

KI-Anwendungen in der NGO-Realität

Künstliche Intelligenz als neue Zusatz- oder Schlüsselressource? Zwei Fallstudien

Auch in der Welt des Fundraisings eröffnen sich durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) neue, zukunftsweisende Perspektiven. Für Organisationen wie die Schweizerische Multiple Sklerose Gesellschaft und den Deutschen Tiereschutzbund hat sich die Integration von KI-Technologien als wertvoll erwiesen. Zwei Fallstudien beleuchten den innovativen Einsatz von KI als Mittel zur Effizienzsteigerung und zur Erweiterung des Online-Fundraising-Repertoires.

Von **SABINE WAGNER** und **CHRISTOPHER MEIL**

Die Schweizerische Multiple Sklerose Gesellschaft (MSG) stand vor der Herausforderung, mit limitierten Ressourcen einen großen Bedarf an hochauflösendem Bild- und Videocontent in verschiedenen Landessprachen zu bedienen. Nach eingehender Analyse der aktuellen Online-Fundraising-Aktivitäten konnten für den Einsatz von KI drei Themenfelder identifiziert werden:

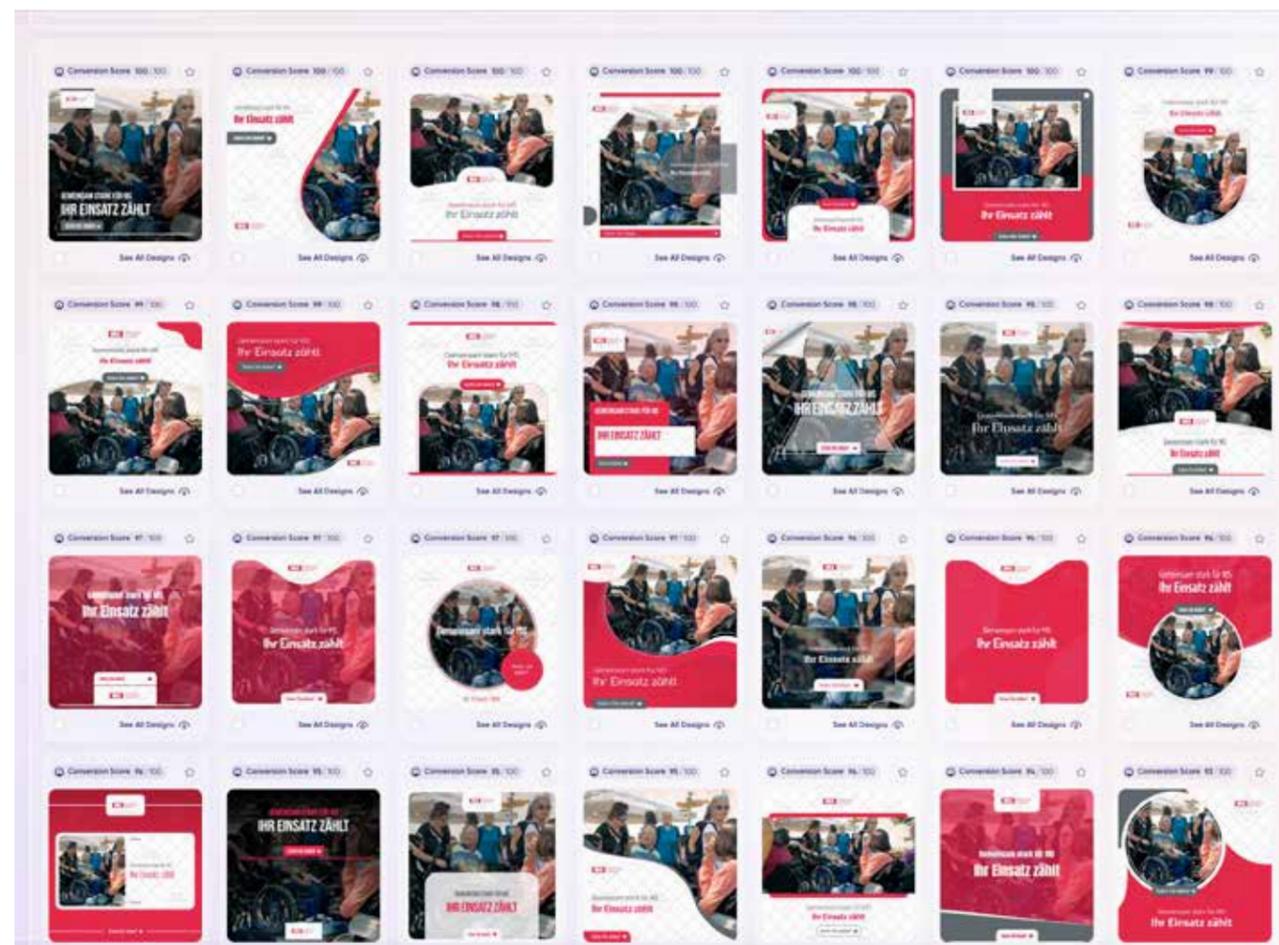
Erstellen von Social Media Ads

Bei der Werbung zur Gewinnung freiwilliger Helfer:innen für die Durchführung von Aktionen mit an MS erkrankten Menschen erwies

sich ein KI-Tool als hilfreich, das automatisch Social Media Ads mit Bild und Text auf Basis von CI Vorgaben erstellt. Zur Optimierung der Anzeigentexte wurde ein GPT trainiert. Der Vergleichstest zwischen manuell und KI erstellten Anzeigen war verblüffend: KI konnte nachweislich die Klickrate erhöhen und die Kosten für Online-Werbung senken.

