Deutscher Spendenrat e.V.

GfK

Bilanz des Helfens 2016

Berliner Pressekonferenz, 1. März 2016

1. Methodik GfK CharityScope

GfK CharityScope: Die Methodik

Befragungsinhalt

Monatliche Erfassung der Spenden von deutschen Privat-personen ab 10 Jahren – damit können auch saisonale Effekte und Auswirkungen von Katastrophen analysiert werden.

Nicht enthalten sind Erbschaften und Unternehmensspenden, Spenden an politische Parteien und Organisationen und gerichtlich veranlasste Geldzuwendungen, Stiftungsneugründungen und Großspenden über 2.500 €.[1]

Befragungsmethode

Schriftlich (ca. 80% Online, ca. 20% Paper & Pencil) in Form eines Tagebuchs, das von den Panel-teilnehmern selbst kontinuierlich geführt wird.

Hochrechnung

Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand 2015: 67,7 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahre hochgerechnet.

Stichprobe

Kontinuierliches Panel von 10.000 deutschen Einzel-personen ab 10 Jahren (Stand 2015).

[1] Bei Großspenden über 2.500 € erfolgt eine Bereinigung der Daten, um eine Vergleichbarkeit über mehrere Jahre zu gewährleisten.

2. Bilanz des Helfens 2016

Kernergebnisse zum Spendenverhalten 2015 (1/3)

Eckdaten zur Marktentwicklung

- Das **Spendenvolumen** lag im Jahr 2015 bei **5.539 Mio. Euro**. Das bedeutet ein Plus von 11,7% gegenüber dem Vorjahr.

- Ausschlaggebend für den deutlichen Anstieg ist die positive Entwicklung **aller relevanten Faktoren**:
  - Die **Anzahl der Spender**: Insgesamt **22,7 Mio. Personen** – das sind 34% der deutschen Bevölkerung – haben im Jahr 2015 Geld gespendet (2014: 22,4 Mio. Personen).
  - Die **Spendenhäufigkeit** stieg von 6,2 Spenden pro Person auf 6,6 Spenden pro Person.
  - Die **durchschnittliche Spende** erhöhte sich von 36 Euro auf 37 Euro.

Kernergebnisse zum Spendenverhalten: 2015 (2/3)

Spendenanstoß und Spendenzweck

- **Zuwächse** im Spendenaufkommen erhielt vor allem der Bereich humanitäre Hilfe.
- Daneben konnten auch **Tierschutz und Sport** ein Plus verbuchen, während **Umwelt-/Naturschutz** und **Kultur-/Denkmalpflege** einen Rückgang des Spendenaufkommens verzeichnen.
- **Deutlich an Bedeutung gewonnen haben Spenden für die Not-/Katastrophenhilfe.** Diese Gewinne betreffen vor allem die Monate Mai (Erdbeben Nepal) und September/ Dezember (Flüchtlingskrise in Deutschland) und wurden überdurchschnittlich oft über Mailings und über die Medien angestoßen.
- Das deutliche Plus bei der Katastrophenhilfe ist zu 63% auf **höhere Ausgaben der Spender und neue Spender zurückzuführen.** 37% der Mehrausgaben für Not-/Katastrophenhilfe gingen aber auch zu Lasten von anderen Spendenzwecken.
- Die Bedeutung der **kirchlichen und der Top 30 nicht konfessionellen Organisationen stieg im laufenden Jahr wieder an** – „kleinere“ Organisationen verlieren an Bedeutung.

Kernergebnisse zum Spendenverhalten 2015 (3/3)

Spenden für Flüchtlinge in Deutschland

- Unsere Befragung zeigt, dass rund die Hälfte der Deutschen befürchtet, die eigene Bevölkerung könnte durch die Flüchtlingswelle benachteiligt werden. Gleichzeitig sehen wir aber auch, dass sich **47% der Befragten im vergangenen Jahr für Flüchtlinge engagierten** – und damit letztlich zu einem neuen Spendenrekord beigetragen haben.

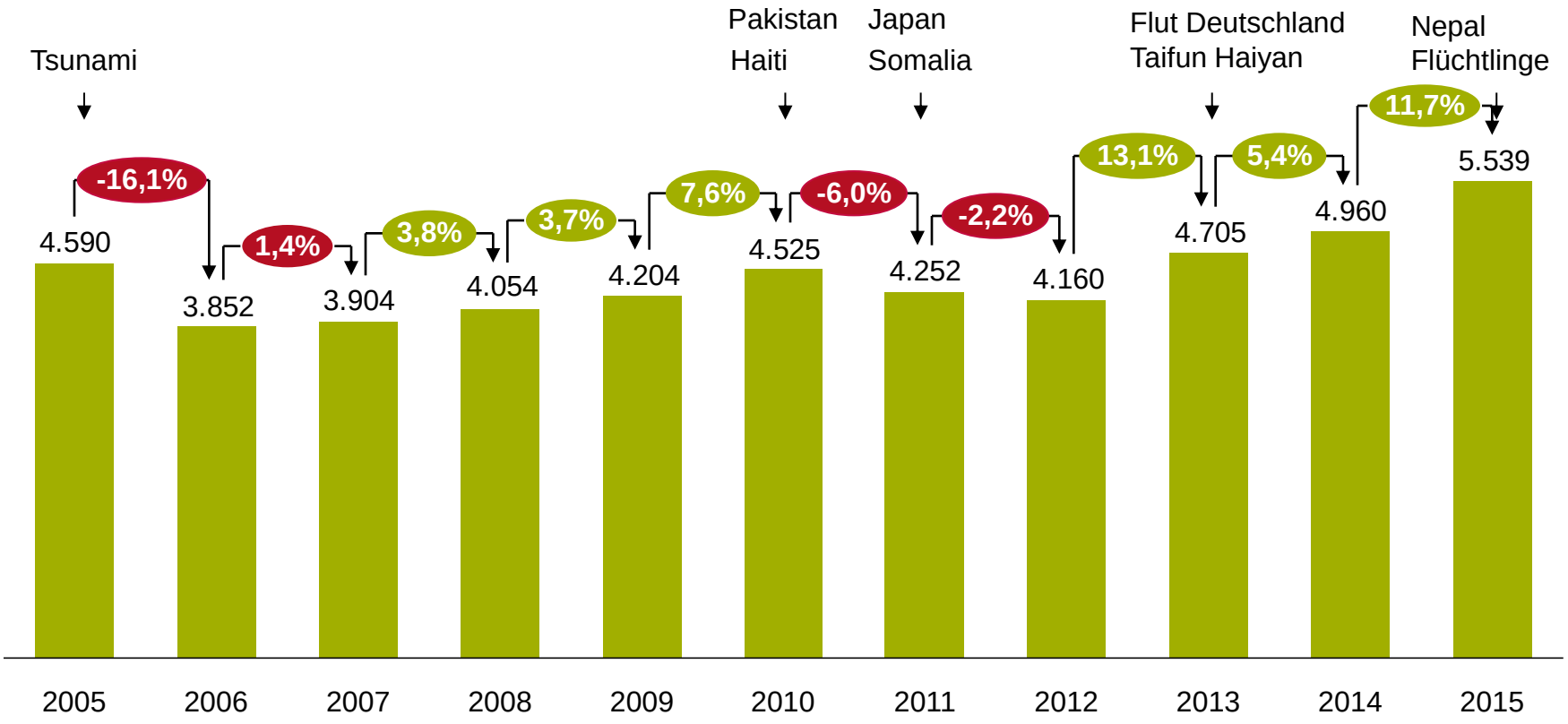
- 34% haben sich ausschließlich durch Sachspenden für Flüchtlinge eingesetzt. 8% haben Geld gespendet, 6% haben sich ehrenamtlich engagiert.

