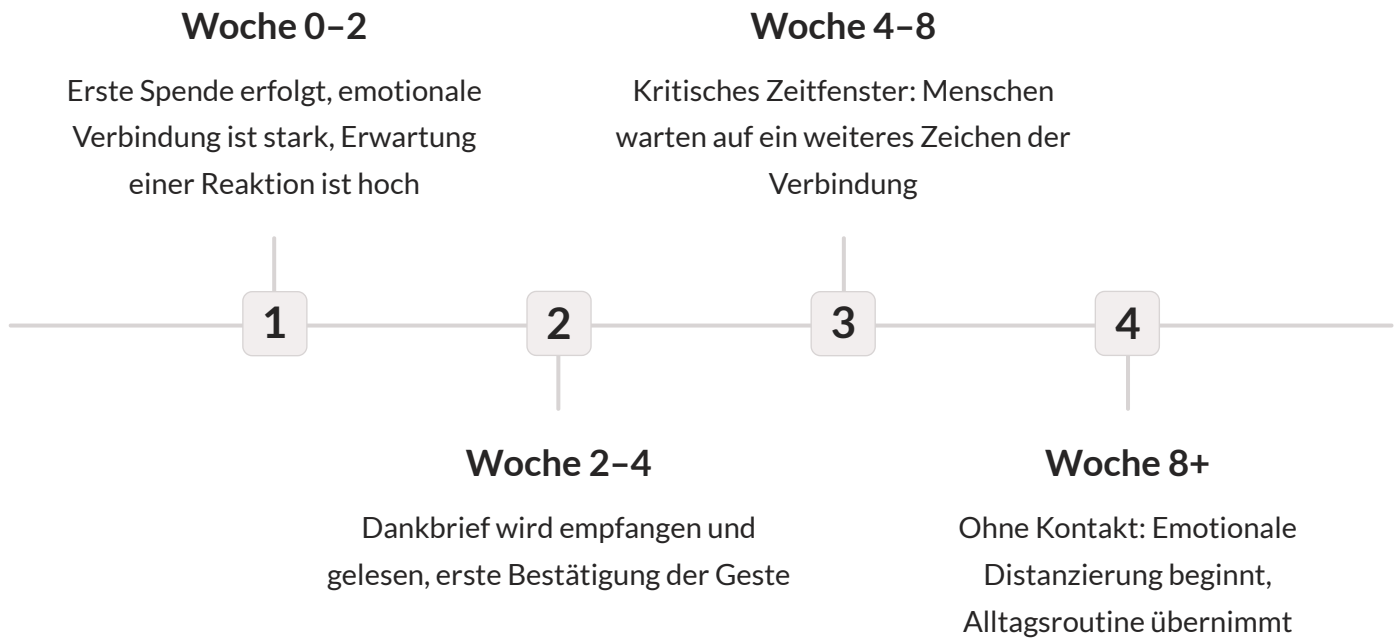


## Die kritische Stille

Aber danach entsteht Stille. Diese Stille ist das Risiko – sie entscheidet, ob Beziehung wächst oder versiegt.

In der Analyse der Spendendaten über mehrere Jahre hinweg erkannten wir ein wiederkehrendes Muster: Die Zeit unmittelbar nach dem ersten Kontakt ist entscheidend für die weitere Entwicklung der Beziehung. Während der Dankbrief eine wichtige erste Antwort darstellt, reicht er allein nicht aus, um eine dauerhafte Verbindung zu schaffen. Die Wochen nach dem Dank sind geprägt von einer kritischen Phase, in der Spenderinnen und Spender entweder eine wachsende Nähe zur Organisation empfinden oder sich langsam emotional distanzieren.

# Der Moment der Entscheidung



Was wir verstanden: Menschen warten nach der ersten Spende nicht auf den nächsten Aufruf, sondern auf **ein Zeichen, dass ihre Geste angekommen ist**. Sie möchten spüren, dass sie Teil von etwas Größerem geworden sind, dass ihr Beitrag eine echte Wirkung entfaltet.

Wer sich innerhalb der ersten 6-8 Wochen gesehen fühlt, bleibt häufiger in Kontakt. Diese Phase ist wie ein offenes Fenster – eine Gelegenheit für authentische Verbindung, bevor der Alltag die Aufmerksamkeit wieder vollständig beansprucht.



