



BILANZ DES HELFENS 2012

Berliner Pressekonferenz
15. März 2012

Deutscher Spendenrat e.V.
GfK

Agenda

Methodik GfK CharityScope

Bilanz des Helfens 2012

- 1 Eckdaten zum Spendenverhalten
- 2 Spendenzweck und Spendenanstoß
- 3 Spenderwanderung 2011 vs. 2010
- 4 Ehrenamt, religiöse Bindung und Spendenverhalten

Methodik GfK CharityScope

GfK und der Deutsche Spendenrat sorgen für ein einheitliches Niveau der Spendendaten in Deutschland und erhöhen damit die Transparenz im Spendenmarkt



Im Rahmen des GfK CharityScope erfasst die GfK im Auftrag des Deutschen Spendenrats e.V. seit dem Jahr 2005 monatlich das Spendenverhalten in einer repräsentativen Stichprobe von 10.000 Privatpersonen. Diese Erhebungsart ermöglicht eine detaillierte Analyse des Spendenmarktes, speziell im Hinblick auf soziodemografische Merkmale der Spender, die Häufigkeit der Zuwendungen und die bedachten Organisationen.

Um die erhobenen Daten mit anderen in Deutschland verfügbaren Datenquellen für den Spendenmarkt vergleichbar zu machen, wird das Spendenaufkommen mit der aktuellen „Bilanz des Helfens“ rückwirkend bis zum Jahr 2005 auf die amtlichen Daten aus der laufenden Wirtschaftsrechnung des statistischen Bundesamtes hochgerechnet.

GfK CharityScope liefert fundiertes Wissen über den Spendenmarkt



Bilanz des Helfens
Jahr 2012

GfK CharityScope erfasst das Spendenverhalten deutscher Privatpersonen

Es zeichnet sich aus durch:

➔ monatliche Erfassung

➔ repräsentative Stichprobe von 10.000 Personen ab 10 Jahren

GfK CharityScope umfasst

➔ freiwillige Spenden an gemeinnützige Organisationen, Hilfs- und Wohltätigkeitsorganisationen und Kirchen

Nicht enthalten sind Erbschaften und Unternehmensspenden, Spenden an politische Parteien und Organisationen und gerichtlich veranlasste Spenden.

Bilanz des Helfens 2012

Kernergebnisse zum Spendenverhalten 2011



Bilanz des Helfens
Jahr 2012

1. Eckdaten zur Marktentwicklung

- Das Spendenvolumen lag im Jahr 2011 um -5,8% unter dem Vorjahr - in der Mittelfristbetrachtung (ab 2006) ergibt sich ein Plus von durchschnittlich +2% pro Jahr
- Die Anzahl der Spender ist rückläufig – die Spender spenden aber immer häufiger
- Japan und Somalia konnten die Spendenbereitschaft weniger aktivieren als Haiti und Pakistan
- Im Dezember 2011 wurden 22% der jährlichen Spendeneinnahmen generiert – ein Plus von +18% gegenüber dem Vorjahr

Kernergebnisse zum Spendenverhalten 2011

2. Spendenzweck und Spendenanstoß

- Kultur-/Denkmalpflege und Tierschutz gewinnen an Bedeutung
- Der persönlich adressierte Werbebrief bleibt auch im Jahr 2011 der wichtigste Spendenanstoß

3. Spenderwanderung

- 6,7 Mio. “Abwanderern” aus dem Spendenmarkt stehen im Jahr 2011 nur 4,1 Mio. “Neuspender “ gegenüber
- Die jungen “Neuspender” des Jahres 2010 gingen wieder verloren – “Neuspender” des Jahres 2011 kommen eher aus der mittleren Altersgruppe

4. Ehrenamt, religiöse Bindung und Spendenverhalten

- Unter 20-Jährige und über 70-Jährige, die sich im Ehrenamt engagieren, spenden mehr als der Durchschnitt ihrer Altersgenossen
- Menschen, die sich mit ihrer Religion verbunden fühlen, tragen überdurchschnittlich zum gesamten Spendenvolumen bei – dies gilt für alle Altersgruppen

