



Bundespressekonferenz zur Bilanz des Helfens

Deutscher Spendenrat e.V.
GfK AG Panel Services Deutschland
Berlin 8. Oktober 2009

Agenda

- 1 Erhebungsmethode
- 2 Entwicklung der Geldspenden
- 3 Aussagen zum Spenderverhalten und der Spendenmotivation
- 4 Auswirkungen der Finanzkrise auf private Geldspenden
- 5 Zusammenfassung

1 Erhebungsmethode

Charity Scope – Definition

4

In **Charity Scope** werden die von deutschen Privatpersonen, die älter sind als 10 Jahre, freiwillig getätigten

Geld-, Sach- und Zeitspenden

an gemeinnützige Organisationen, Hilfsorganisationen und/oder Wohltätigkeitsorganisationen sowie Kirchen erfasst.

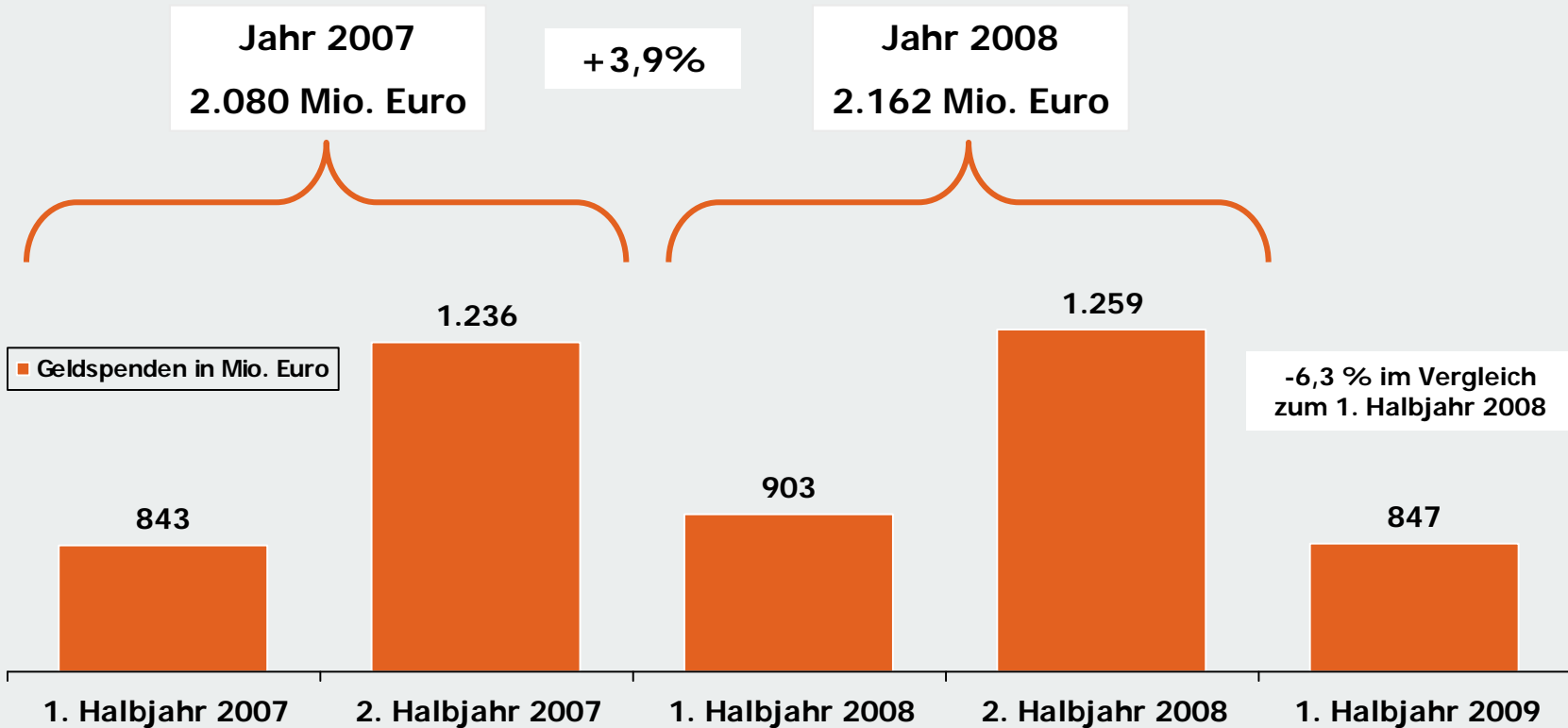
Nicht enthalten sind Erbschaften und Unternehmensspenden.

Ausgeschlossen sind Spenden an politische Parteien und/oder Organisationen sowie gerichtlich veranlasste Spenden.