- Überproportionales Engagement für Flüchtlinge – insbesondere bei Geldspenden - zeigen die **über 60-Jährigen.**

2.1. Eckdaten zum Spendenverhalten

Spendenvolumen auf Rekordniveau – Plus 11,7% gegenüber Vorjahr

Gesamtmarkt Spendeneinnahmen von privat (Jan.-Dez., in Mio. €)

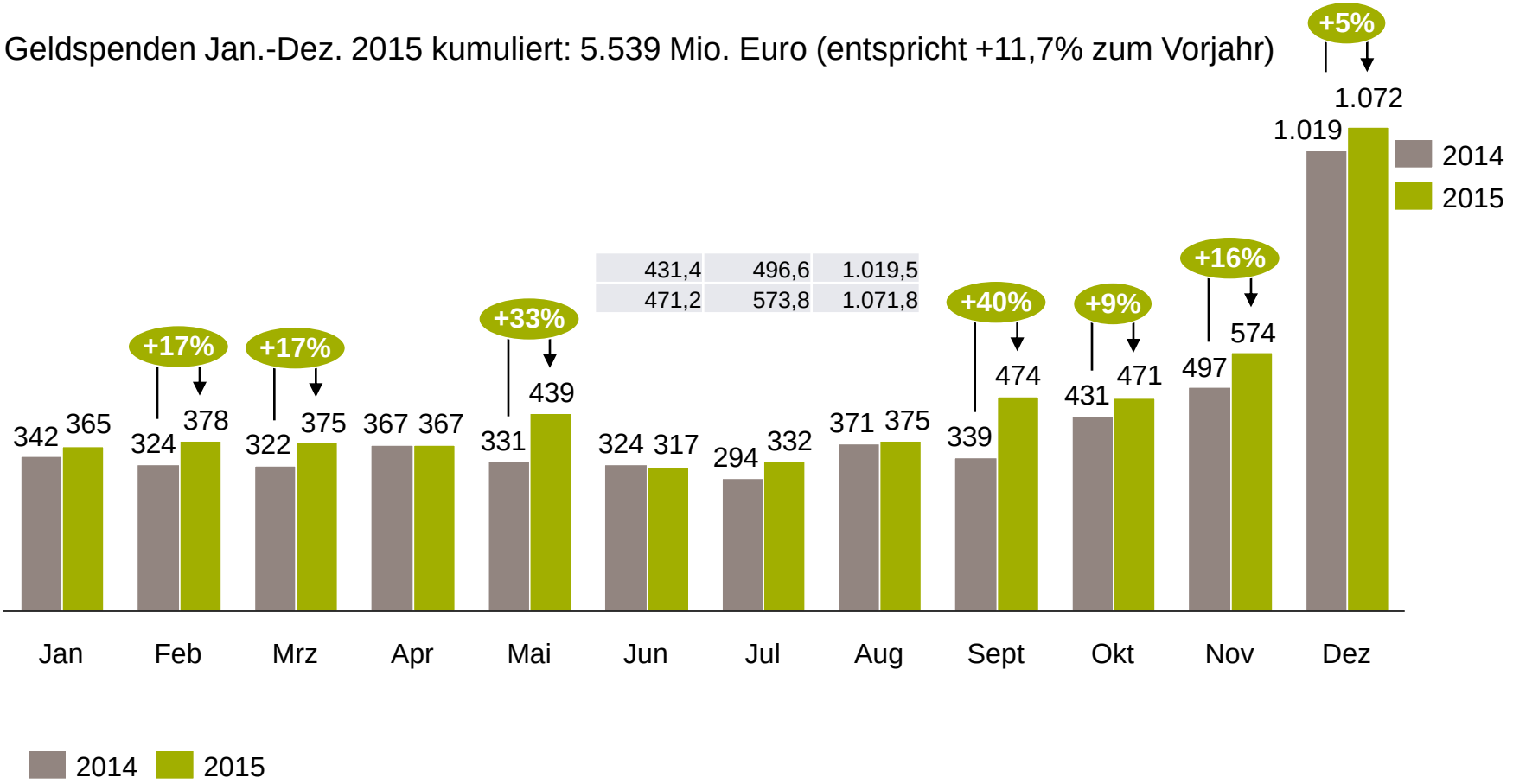


GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2015

Spendenvolumen auch in den letzten drei Monaten deutlich über dem Vorjahr

Spenden im Monatsverlauf (Einnahmen in Mio. €)

Geldspenden Jan.-Dez. 2015 kumuliert: 5.539 Mio. Euro (entspricht +11,7% zum Vorjahr)