Bilanz des Helfens 2012

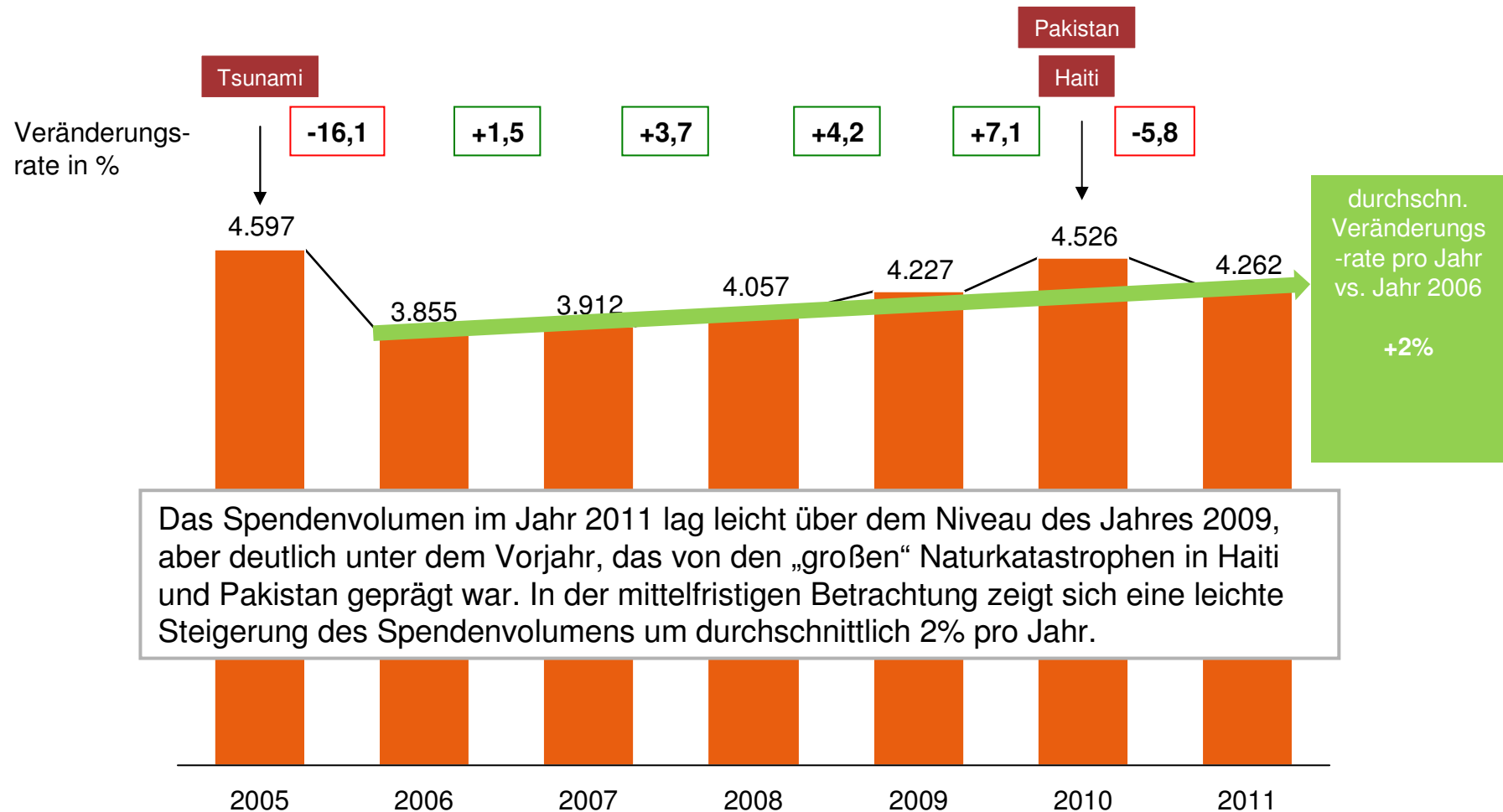
1. Eckdaten zur Marktentwicklung

Rückläufiges Spendenvolumen von -5,8% gegenüber 2010 – leichtes Plus (+2%) in der Mittelfristbetrachtung



Bilanz des Helfens
Jahr 2012

Spendeneinnahmen von privat: Gesamtmarkt



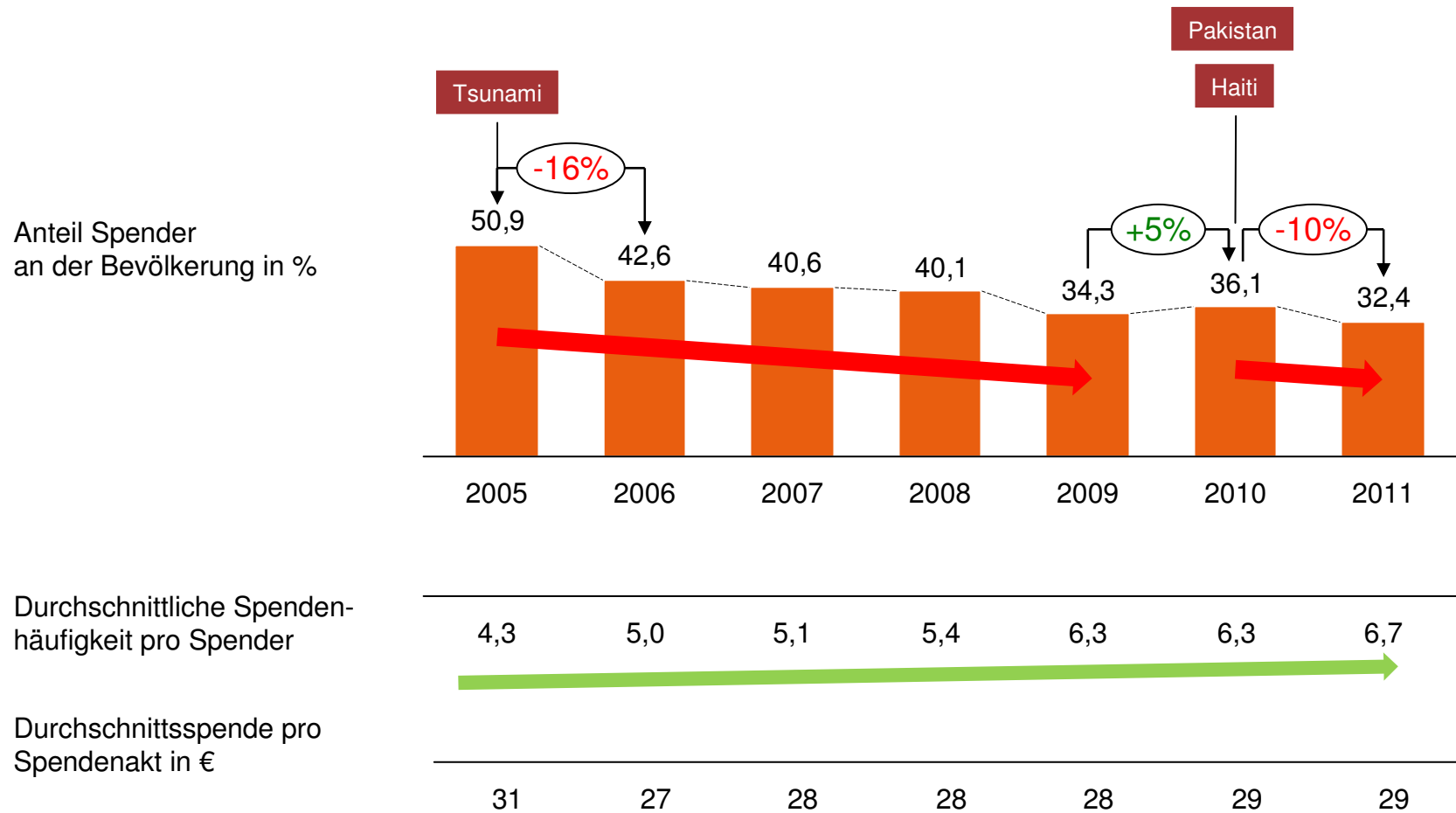
Das Spendenvolumen im Jahr 2011 lag leicht über dem Niveau des Jahres 2009, aber deutlich unter dem Vorjahr, das von den „großen“ Naturkatastrophen in Haiti und Pakistan geprägt war. In der mittelfristigen Betrachtung zeigt sich eine leichte Steigerung des Spendenvolumens um durchschnittlich 2% pro Jahr.