2 Entwicklung der Geldspenden

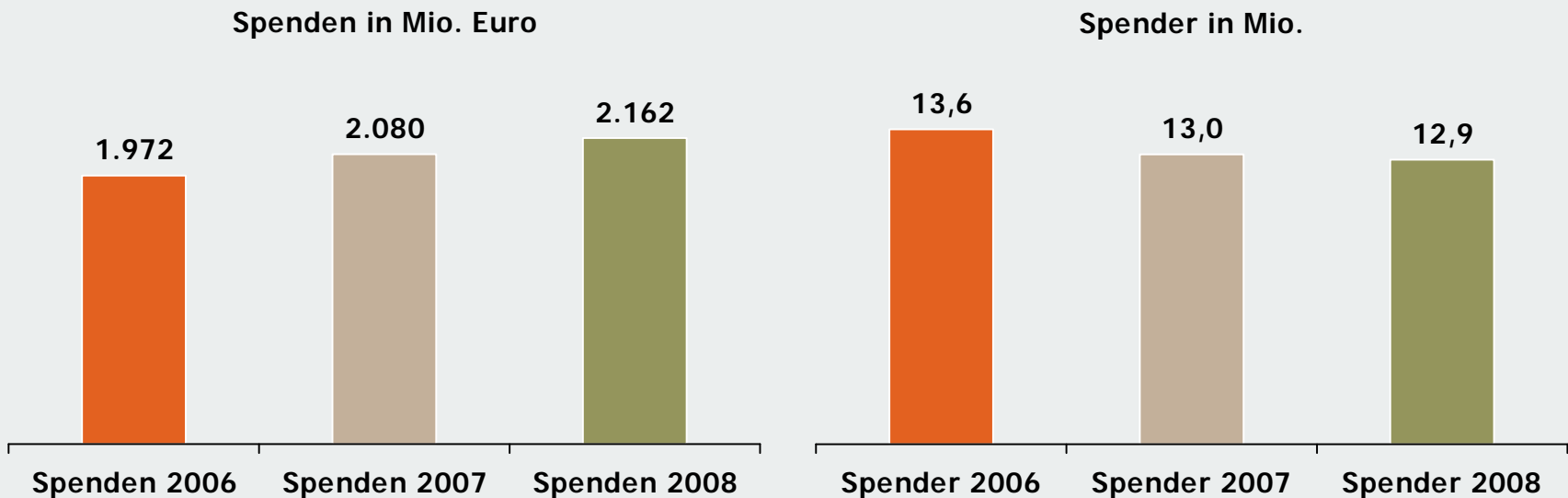
Geldspendenvolumen steigt auch 2008 weiter an



Insgesamt zeigte sich das Jahr 2008 bezüglich des Spendenmarktes durchaus positiv. Eine Steigerung von 2.080 Millionen Euro in 2007 auf 2.162 Millionen Euro in 2008 bedeuten ein Plus von 82 Millionen Euro bzw. 3,9%.

Mehr Spenden – und in 2008 kaum weniger Spender!
 D.h.: In 2008 blieb die Anzahl der Deutschen, welche trotz
 Wirtschaftskrise spendeten, nahezu konstant .

Anteil Spender an Deutschen ab 10 Jahren:
 21,3 % 20,3 % 20,2%



Die Steigerung des Geldspendenvolumens wird von immer weniger Menschen getragen.

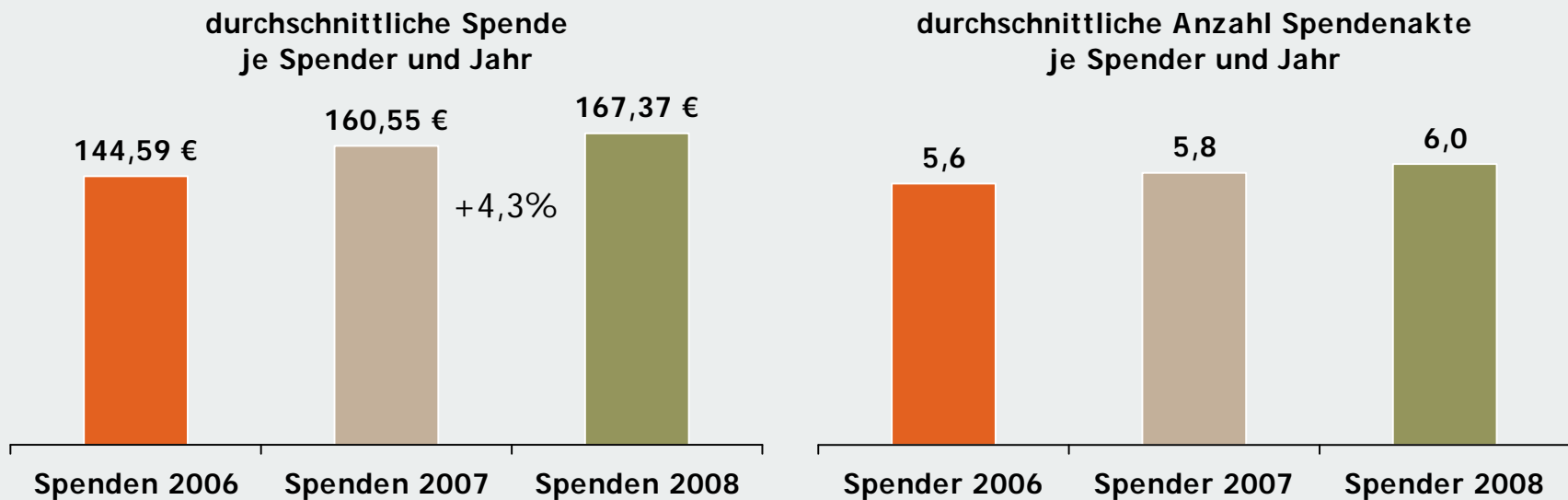
Durchschnittsspende 2006: 25,66 €

Durchschnittsspende 2007: 27,49 €

Durchschnittsspende 2008: 27,82 €

Die Spendenorganisationen konnten in 2008 den Spender zu häufigerem spenden bewegen. Dadurch stieg ebenfalls der pro Jahr in Deutschland durchschnittlich gespendete Betrag um 4,3%.