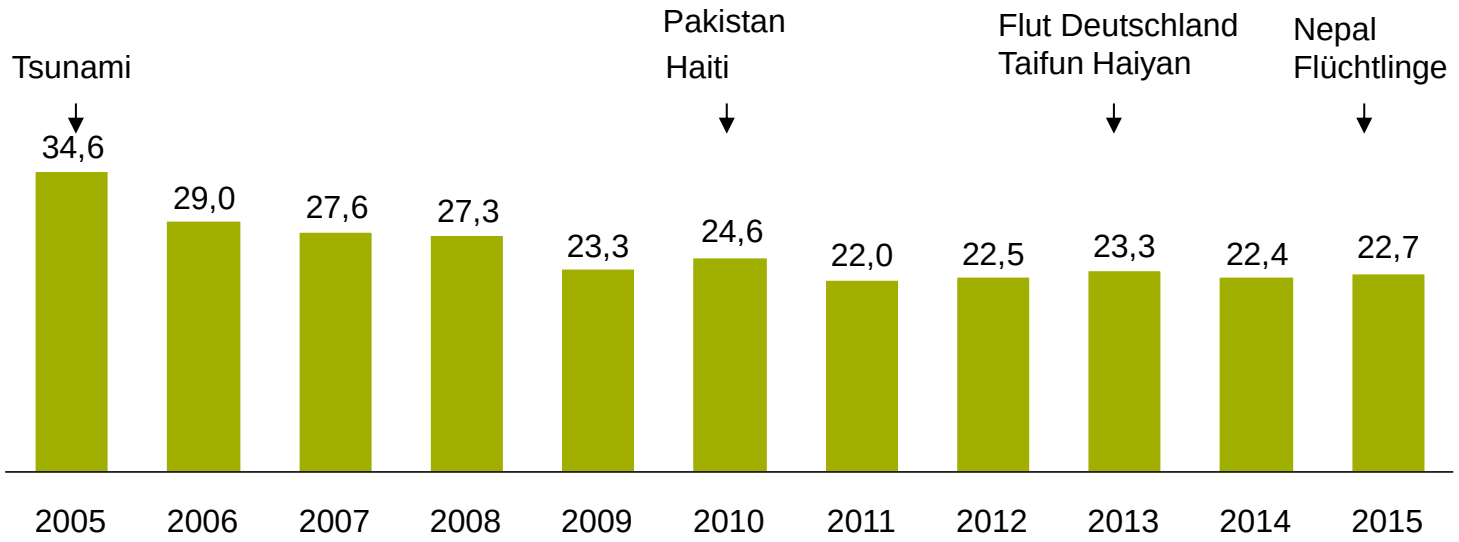


GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2015

Alle wichtigen Kennzahlen im Plus: etwas mehr Spender spenden häufiger und höhere Summen

Entwicklung von Spenderzahlen, Spendenhäufigkeit und Durchschnittsspende

Anzahl Spender im Jahr (Jan.-Dez. in Mio.)



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Anteil Spender an der Bevölkerung in %	50,9	42,6	40,6	40,1	34,3	36,1	32,4	33,2	34,3	33,0	33,6
Spendenhäufigkeit pro Spender	4,3	5,0	5,1	5,4	6,3	6,3	6,7	6,5	6,2	6,2	6,6
Durchschnittspende pro Spendenakt in €	31	27	28	29	29	29	29	29	33	36	37

GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2015

2.2. Spendenanstoß, Spendenzweck und Spender-Zielgruppen

Krisenherde in der Welt – und die Flüchtlingswelle in Deutschland

Erdbeben Nepal (Mai 2015)

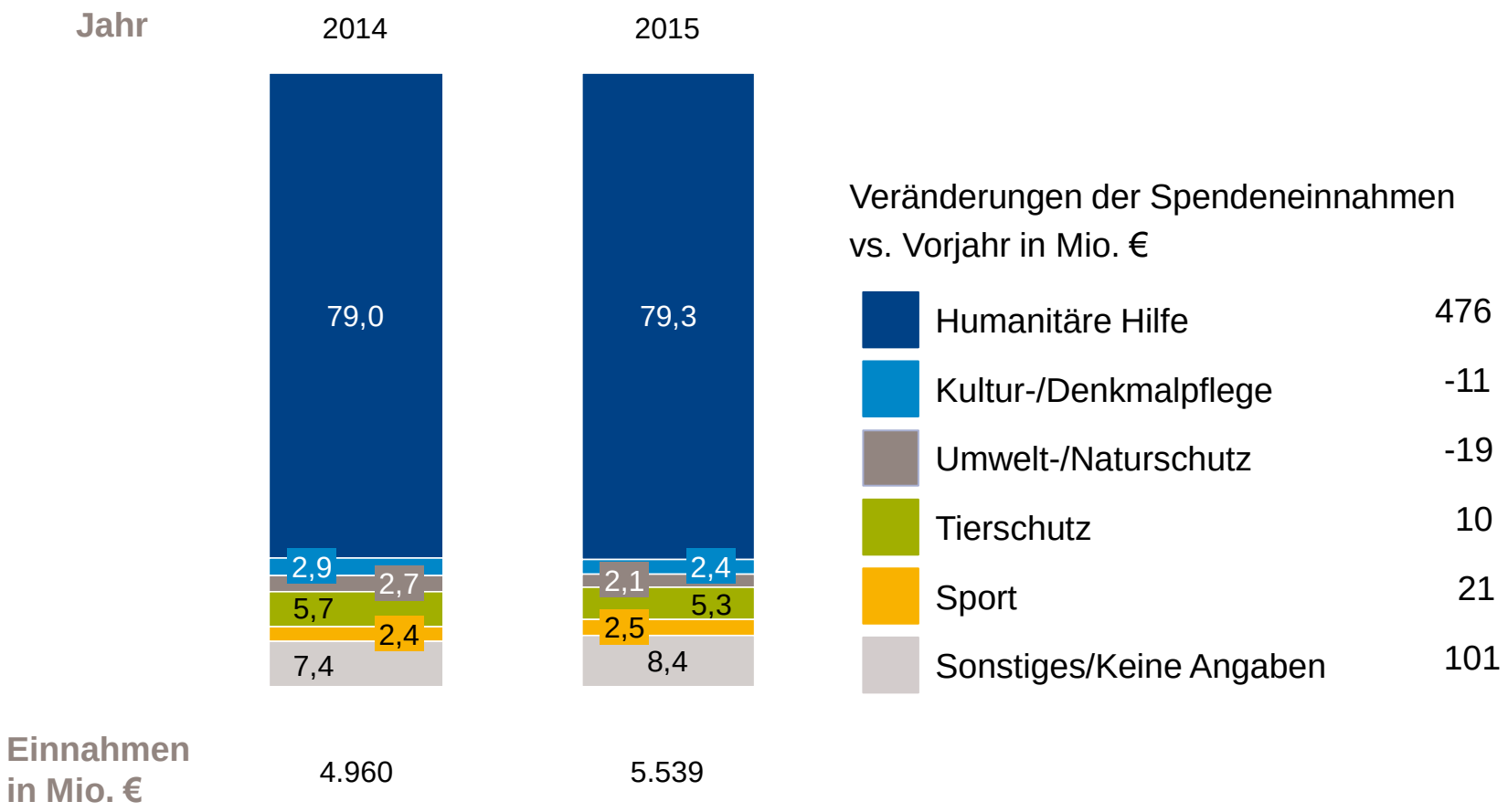
Nahost

Flüchtlingskrise in Europa/Deutschland

Zuwächse im Spendenaufkommen überwiegend im Bereich humanitäre Hilfe

Spendenzwecke: Selbsteinschätzung der Befragten

(Anteile an den Einnahmen in %)



GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2015

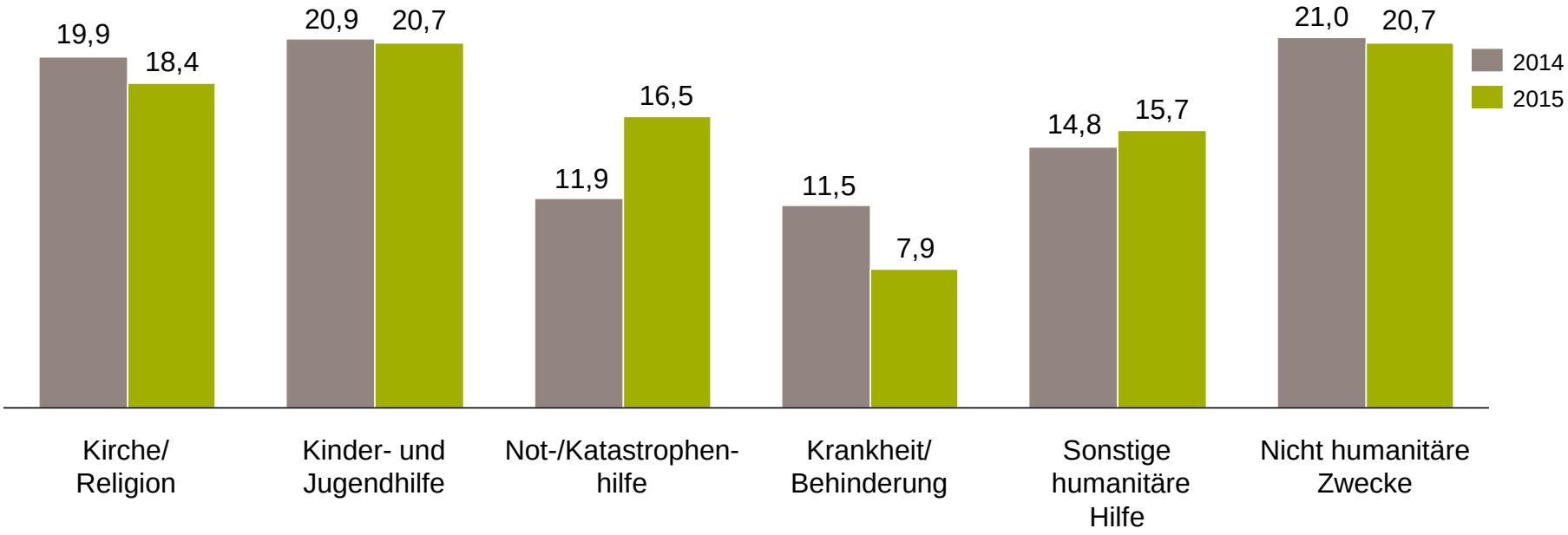
Not- und Katastrophenhilfe gewinnt an Bedeutung

Spendenzwecke nach Selbsteinschätzung der Spender

(Anteile an den Einnahmen in %)

- Langfristige Entwicklungshilfe
- Bildung
- Sonstige soziale Zwecke

- Kultur-/ Denkmalpflege
- Umwelt-/ Naturschutz
- Tierschutz
- Sport

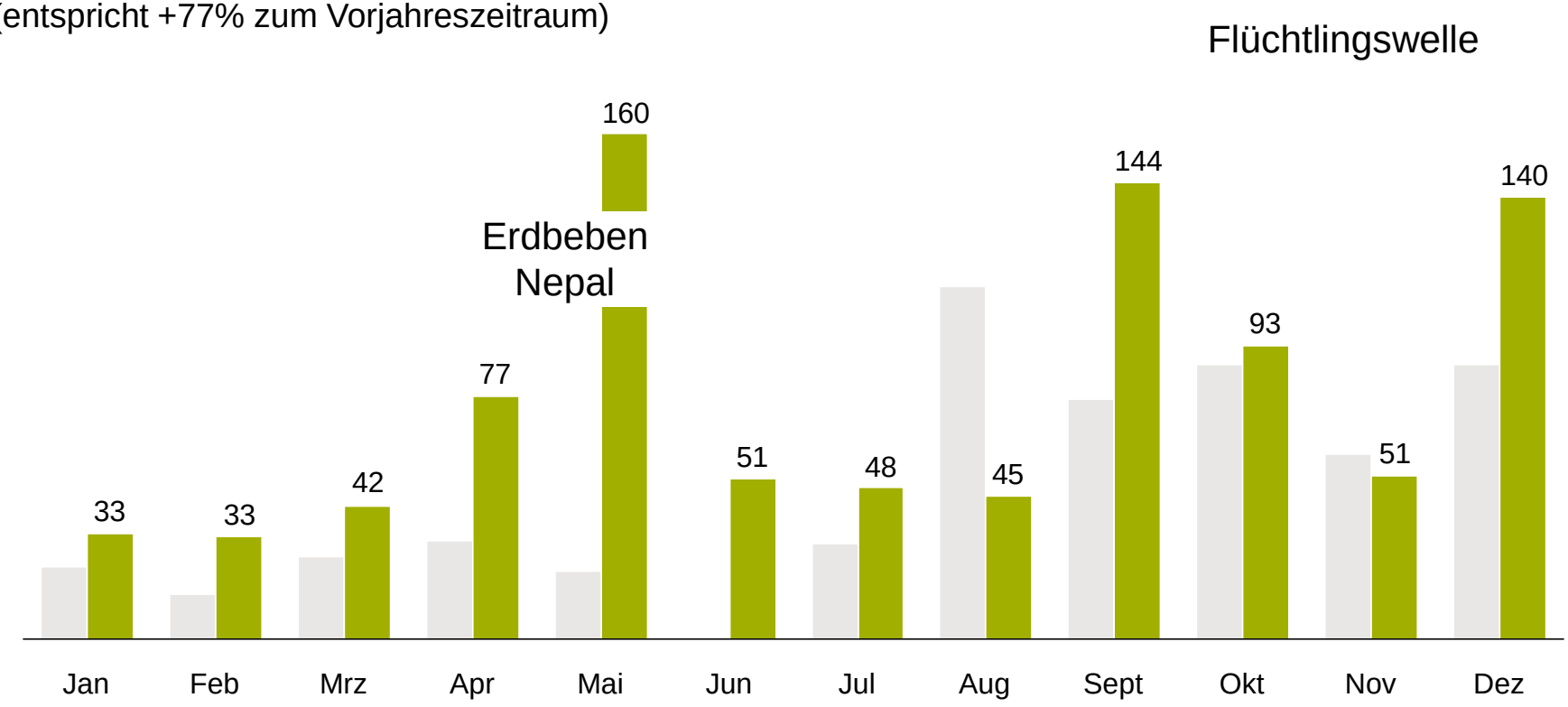


GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2015

Schwerpunkt der Spenden für Not-/Katastrophenhilfe: Mai (Nepal), September - Dezember (Flüchtlingswelle)

Spenden für Not-/Katastrophenhilfe im Monatsverlauf (Einnahmen in Mio. €)

Geldspenden für Not-/Katastrophenhilfe im Jahr 2015: 631 Mio. Euro
(entspricht +77% zum Vorjahreszeitraum)