Die Anzahl der Spender ist rückläufig – die Spender spenden aber immer häufiger



Bilanz des Helfens
Jahr 2012

Kennzahlen zum Spendenverhalten

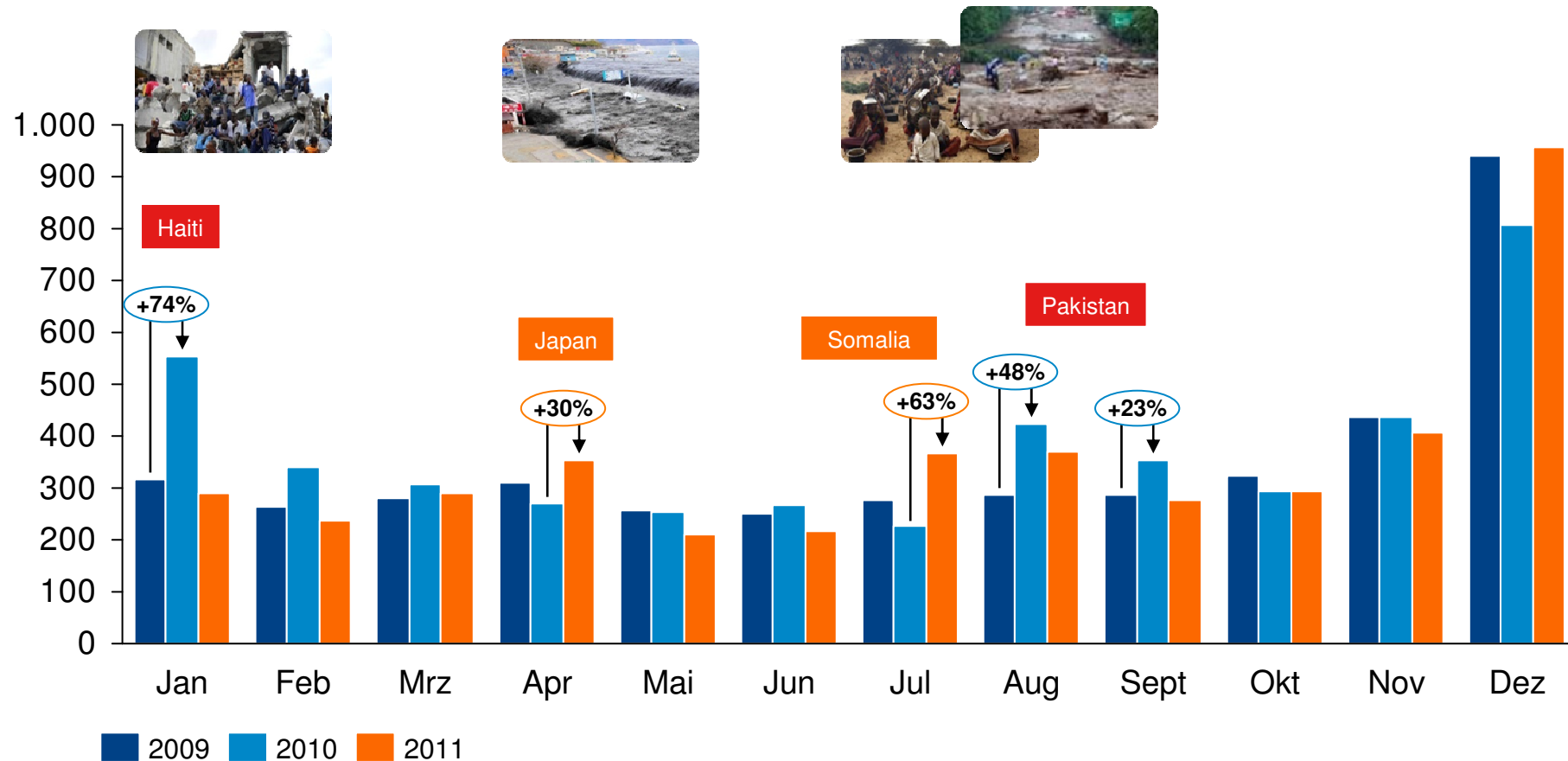


GfK Charity Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen

© GfK und Deutscher Spendenrat e.V. 2012 | Bilanz des Helfens | 15. März 2012

Japan und Somalia konnten die Spendenbereitschaft weniger aktivieren als Haiti und Pakistan