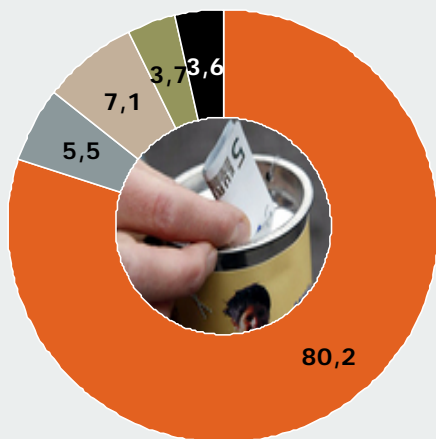
8



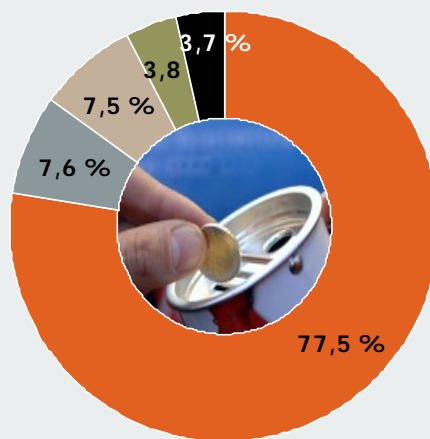
Welche Themen bewegen den Spender?

9

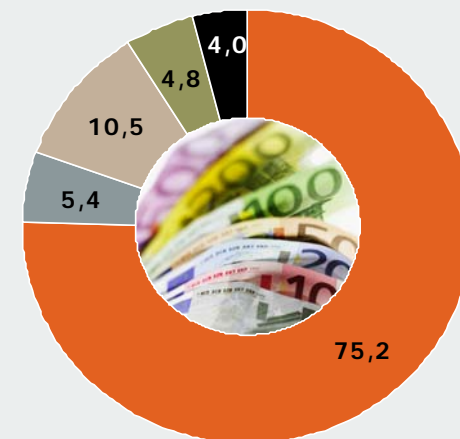
2007
2.080 Mio. Euro



2008
2.163 Mio. Euro



1. Halbjahr 2009
847 Mio. Euro



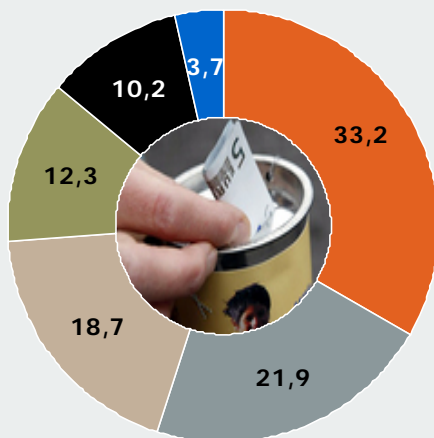
- Humanitäre Hilfe
- Kultur- / Denkmalpflege
- Sonstiges
- Tierschutz
- Umweltschutz

Wie schon seit Jahren zeigen sich bei den Spendenthemen nur kleine Verschiebungen!
Humanitäre Spenden verlieren zugunsten von Kultur und Denkmalpflege.

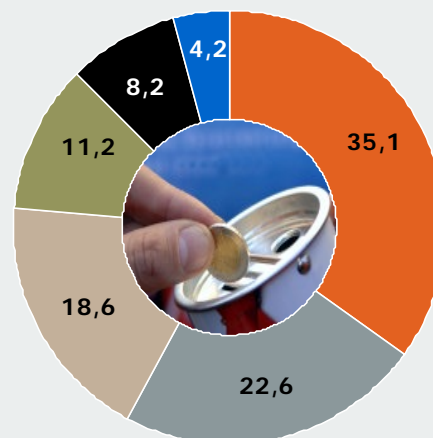
Die Humanitäre Hilfe – Ein vielfältiges Gebiet