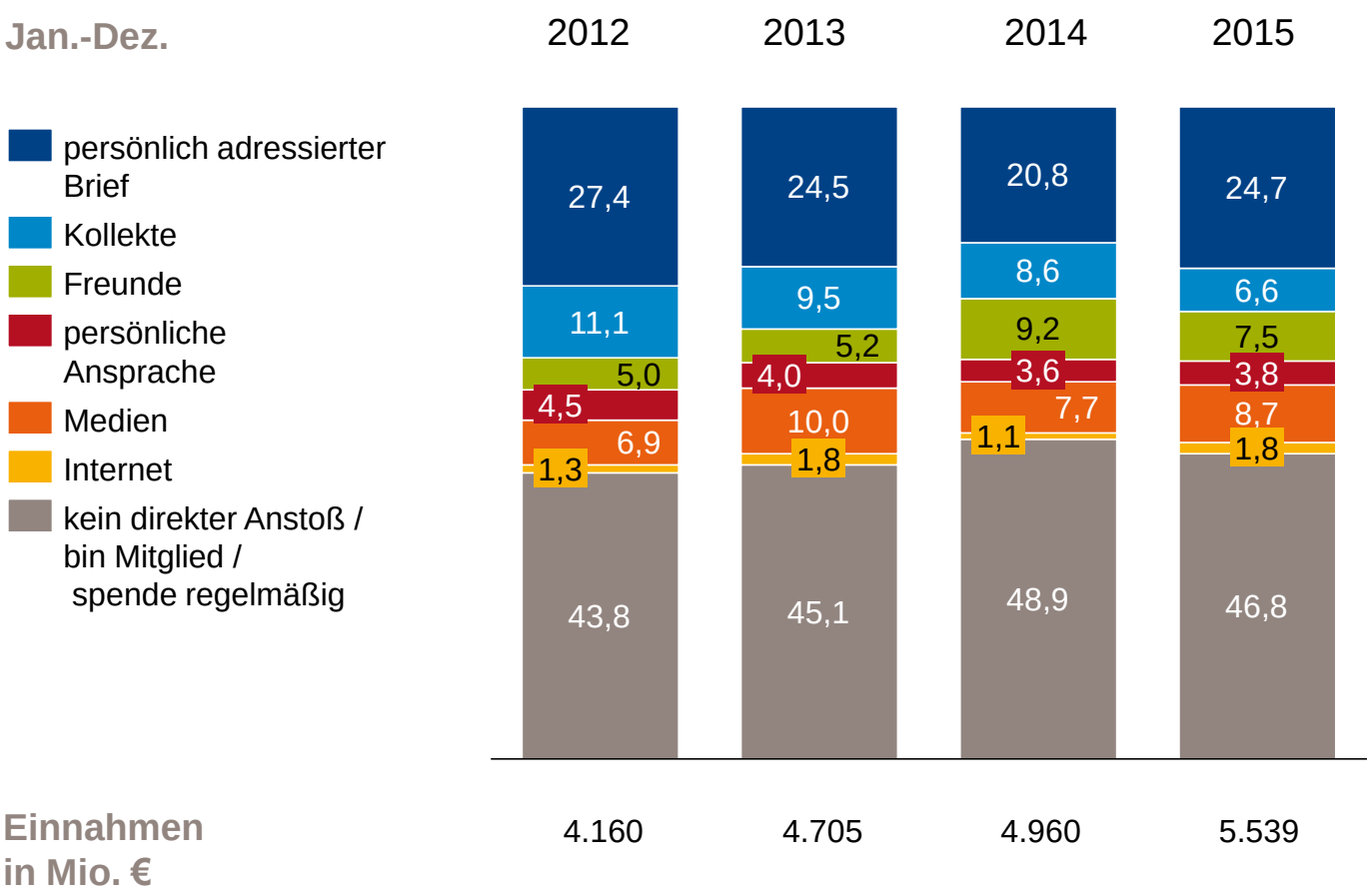


GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2015

Persönlich adressierte Briefe gewinnen wieder an Bedeutung

Was hat den Anstoß zur Spende gegeben?

(Anteile an den Einnahmen in %)