Spenden im Monatsverlauf (Einnahmen in Mio. €)



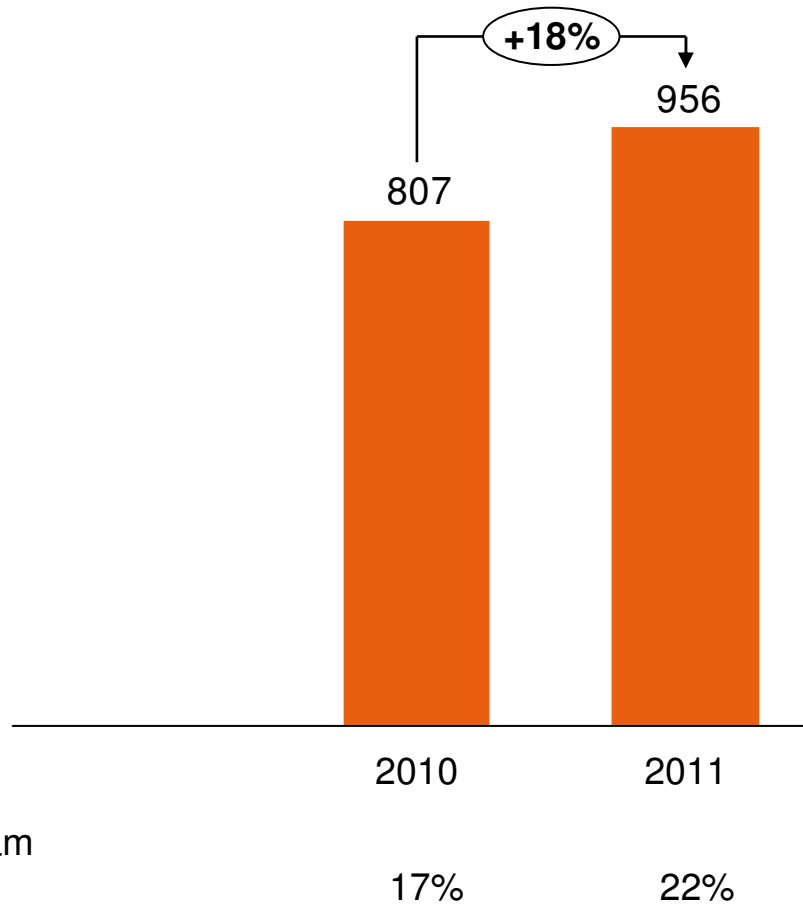
GfK Charity Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen

Im Dezember wurden 22% der Spendeneinnahmen generiert – ein Plus von +18% gegenüber dem Vorjahr



Bilanz des Helfens
Jahr 2012

Spendenvolumen im Dezember (Einnahmen in Mio. €)