10

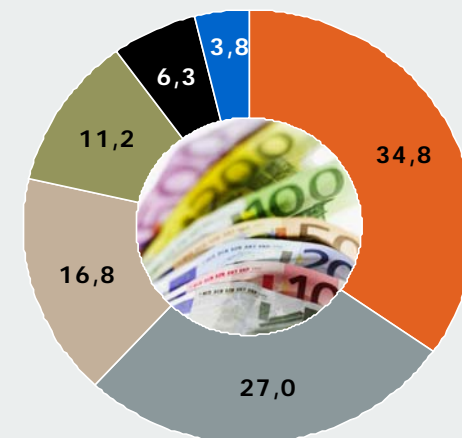
2007
2.080 Mio. Euro



2008
2.163 Mio. Euro



1. Halbjahr 2009
847 Mio. Euro



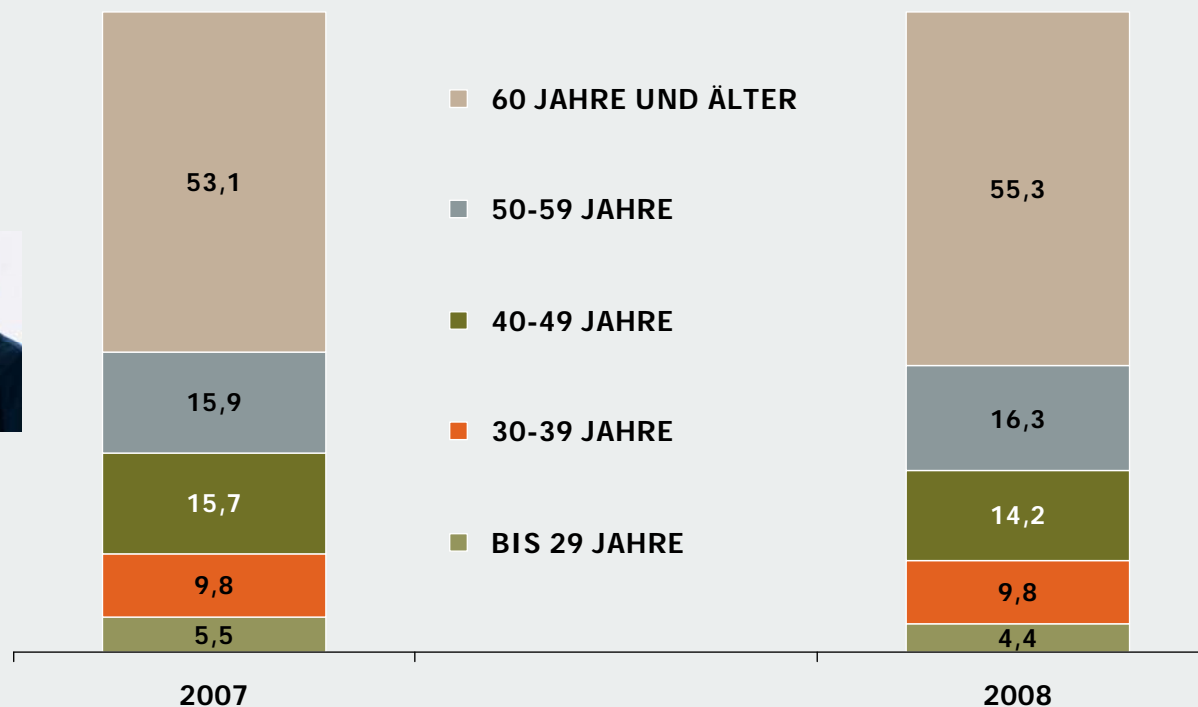
- Kirche / Religion
- Kinder
- Not- / Katastrophenhilfe
- Krankheit / Behinderung
- Langfristige Entwicklungsprojekte
- Sonstiges

2008 wurde mehr für die Themen Kinder und Kirche gespendet!

3 Aussagen zum Spenderverhalten und der Spendenmotivation

Die Generationen – Wer spendet am meisten!