„Beziehung braucht **Rhythmus, nicht Frequenz**.“

# Co-Intelligenz: Das Zusammenspiel

## Menschliche Intuition

Erfahrung, Empathie und das  
Gespür für den richtigen Ton



## Datenanalyse

Muster erkennen, Zeitfenster  
identifizieren, Zusammenhänge  
verstehen

## Gemeinsames Verstehen

Bedeutung geben, Kontext  
schaffen, Handlungen ableiten

Die KI half uns, die richtigen Zeitpunkte zu erkennen. Sie analysierte Tausende von Spenderverläufen und identifizierte statistische Zusammenhänge, die dem menschlichen Auge verborgen geblieben wären. Doch die Technologie allein konnte nicht erklären, *warum* diese Muster existieren oder was sie für die individuelle Beziehung zu einer Spenderin bedeuten.

Wir halfen ihr zu verstehen, was diese Zeitpunkte bedeuten. Das Fundraising-Team brachte jahrelange Erfahrung ein, Geschichten von erfolgreichen und gescheiterten Beziehungen, ein Gespür dafür, welche Botschaften berühren und welche abstoßen. So entstand ein Zusammenspiel aus **Datenlogik und menschlichem Taktgefühl**.

Wir sprechen heute nicht mehr nur über Zielgruppen, sondern über **Beziehungsfenster** – Momente, in denen Nähe möglich ist. Diese Fenster öffnen und schließen sich in einem natürlichen Rhythmus, den wir durch Co-Intelligenz besser verstehen und respektieren können.

# Was wir konkret verändert haben



## Zweiter Moment der Resonanz

Wir haben einen zusätzlichen Kontaktpunkt 5–7 Wochen nach dem Dank geschaffen – nicht als Kampagne, sondern als natürliche Fortsetzung des Gesprächs.



## Weitererzählen statt neu bitten

Kein neuer Zweck, keine neue Kampagne – sondern ein **Weitererzählen** des Gefühls. Die Spenderin erhält eine Geschichte darüber, was mit ihrer Gabe geschieht.



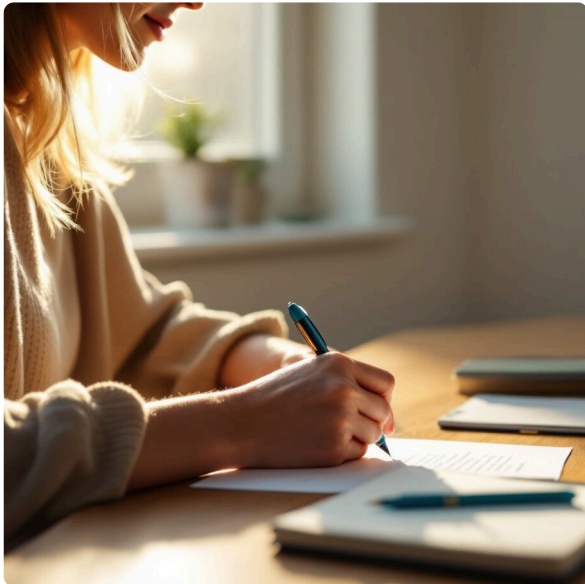
## Neue Tonalität

Statt „Bitte spenden Sie wieder“ hieß es: „**Was Sie getan haben, wirkt weiter.**“ Eine Botschaft, die Dankbarkeit ausdrückt, nicht Erwartung.



## Kontinuität schaffen

Ein leiser Übergang, der Kontinuität schafft – zwischen dem ersten Dank und dem nächsten natürlichen Anlass für Verbindung.

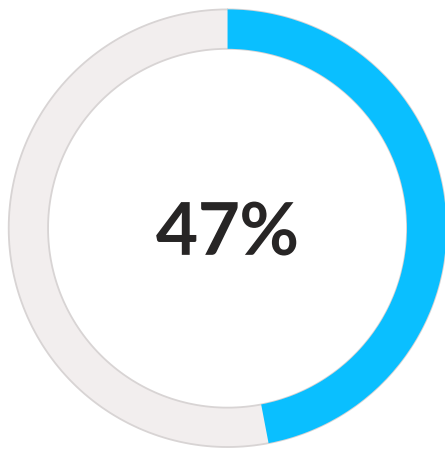


Diese Veränderungen waren bewusst subtil. Wir wollten nicht laut werden, sondern präsent bleiben. Die Kommunikation sollte sich anfühlen wie ein Gedanke, der zur richtigen Zeit kommt – nicht wie eine Unterbrechung oder ein Verkaufsgespräch.

Jede Botschaft wurde sorgfältig gestaltet, um den emotionalen Bogen von der ersten Spende weiterzuführen. Wir teilten konkrete Geschichten darüber, wie Hilfe ankommt, zeigten Gesichter von Menschen, deren Leben sich verändert hat, und ließen die Spenderin spüren: Du bist Teil dieser Veränderung.