Bilanz des Helfens 2012

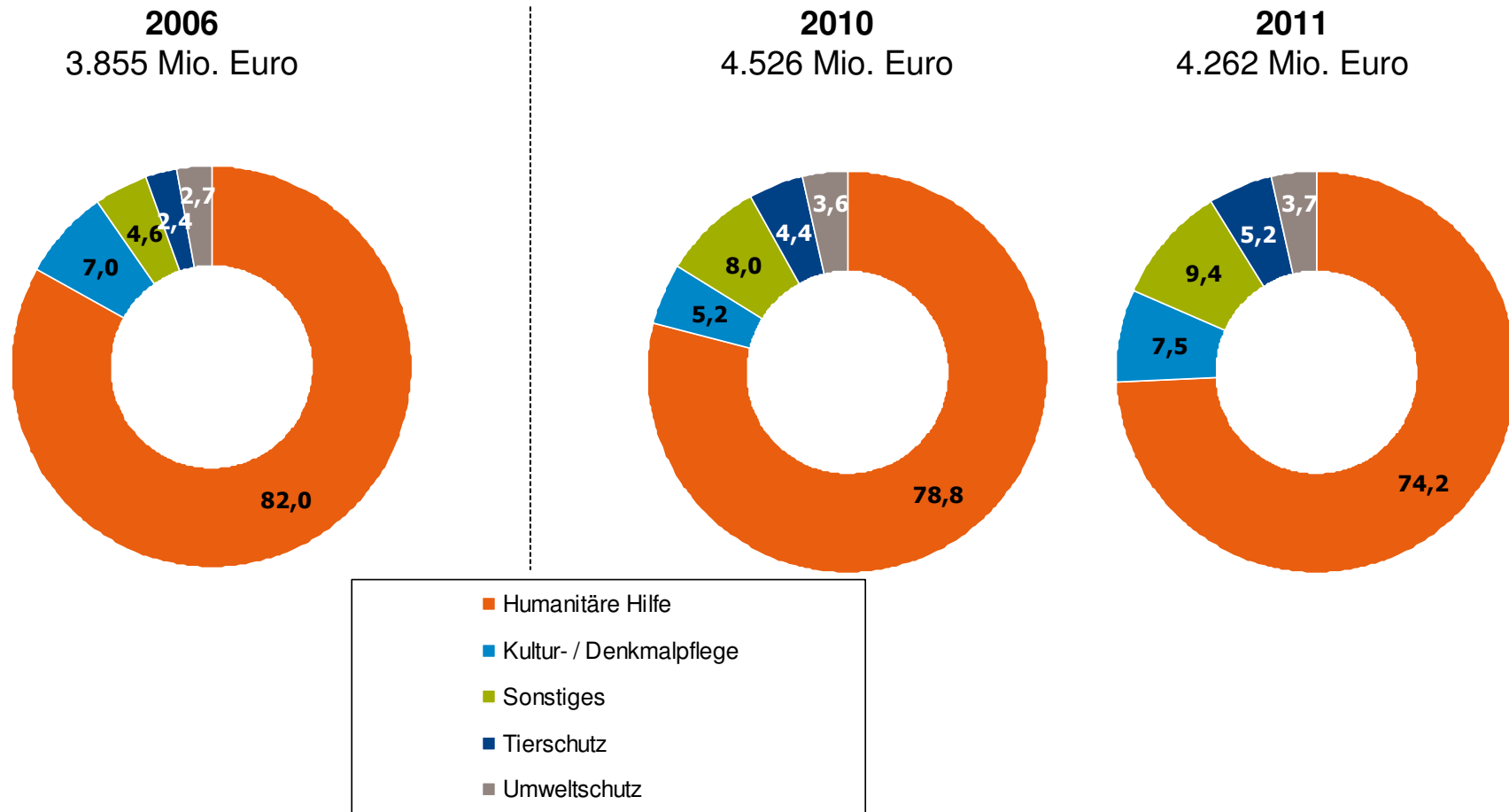
2. Spendenzweck und Spendenanstoß

Kultur-/Denkmalpflege und Tierschutz gewinnen an Bedeutung



Bilanz des Helfens
Jahr 2012

Spendenzwecke: Anteile an den Einnahmen in %



GfK Charity Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen

© GfK und Deutscher Spendenrat e.V. 2012 | Bilanz des Helfens | 15. März 2012

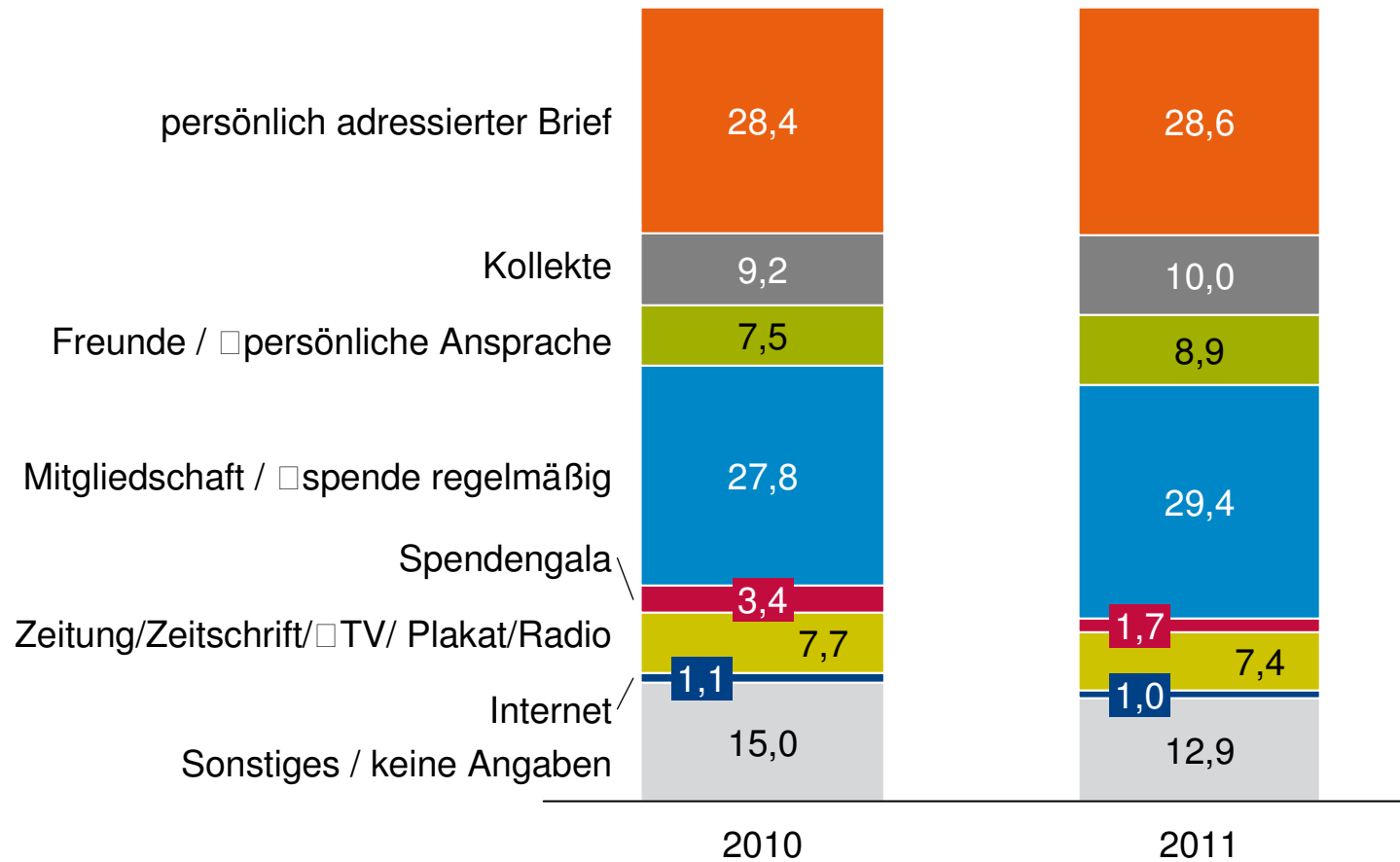
Der persönlich adressierte Werbebrief bleibt auch im Jahr 2011 der wichtigste Spendenanstoß



Bilanz des Helfens
Jahr 2012

Was hat den Anstoß zur Spende gegeben?