Optimierung der Landingpage

Als ebenso hilfreich erwies sich die KI bei der Optimierung der Landingpage zur Information der potenziell interessierten Freiwilligen. Neben der Text-Optimierung per



Linke Seite: Social Media Ads in Massenproduktion per AdCreative.ai, oben: Mit KI-Unterstützung generierte Anzeigenmaterialien

GPT wurde die bestehende Seite per Eye-tracking Analyse verbessert. Hier erwies sich die Ergänzung mit einer KI-gestützten Eye-tracking-Methode als verstärkt sinnvoll.

Video-Erstellung und Bearbeitung in drei Landessprachen

Bei der Erstellung von zusätzlichem Video-Content stellte sich schnell heraus, dass den gängigen KI-Lösungen das Gespür für Schweizerdeutsch fehlt. Bei automatisierter Video-Bearbeitung kam die KI ins Straucheln. Was sehr gut gelang: Produktion von Voiceover-Sprechergenerierungen in den gewünschten Zielsprachen Französisch und Italienisch basierend auf synthetischen KI-Stimmen. Diese Voiceovers wurden dann zusammen mit Sprachuntertitel in die Videos eingesetzt. Auf diese Weise wurde wertvoller neuer Content erstellt.

Die Ergebnisse sind beeindruckend. Neben einer effizienten und zeitsparenden Produktion von Werbematerialien ließen sich durch den Einsatz von KI sogar Kosteneinsparungen realisieren.

... weiter auf Seite 90 ►

Eingesetzte KI-Tools

Neben den klassischen Anwendungen, wie Adobe Premiere Pro wurden die folgenden KI-Tools benutzt:

- Text und Bildanalysen**
<https://chatgpt.com>
Eigentrainierte GPTs <https://openai.com/index/introducing-gpts/>
- Ads**
<https://de.adcreative.ai/>
- Eyetracking**
<https://www.eyequant.com/>
- Kurzvideos**
<https://www.opus.pro/>
- Videoübersetzung**
<https://elevenlabs.io/>
<https://www.heygen.com/>
- Audiogram**
<https://elevenlabs.io/>
- Videoproduktion Standbild zu Video**
<https://runwayml.com/>
<https://pika.art/home>
<https://assistive.chat/product/video>

Social Media: Mit KI-Unterstützung generierte Texte performten besser

Text vom KI – Conversion-Sieger

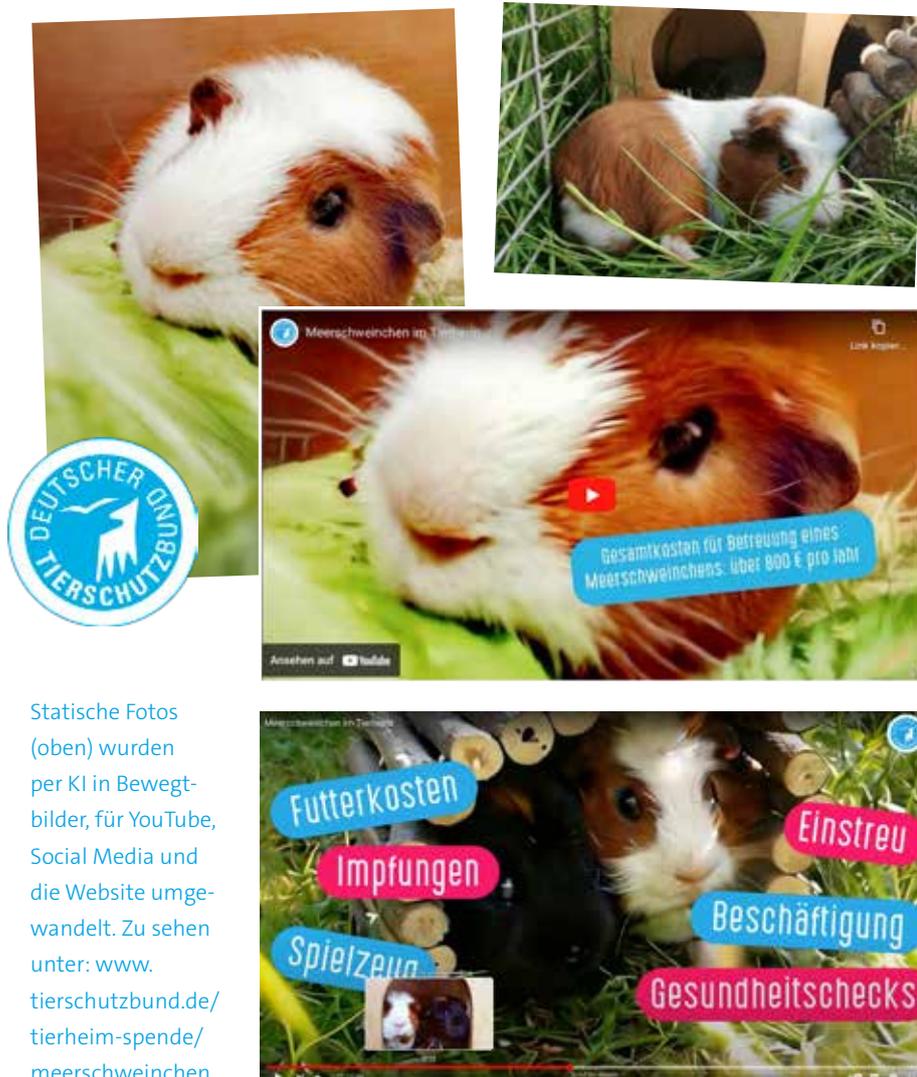
«Freiwilligenarbeit bei der MS-Gesellschaft: Ein Engagement, das Leben verändert. [Stern-Emoji] Ihr Einsatz ermöglicht es, die Lebensqualität von MS-Betroffenen maßgeblich zu verbessern. Sie bieten nicht nur Unterstützung, sondern auch Hoffnung und Freude. [Freude-Emoji]»