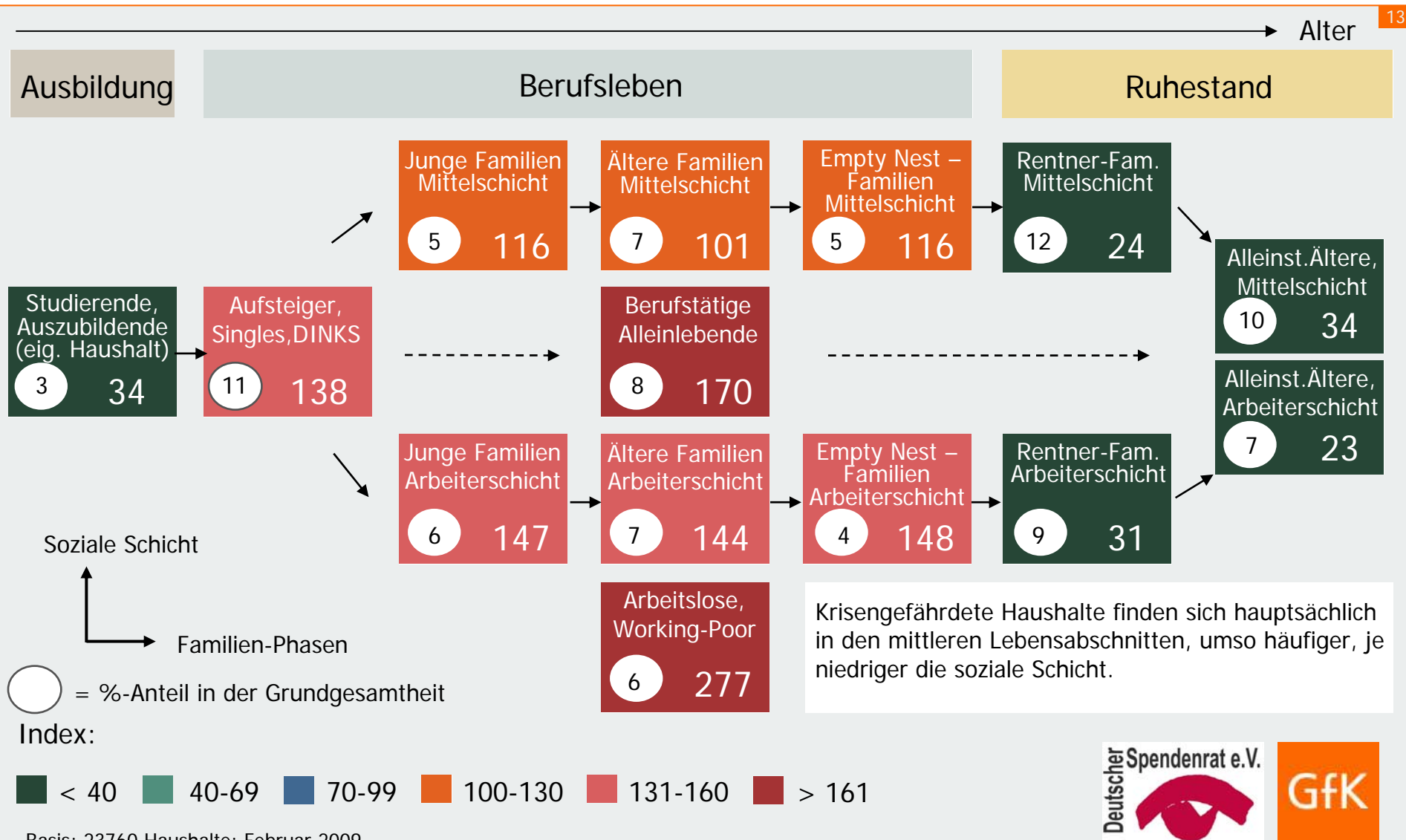
12



Noch immer stehen die Menschen über 60 Jahre für mehr als die Hälfte des gesamten Spendenaufkommens in der Bundesrepublik. Tendenz steigend!

Der Großteil der privaten Geldspender ist krisenresistent!

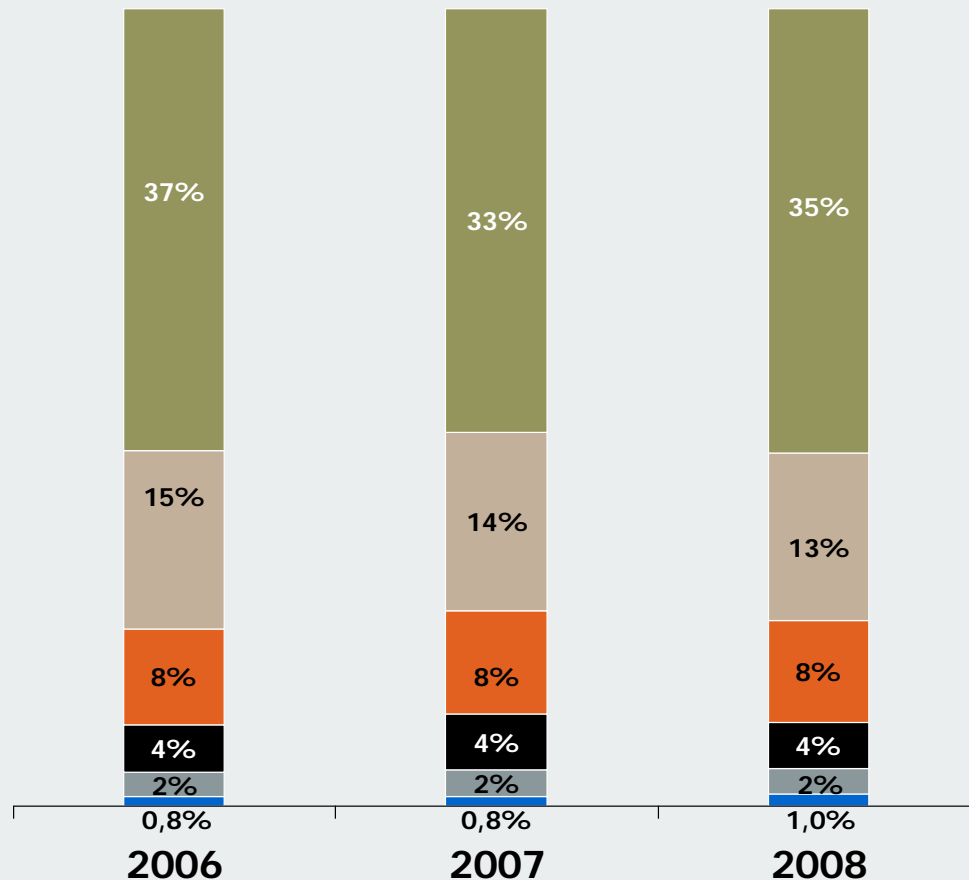
FAMILIEN-LEBENSWELTEN: Krisengefährdete Haushalte (Indexwerte)



Der adressierte Spendenaufruf für konkrete Projekte ist ein großer Motivator für eine Spende. Dies gilt deutlich überdurchschnittlich für den Großteil der Spender, die Altersgruppe 60+

14

Was hat letztlich zur Spende geführt?



Spendenmotivation durch adressierten Werbebrief:

60 bis 69 Jahre Plan	70 Jahre und älter
42%	47%

- adressierter Spendenaufruf
- Kollekte
- Hinweis von Freunden
- Zeitung / Zeitschrift
- TV-Beitrag
- Surfen im Internet