(Einnahmen , Anteile in %)



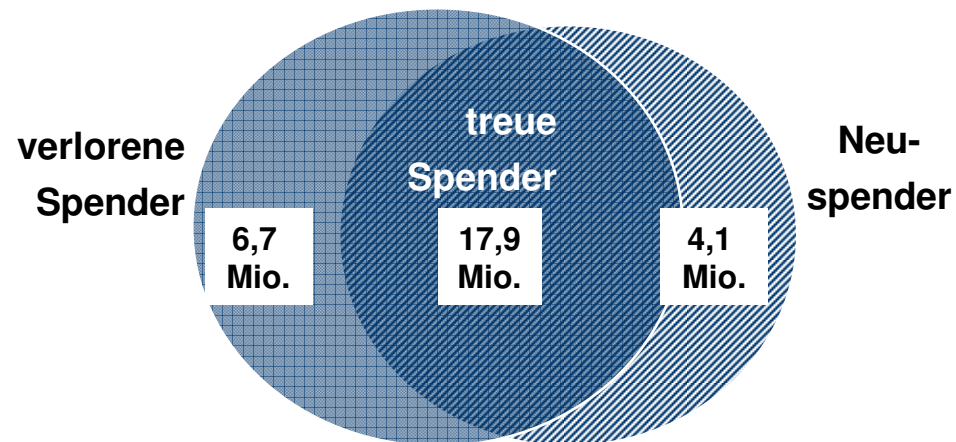
Bilanz des Helfens 2012

3. Spenderwanderung

6,7 Mio. „Abwanderern“ aus dem Spendenmarkt stehen im Jahr 2011 nur 4,1 Mio. „Neuspender“ gegenüber

Spender 2011 vs. 2010

Anzahl deutsche Geldspender über 10 Jahre in Mio.



Jahr 2010

Jahr 2011

Geldspender im Zeitraum in Mio.

24,6

22,0

81% treue Spender
19% Neuspender

Anteil Geldspender an der deutschen Bevölkerung über 10 Jahre

36,1%

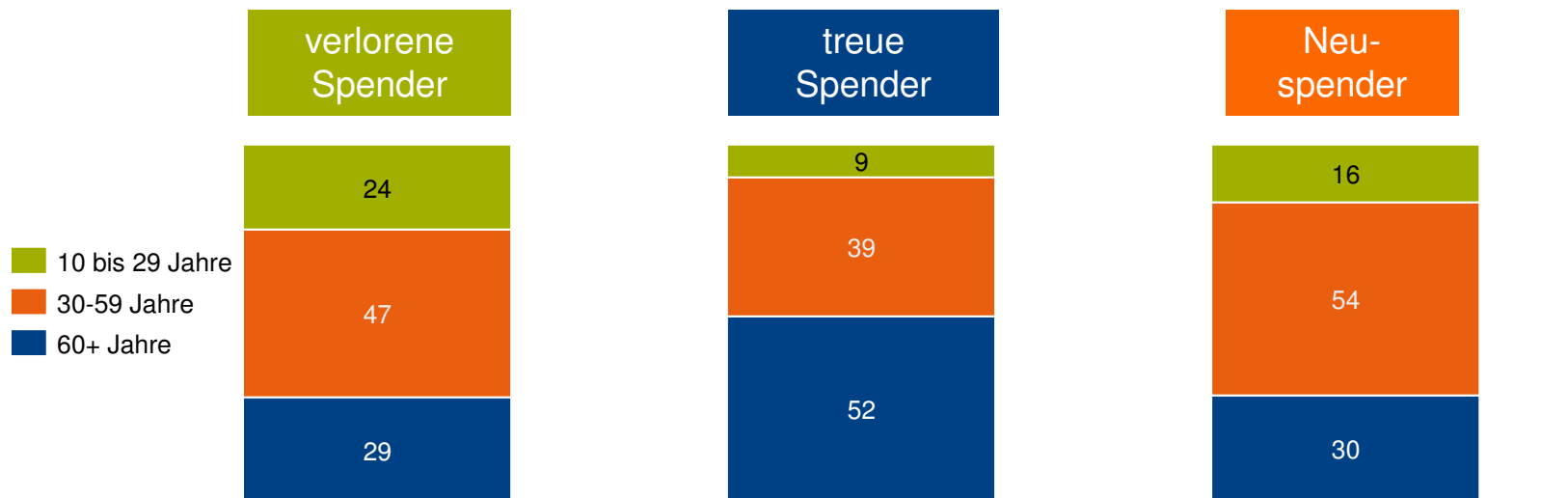
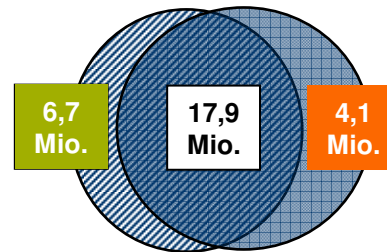
32,4%

Die jungen “Neuspender” des Jahres 2010 gingen verloren – Neuspender 2011 sind eher mittlere Altersgruppen



Profil: verlorene Spender, treue Spender und Neuspender 2011

Bilanz des Helfens
Jahr 2012





Bilanz des Helfens 2012

4. Ehrenamt, religiöse Bindung und Spendenverhalten

Ehrenamtlich Engagierte spenden etwas weniger als der Durchschnitt der Bevölkerung