Text vom menschlichen Mitarbeiter

«Zeit haben Sie. Aber mehr Sinn, Freude und Dazugehören in Ihrem Leben wären schön? Lässt sich machen: In der Freiwilligenarbeit für MS-Betroffene. Ihr Engagement verändert Leben. Auch Ihres, versprochen.»



Deutscher Tierschutzbund: Multimediale Emotionen mit KI



Statische Fotos (oben) wurden per KI in Bewegtbilder, für YouTube, Social Media und die Website umgewandelt. Zu sehen unter: www.tierschutzbund.de/tierheim-spende/meerschweinchen

Noch stärker nutzte der Deutsche Tierschutzbund künstliche Intelligenz, um den statischen Bildcontent in bewegtes und bewegendes Videomaterial zu transformieren. Für das Fundraising essenziell sind Tierfotos in hoher Auflösung oder gar emotionale Tier-Videos in guter Qualität.

Hörartikel als zusätzliche Content-Form

Auf Basis bestehender Texte konnten Hörartikel, sogenannte Audiogramme, erstellt werden, die mithilfe von KI aktuelle Themen und Landingpages vertonen. Dieses zusätzliche Content-Angebot konnte die Verweildauer auf den Internetseiten erhöhen.

Erstellen animierter Tier-Videos

Kernstück des KI-Einsatzes war die Erstellung von Videos durch die Animation von Tier-Fotos. Im Rahmen der Kampagne „Tierheime am Limit“ wurden spezifische Video-Storyboards für Hunde, Meerschweinchen und Katzen erstellt. Das vorliegende Bildmaterial aus statischen Fotos wurde mithilfe von KI-Video-generierung in kurze animierte Filmsequenzen überführt. Somit entstanden Videos mit wirklichem Bewegtbild, obwohl als Ausgangsmaterial nur Fotos vorhanden waren. Diese Videos wurden auf den entsprechenden Landingpages eingesetzt.

Optimierte Mailing-Kampagnen

Auch die Texte der digitalen Spenden-Mailings konnten zeitsparend per KI erstellt, optimiert und sehr positiv getestet werden. Der Einsatz von KI – gerade im Bereich der Video-Produktion – führte zu einer beachtlichen Kosteneinsparung gegenüber traditionellen Content-Erstellungsprozessen.

Synergie von Mensch und KI

Beide Organisationen demonstrieren eindrucksvoll, wie KI neue Möglichkeiten im Fundraising eröffnen kann. Sie zeigen auf, dass KI nicht nur eine Unterstützungsfunktion einnehmen, sondern auch als Treiber für innovative Ansätze und als Instrument zur Effizienzsteigerung dienen kann. Die KI bietet eine leistungsstarke Unterstützung, erfordert jedoch auch menschlichen Einsatz und Fingerspitzengefühl. Die Synergie von maschineller Effizienz und menschlichem Geschick bildet die Grundlage für den Erfolg dieser Projekte. ■

Sabine Wagner ist Chief Digital Officer und Fundraising-Expertin sowie Mitglied des Vorstands der Qmart AG. Mit ihrer umfangreichen Erfahrung im digitalen Bereich und

fundierten Kenntnissen im Fundraising hat sie schon oft maßgeblich zur erfolgreichen Transformation und Digitalisierung von Fundraising-Prozessen beigetragen.

► www.qmart.ch

Christopher Meil ist Inhaber von Optimeil und Experte für Usability und Suchmaschinen-Marketing. Mit seinem tiefen Verständnis für Nutzerfreundlichkeit und effektive SEO-Strategien hat er schon zahlreichen Kunden dabei

geholfen, ihre Sichtbarkeit in Suchmaschinen zu verbessern und stellt sicher, dass Websites nicht nur gefunden werden, sondern auch eine positive Nutzererfahrung bieten.

► <https://optimeil.de>