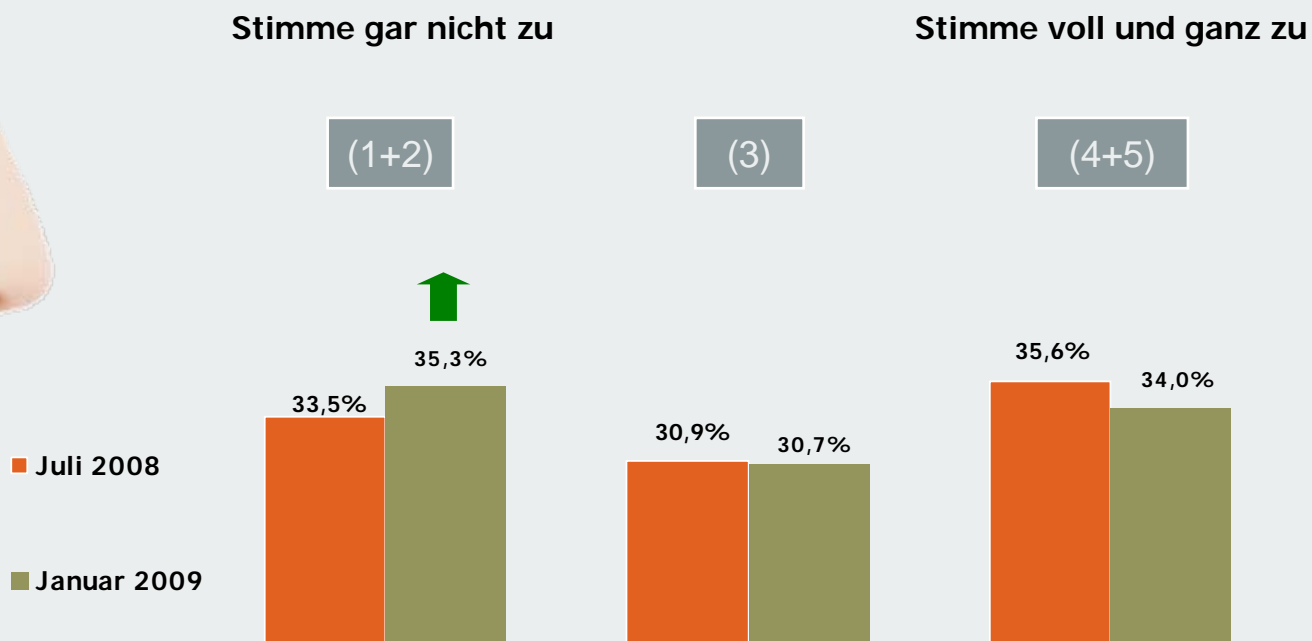
Aufzählung nicht vollständig

4 Auswirkungen der Finanzkrise auf private Geldspenden

Die persönliche Einschätzung der Bürger:
Die wirtschaftliche Situation wird weniger häufig als Grund genannt nicht zu spenden.