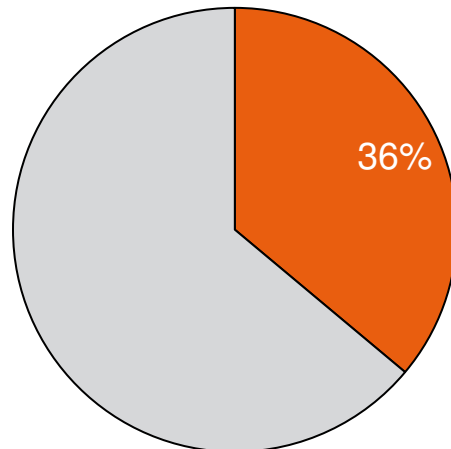
Spendenverhalten und Ehrenamt



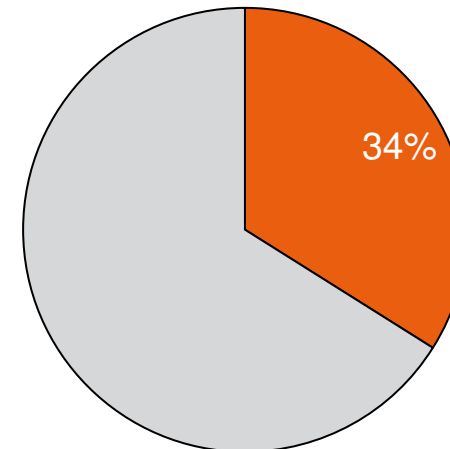
Bilanz des Helfens
Jahr 2012

Anteil ehrenamtlich Engagierter

in der Bevölkerung
in %



an den Spendeneinnahmen 2011
in %



36% der deutschen Privatpersonen ab 10 Jahren engagieren sich in einem Ehrenamt. Diese Gruppe steht für 34% des gesamten Spendenaufkommens in Deutschland.

Unter 20- und über 70-Jährige, die sich ehrenamtlich engagieren, spenden mehr als ihre Altersgenossen



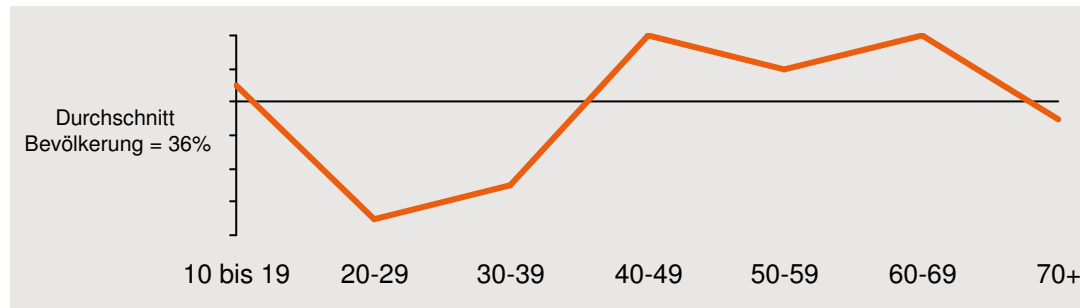
Bilanz des Helfens
Jahr 2012

Spendenverhalten und Ehrenamt

Anteil ehrenamtlich Engagierter nach Alter

20-39-Jährige sind deutlich seltener in einem Ehrenamt aktiv als Jugendliche oder ältere Menschen.

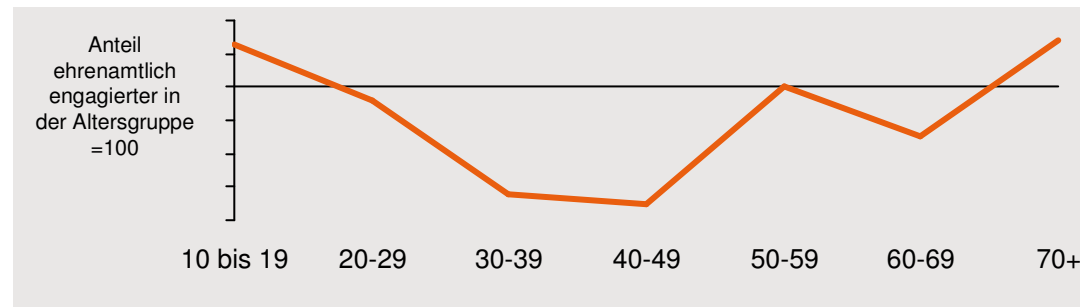
Ab 40 Jahren steigt die Bereitschaft zum ehrenamtlichen Engagement deutlich an.



Beitrag ehrenamtlich Engagierter zum Spendenvolumen
(Index vs. Anteil ehrenamtlich Engagierter in der Altersgruppe)

Unter 20-Jährige und über 70-Jährige, die sich ehrenamtlich engagieren, spenden mehr als der Durchschnitt der Altersgruppe.

Bei 30-49-Jährigen liegt die Spendenfreudigkeit der ehrenamtlich Tätigen unter dem Durchschnitt der Altersgenossen.



Angehörige von Religionsgemeinschaften spenden mehr als der Durchschnitt der Bevölkerung

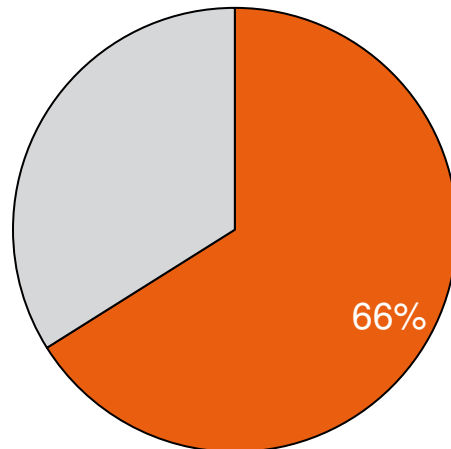
Spendenverhalten und Religions-Zugehörigkeit