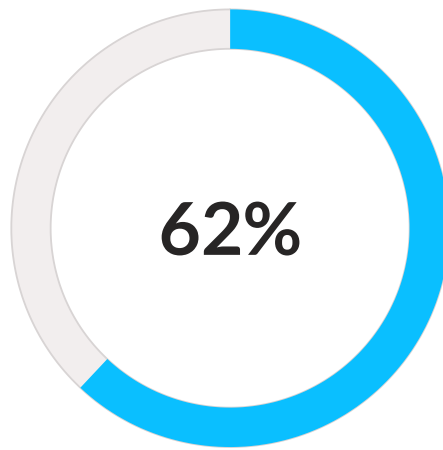


# Die messbaren Wirkungen



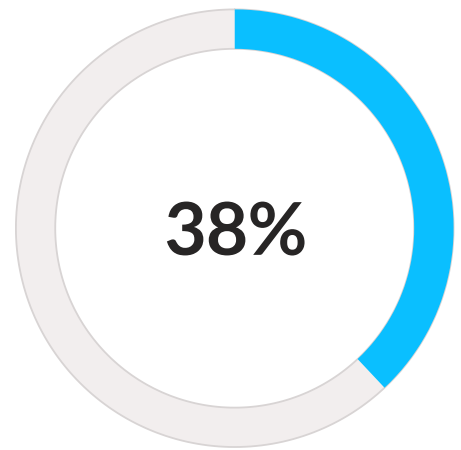
## Erhöhte Wiedererkennung

Spenderinnen erinnern sich: „Das ist die Organisation, bei der ich geholfen habe.“



## Gestiegenes Vertrauen

Kein neuer Aufruf, sondern eine vertraute Fortsetzung – das schafft Sicherheit und Nähe.



## Höhere Zweitspenden-Quote

Die Quote der Zweitspenden stieg deutlich, ohne mehr Post zu verschicken oder den Druck zu erhöhen.

Die Ergebnisse übertrafen unsere Erwartungen. Nicht nur die quantitativen Kennzahlen verbesserten sich signifikant, sondern auch die Qualität der Beziehungen veränderte sich spürbar. In Befragungen gaben Spenderinnen und Spender häufiger an, sich mit der Organisation verbunden zu fühlen und ihre Werte zu teilen.

Besonders bemerkenswert war der Effekt auf die langfristige Bindung. Spenderinnen, die diesen zweiten Moment der Resonanz erlebt hatten, zeigten nicht nur eine höhere Bereitschaft zur Zweitspende, sondern blieben der Organisation über mehrere Jahre hinweg verbunden. Sie entwickelten sich von Einmalspenderinnen zu echten Unterstützerinnen.

Was uns am meisten freute: Der Ansatz funktionierte **ohne zusätzliche Ressourcen**. Wir verschickten nicht mehr Briefe, sondern zur richtigen Zeit die richtige Botschaft. Die Effizienz stieg, weil wir achtsamer wurden – nicht, weil wir mehr taten.

# Beziehungsfenster verstehen

## Zeitpunkte

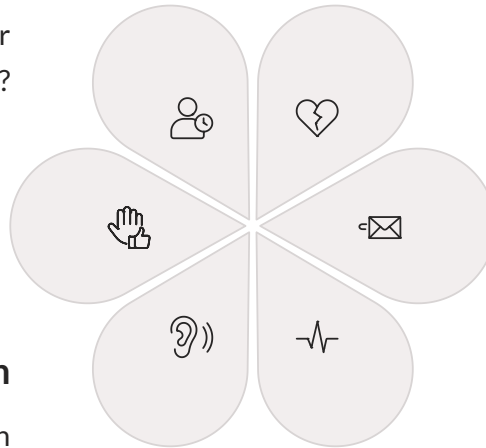
Wann öffnet sich das Fenster für authentische Verbindung?

## Respekt

Wo sind die Grenzen, die wir nicht überschreiten sollten?

## Zuhören

Was signalisiert uns das Verhalten der Spenderin?



## Emotionale Bereitschaft

In welchem Zustand befindet sich die Spenderin gerade?

## Passende Botschaft

Welche Geschichte möchte jetzt erzählt werden?