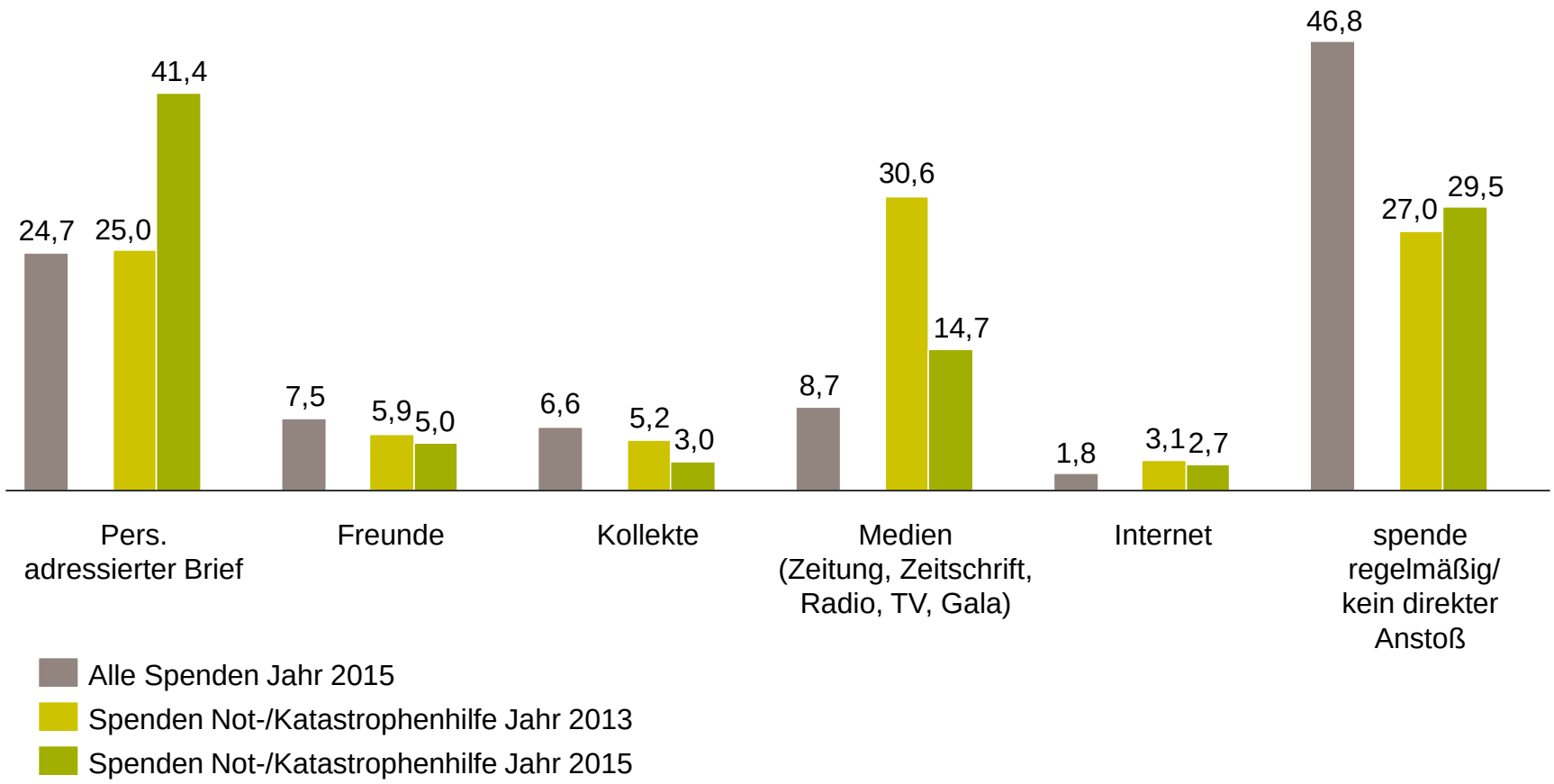


GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2015

Spendenanstoß für Katastrophenhilfe im laufenden Jahr weit überdurchschnittlich über Mailings angestoßen

Zugangswege bei Spenden für Katastrophenhilfe vs. alle Spenden

(Anteile an den Einnahmen in %*)



[1] Differenz zu 100%: andere Zugangswege, keine Angaben zu den Zugangswegen

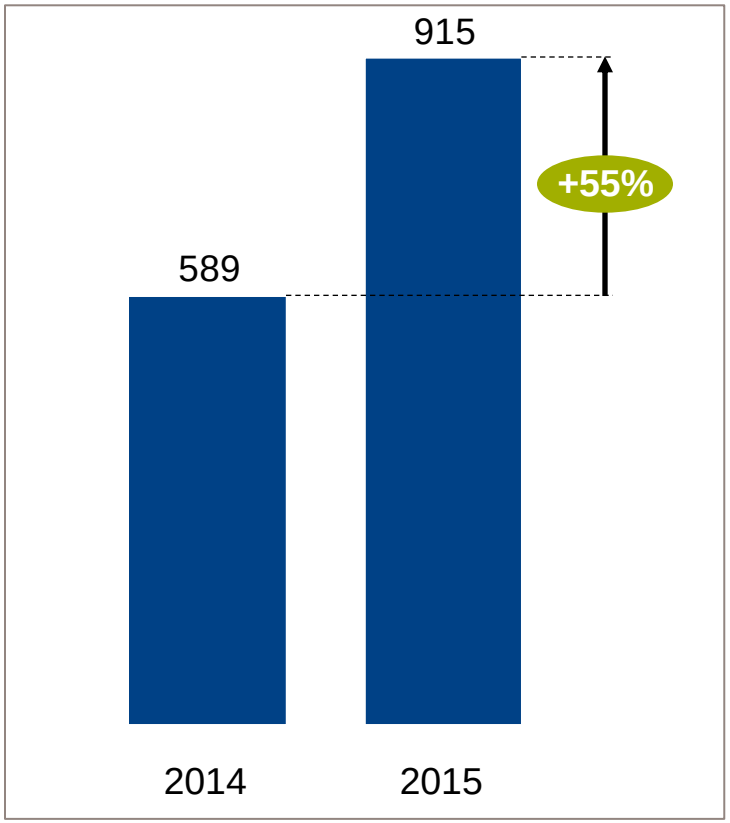
GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2015

Gewinne der Katastrophenhilfe vor allem durch neue Spender und Mehrausgaben der Spender

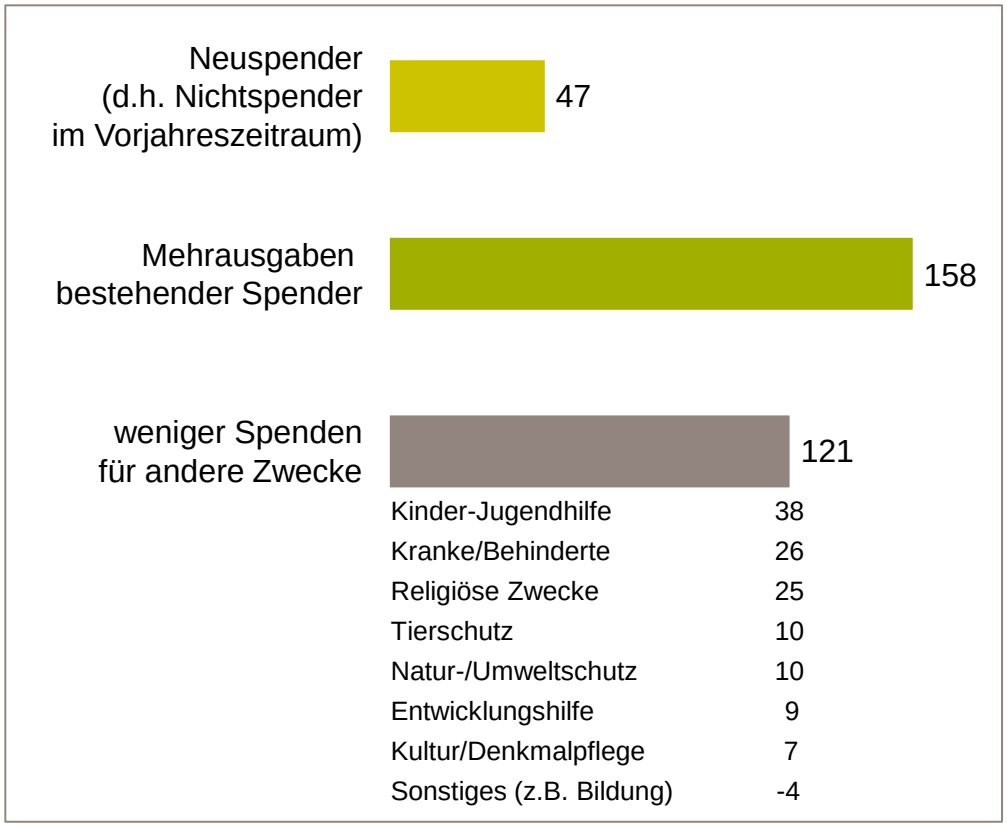
Spenden für Not-/Katastrophenhilfe

Jahr 2015 vs. 2014

Einnahmen Mio. €



Woher kommen die Gewinne? (in Mio. €)