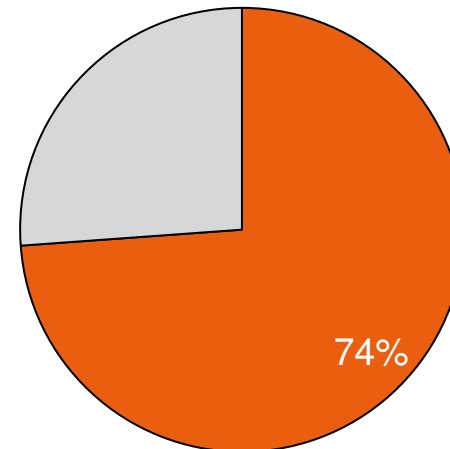
Bilanz des Helfens
Jahr 2012

Anteil der Angehörigen einer Konfession oder Religionsgemeinschaft

in der Bevölkerung
in %



an den Spendeneinnahmen 2011
in %



66% der deutschen Privatpersonen ab 10 Jahren gehören einer Konfession oder Religionsgemeinschaft an. Diese Gruppe steht für 74% des gesamten Spendenaufkommens in Deutschland.

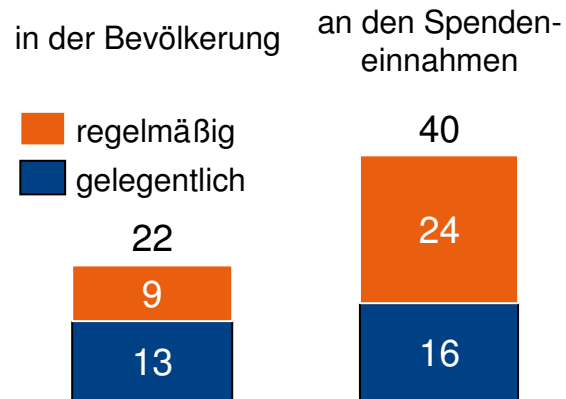
Menschen, die sich mit ihrer Religion verbunden fühlen, tragen überdurchschnittlich zum Spendenvolumen bei



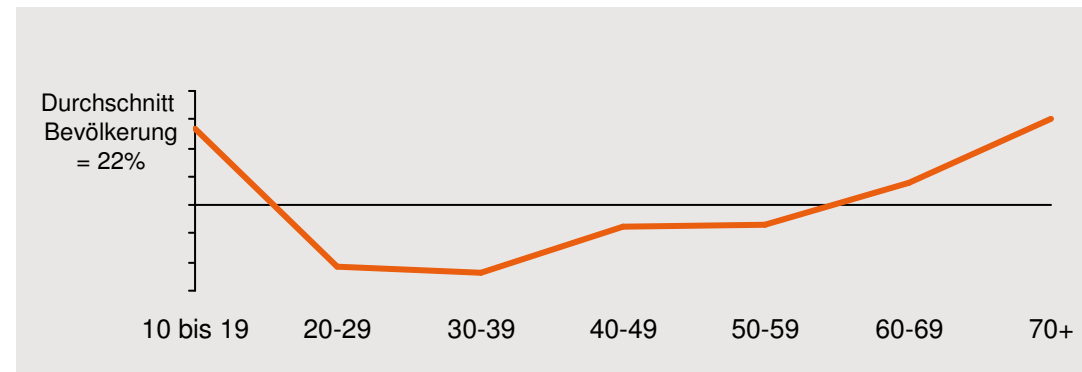
Bilanz des Helfens
Jahr 2012

Spendenverhalten und Gottesdienstbesuch

Anteil Gottesdienstbesucher in %



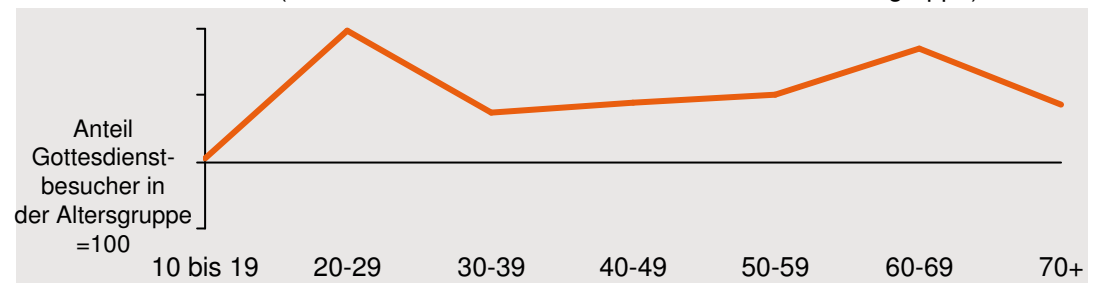
Anteil Gottesdienstbesucher in den Altersgruppen



22% der deutschen Bevölkerung besuchen zumindest gelegentlich Gottesdienste ihrer Religion. Sie stehen für 40% der gesamten Spendeneinnahmen in Deutschland. Die hohe Spendenfreudigkeit der Menschen mit religiöser Bindung zeigt sich über alle Altersgruppen hinweg.

Beitrag Gottesdienstbesucher zum Spendenvolumen

(Index vs. Anteil Gottesdienstbesucher in der Altersgruppe)



Ihre Ansprechpartner



Deutscher Spendenrat e.V.



Daniela Felser
Geschäftsführerin

+ 49 (30) 467 05 200
Felser@spendenrat.de

GfK



Karin Schmid
Division Manager ConsumerScope
Mitglied der Geschäftsleitung

+ 49 (911) 395 3633
karin.schmid@gfk.com