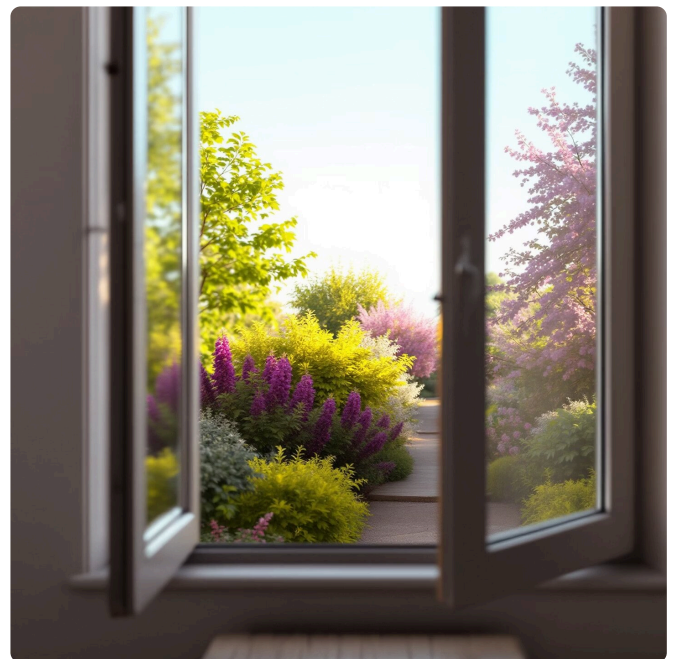
## Natürlicher Rhythmus

Wie fühlt sich der Kontakt organisch und nicht erzwungen an?

Das Konzept der Beziehungsfenster hat unsere gesamte Herangehensweise verändert. Statt in Kampagnen und Mailings zu denken, begannen wir in **Momenten der Möglichkeit** zu denken. Jede Beziehung hat ihren eigenen Rhythmus, ihre eigenen Fenster, in denen Nähe entstehen kann.

Diese Fenster sind nicht beliebig planbar. Sie entstehen aus dem Zusammenspiel von äußeren Ereignissen und inneren Zuständen. Unsere Aufgabe ist es, sensibel für diese Momente zu werden und bereit zu sein, wenn sie sich öffnen.

Co-Intelligenz hilft uns dabei, diese Fenster zu erkennen – nicht um sie zu manipulieren, sondern um sie zu respektieren. Die Technologie macht uns aufmerksamer, die menschliche Kompetenz macht uns angemessen.





# Eine neue Haltung im Fundraising

## Von Steuerung zu Achtsamkeit

Wir nutzen Daten nicht mehr, um Verhalten zu steuern, sondern um achtsamer zu werden. Die Analyse zeigt uns Muster, aber die Entscheidung bleibt menschlich.

## Von Automation zu Sensibilisierung

Wir automatisieren nicht einfach Prozesse, sondern sensibilisieren uns für die feinen Signale in jeder Beziehung. Technologie wird zum Werkzeug der Aufmerksamkeit.

## Von Kampagnen zu Geschichten

Jede Spende erzählt eine Geschichte, und unsere Aufgabe ist, sie weiterzuerzählen – zur richtigen Zeit, mit dem richtigen Ton. Nicht als Marketing, sondern als echte Kommunikation.

## Von Transaktionen zu Beziehungen

Der Fokus verschiebt sich vom einzelnen Spendenbetrag zur langfristigen Verbindung. Erfolg messen wir nicht nur in Euro, sondern in Vertrauen und Nähe.

Aus einer Analyse wurde eine Haltung. Was als technisches Projekt begann – die Optimierung von Spendenzyklen – entwickelte sich zu einer grundlegenden Reflexion darüber, wie wir Beziehungen verstehen und pflegen. Wir lernten, dass Daten wertvoll sind, aber nur, wenn wir sie mit Empathie und Respekt interpretieren.

Diese neue Haltung beeinflusst heute alles, was wir tun: wie wir Kampagnen planen, wie wir Botschaften formulieren, wie wir Erfolg definieren. Sie hat uns zu besseren Zuhörern gemacht – nicht nur gegenüber den Daten, sondern vor allem gegenüber den Menschen, die uns vertrauen.

„Co-Intelligenz bedeutet nicht, dass Maschinen klüger werden. Es bedeutet, dass wir durch sie menschlicher werden können.“

# Mehr Fragen? Lassen Sie uns sprechen.



Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, wie Co-Intelligenz Ihre Spenderbeziehungen vertiefen kann, oder wenn Sie Fragen zu diesem Ansatz haben – ich freue mich auf den Austausch.

## **Peter Iversen-Schwier**

Talbachring 18  
54456 Tawern

Mobil: +49 1774329465

E-Mail: [Peter@ki-integration.ai](mailto:Peter@ki-integration.ai)

Web: [ki-integration.ai](https://ki-integration.ai)

#gerneperdu

---

Lassen Sie uns gemeinsam herausfinden, wie Sie den richtigen Moment für Ihre Spenderinnen und Spender finden – durch das Zusammenspiel von Daten, Intuition und menschlicher Nähe.