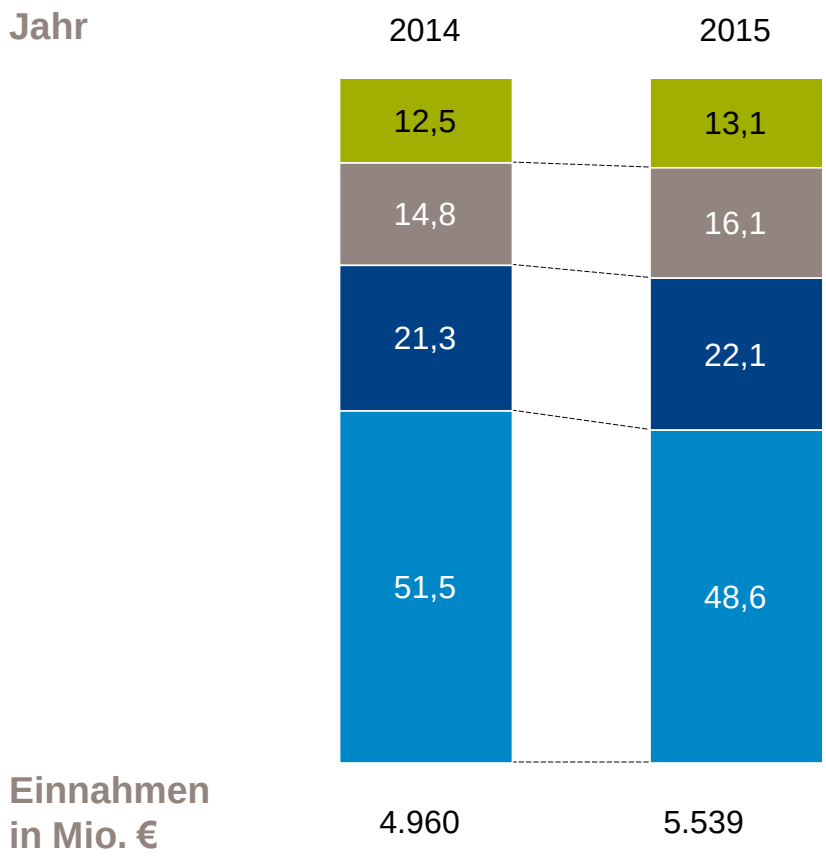


GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2015

Große und kirchliche Organisationen mit steigender Bedeutung im Jahr 2015

Organisationstypen

(Anteile an den Einnahmen in %)



- Katholische Organisationen
- Evangelische Organisationen
- Top 25 nicht konfessionell
- "kleinere" nicht konfessionelle Organisationen

  z.B. deutsche Herzstiftung, Care, Aktion Medeor, Humedica, PETA

Katholisch
Katholische Kirche, Caritas, Adveniat, Misereor, Missio, Malteser, Sternsinger, Don Bosco, Kolpingwerk, Mission der Franziskaner, Steyler Mission, Kirche in Not, Förderkreis Schwestern Maria, Sonstige katholische Organisationen

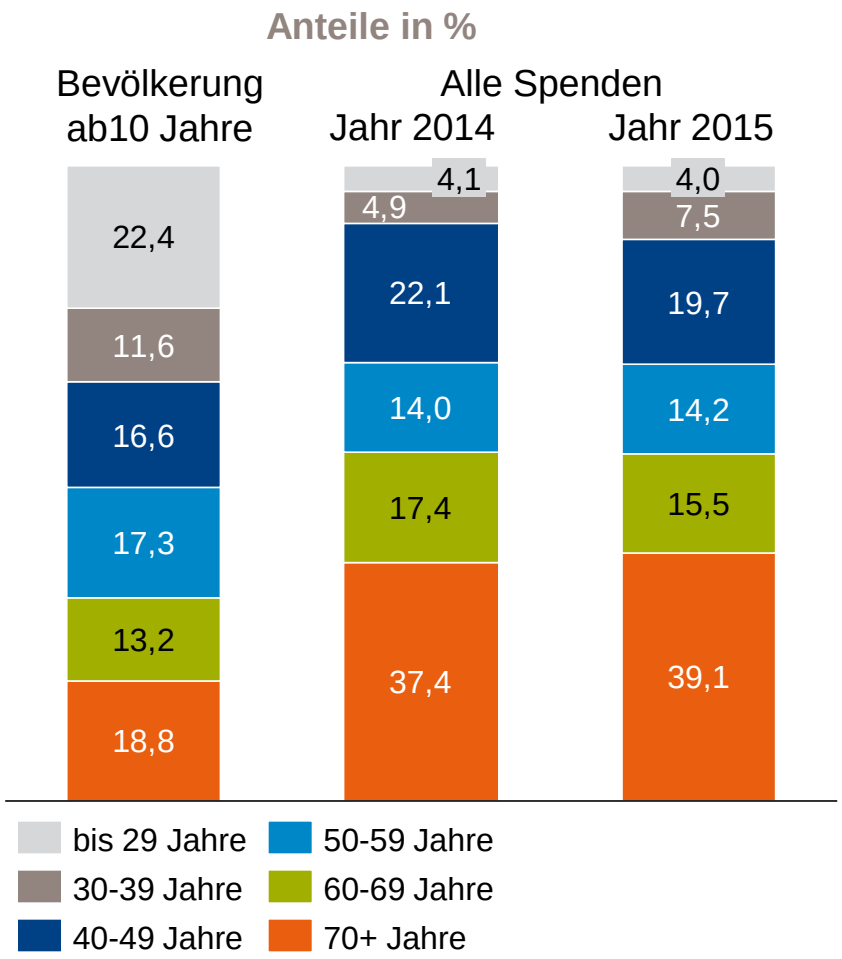
Evangelisch
Evangelische Kirche, World Vision, Christoffel Blindenmission, Brot für die Welt, Johanniter, Kindernothilfe, Diakonisches Werk, v. Bodelschwinghsche Anstalten Bethel, Diakonie Katastrophenhilfe, Liebenzeller Mission, ERF Evangeliumsrundfunk, sonstige evangelische Organisationen

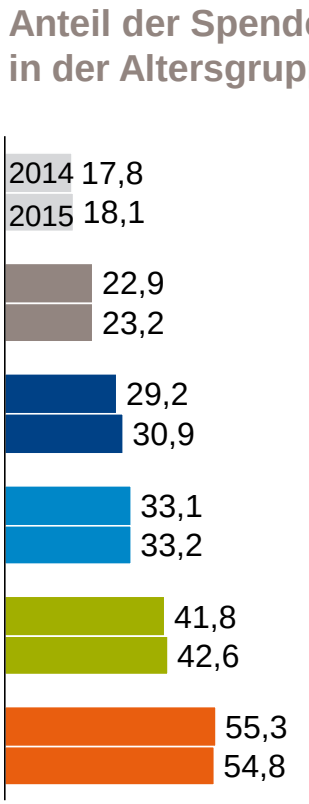
Top nicht konfessionell[1]
Ärzte ohne Grenzen, Aktion Deutschland hilft, ASB; AWO, BUND, Lebenshilfe, Deutsche Krebshilfe, Deutsche Stiftung Denkmalschutz, Welthungerhilfe, DRK, DGZRS, DLRG, Gebende Hände, Greenpeace, Heinz Sielmann Stiftung, SOS/Gmeiner, NABU, Plan, IFAW int. Tierschutzfonds, Stiftung Menschen für Menschen, Unicef, Vier Pfoten, Kriegsgräberfürsorge, Weißer Ring, WWF