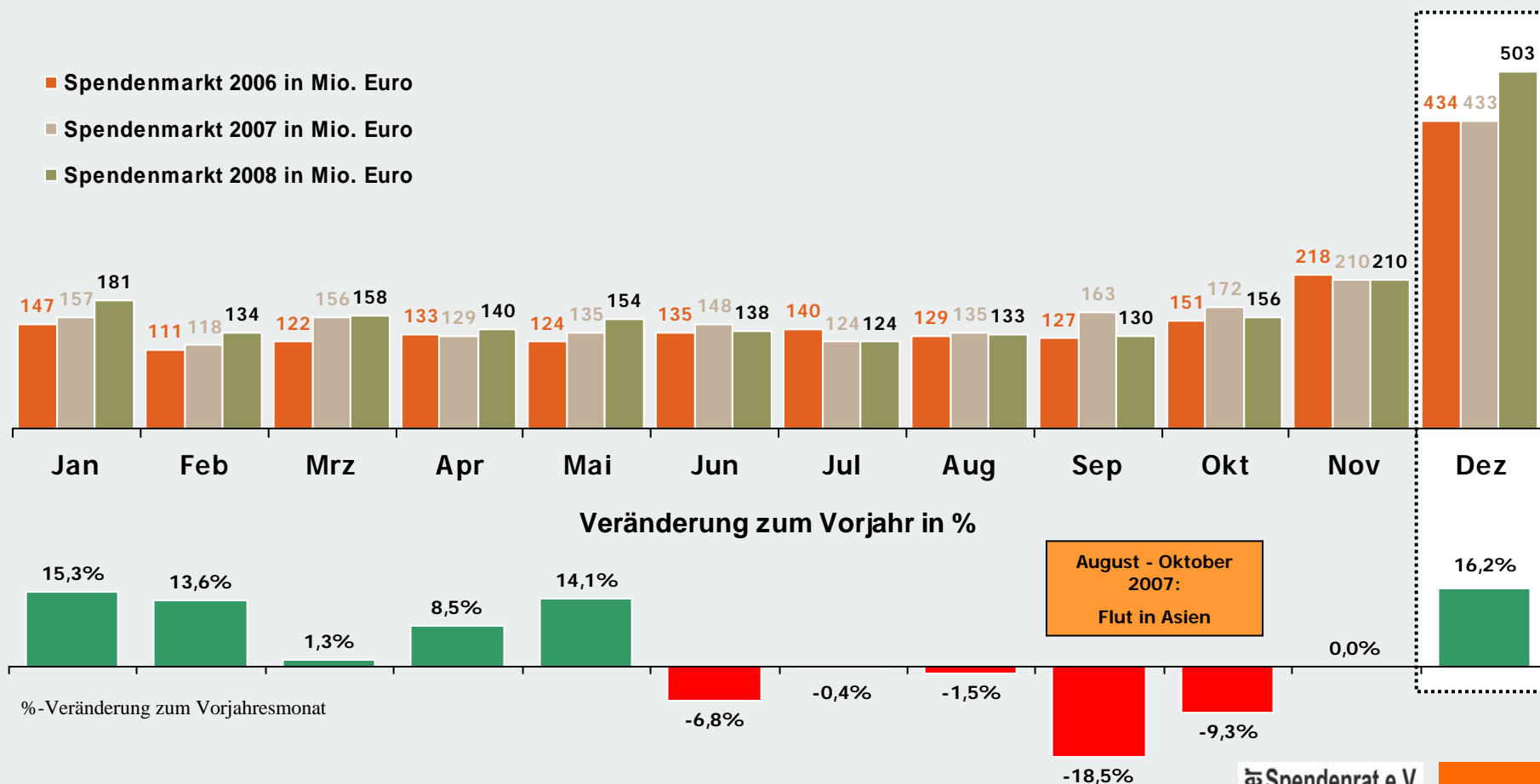
16

„In meiner wirtschaftlichen Situation kann ich mir keine Spenden leisten“



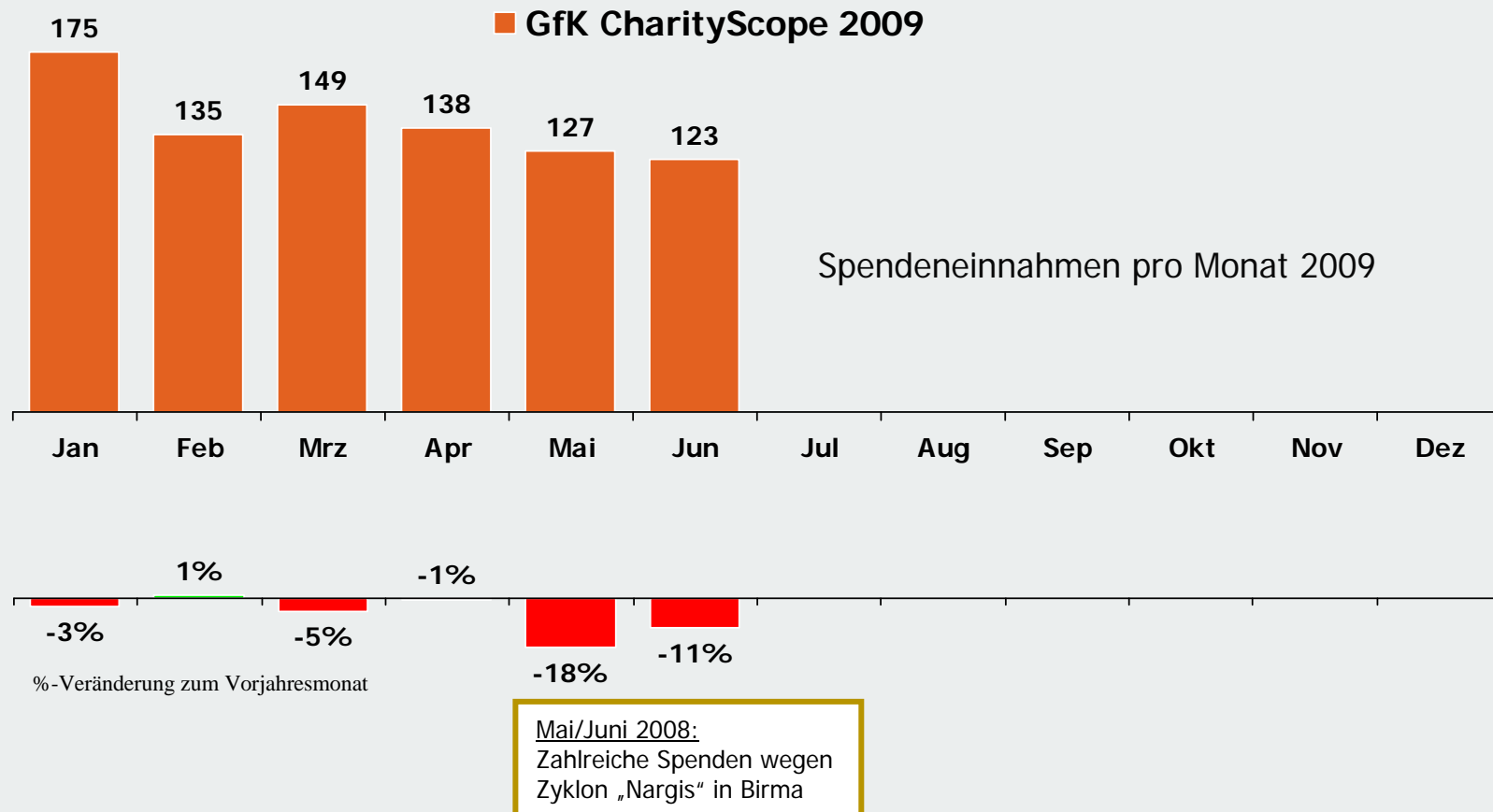
Die Wirtschaftskrise wirkt sich in 2008 nicht auf das Spendenverhalten aus:
Alleine im Dezember 2008 ein Plus an privaten Geldspenden von 70 Millionen Euro!

17



Die Entwicklung der privaten Geldspenden im 1. Halbjahr 2009: -6,3%
 Der Spendenrückgang resultierte hauptsächlich aus den Monaten Mai und Juni 2009. Diese waren in 2008 durch eine Sturmkatastrophe geprägt.

18

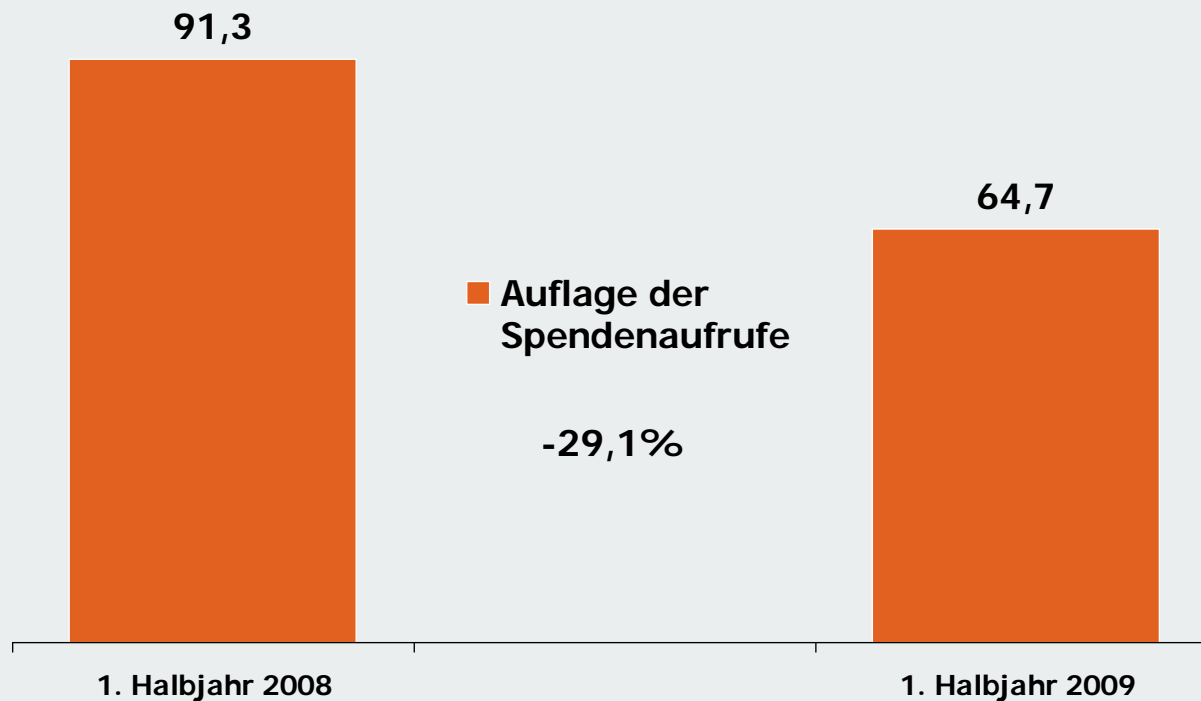


+/- Veränderung in % zum Vorjahrsmonat

Zurückhaltung bei der Aussendung von adressierten Spendenaufrufen:

19

Die Spendenorganisationen reagierten auf die Wirtschaftskrise im 1. Halbjahr mit Zurückhaltung bei der Aussendung von Spendenaufrufen. Dies hat allerdings auch ein Einnahmeminus provoziert.



5 Zusammenfassung

Zusammenfassung: 2008 trotz Wirtschaftskrise Spendenanstieg

21

Entwicklung der Geldspenden

- Bei nahezu konstanter Spenderquote steigt das Geldspendenvolumen in Deutschland durch die gestiegene Spendenhäufigkeit in 2008 um 82 Mio. Euro bzw. 3,9%.
- Die „humanitäre Hilfe“ bildet weiterhin den Schwerpunkt der Spenden, allerdings verlagert der Spender seine Zuwendungen, zumindest in Teilen, weg von den Organisationen hin zu bedürftigen Menschen in seinem persönlichen Umfeld.

Auswirkungen der Finanzkrise auf private Geldspenden: 2008:

- Mehr als 50% aller Spenden kommen von Menschen die älter als 60 Jahre sind. Sie befinden sich zu einem Großen Teil bereits im oder auf dem Weg zum Ruhestand. Einschnitte wie Kurzarbeit, Arbeitslosigkeit oder Lohnkürzungen greifen bei Ihnen nicht oder nur sehr wenig.
- Die Bereitschaft, trotz Wirtschaftskrise zu spenden, ist gestiegen.
- Dies bestätigt besonders die Entwicklung im Dezember 2008: +70 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahresmonat.
- Fazit: Die Wirtschaftskrise wirkt sich in 2008 nicht auf das Spendenverhalten aus.

Zusammenfassung 1. Halbjahr 2009 : Spendenbereitschaft ungebrochen

22

1. Halbjahr 2009:

- Der Spender bleibt auch im 1. Halbjahr 2009 loyal.
- Die negative Entwicklung der privaten Geldspenden lässt sich anhand von zwei Ereignissen beschreiben:
 1. Der Spendenrückgang resultierte hauptsächlich aus den Monaten Mai und Juni. Diese waren in 2008 durch eine Sturmkatastrophe geprägt.
 2. Die Spendenorganisationen reagierten auf die Wirtschaftskrise im 1. Halbjahr mit Zurückhaltung bei der Aussendung von adressierten Spendenaufrufen. Ein verantwortungsvoller Umgang mit den Spendengeldern, der allerdings auch ein Einnahmeminus provoziert hat, denn der adressierte Spendenaufruf ist der größte Auslöser für eine Spende.

Zusammenfassend ist das Spendenverhalten vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise als positiv zu werten.

Ihre Ansprechpartner

Daniela Felser

Deutscher Spendenrat e.V.

**Unter den Linden 14
10117 Berlin**

Tel.: 030 / 726 16 80 16

E-Mail: Felser@spendenrat.de

Roland Adler

GfK SE

**Panel Services Deutschland
Nordwestring 101
90419 Nürnberg**

Tel.: 0911 / 395 4157

E-Mail: Roland.Adler@gfk.com