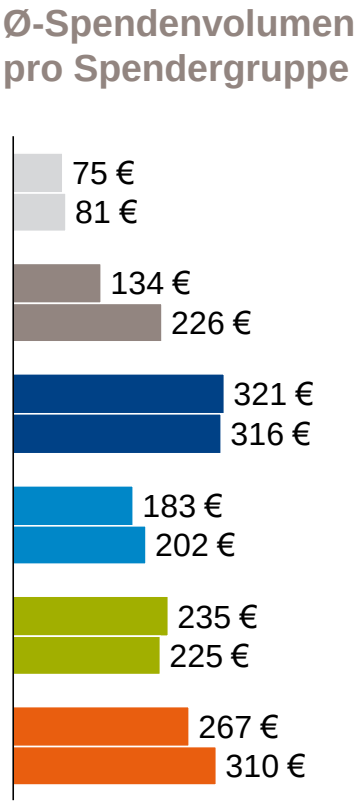
[1] Top 25 nicht konfessionelle Organisationen entsprechend dem in GfK CharityScope gemessenen Spendenvolumen

GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2015

Leicht steigende Spenderzahlen bei unter 70-jährigen – 70+ weiterhin die spendenfreudigste Gruppe







GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2015

2.3. Spenden für Flüchtlinge in Deutschland

Spenden für Flüchtlinge in Deutschland

Methodik

In der kontinuierlichen Erfassung des Spendenverhaltens in GfK CharityScope wird Not-/Katastrophenhilfe als Spendenzweck erfasst. Aussagen zum Spendenverhalten speziell für Flüchtlinge in Deutschland lassen sich daraus nicht ableiten

Deshalb wurde Anfang Januar 2016 eine einmalige Befragung zum Thema „Flüchtlinge in Deutschland“ in der Stichprobe des GfK CharityScope durchgeführt.

Befragungsinhalt

Geld- / Zeit- und Sachspenden für Flüchtlinge in Deutschland

Einstellungen zu Flüchtlingen in Deutschland

Bereitschaft zu Spenden für Flüchtlinge im Vergleich zu anderen Spendenzwecken

Befragungsmethode

Schriftlich
(ca. 80% Online, ca. 20% Paper & Pencil)

Zeitpunkt: Anfang Januar 2016 – d.h. kurz nach den Vorfällen in der Silvesternacht in Köln

Stichprobe

Stichprobe von GfK CharityScope

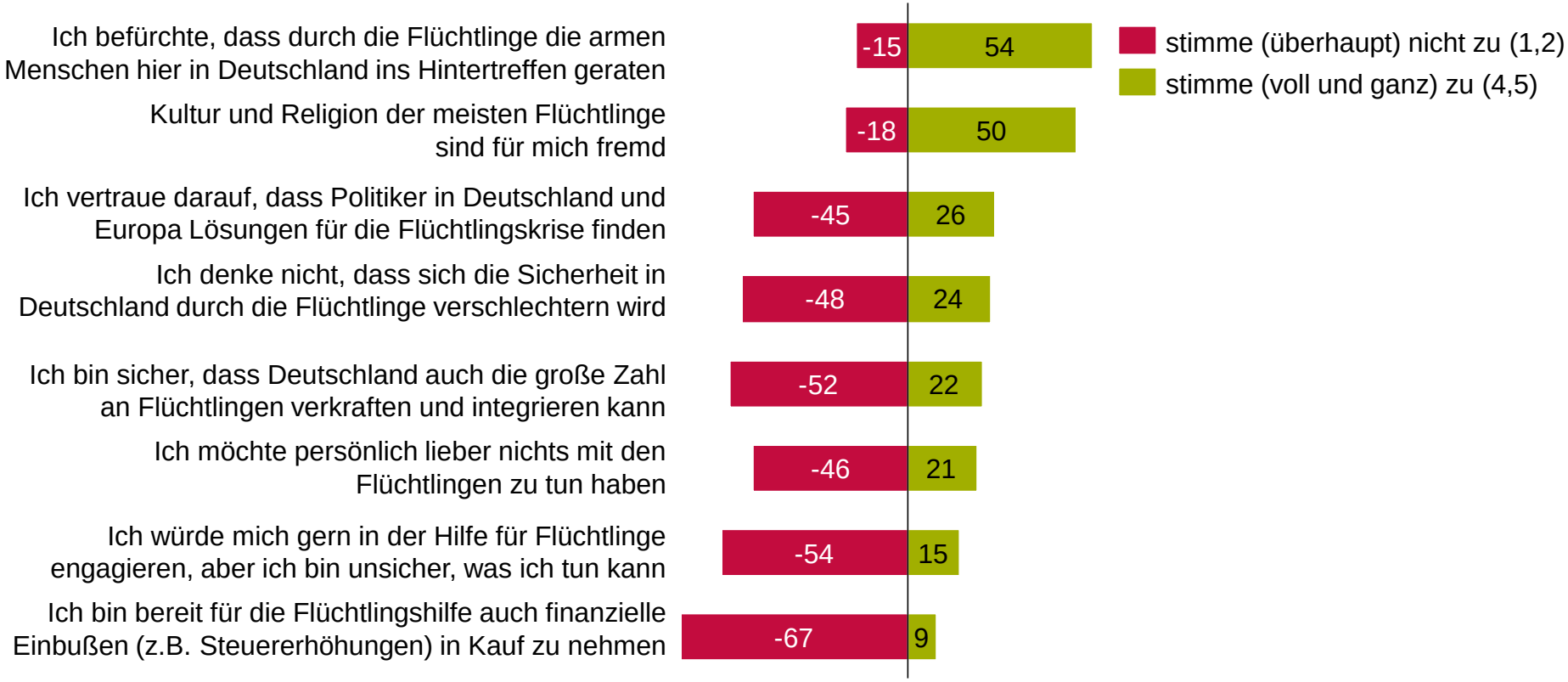
10.000 deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren

hochgerechnet auf 67,7 Mio. deutsche Privatpersonen

Kritische Haltung zur Flüchtlingswelle – Befürchtung von Benachteiligung der eigenen Bevölkerung

Einstellung zu „Flüchtlingen in Deutschland“

(stimme (voll und ganz) zu, Top Boxes 4,5%, Basis: deutsche Privatpersonen ab 10 Jahre, Spender und Nichtspender)



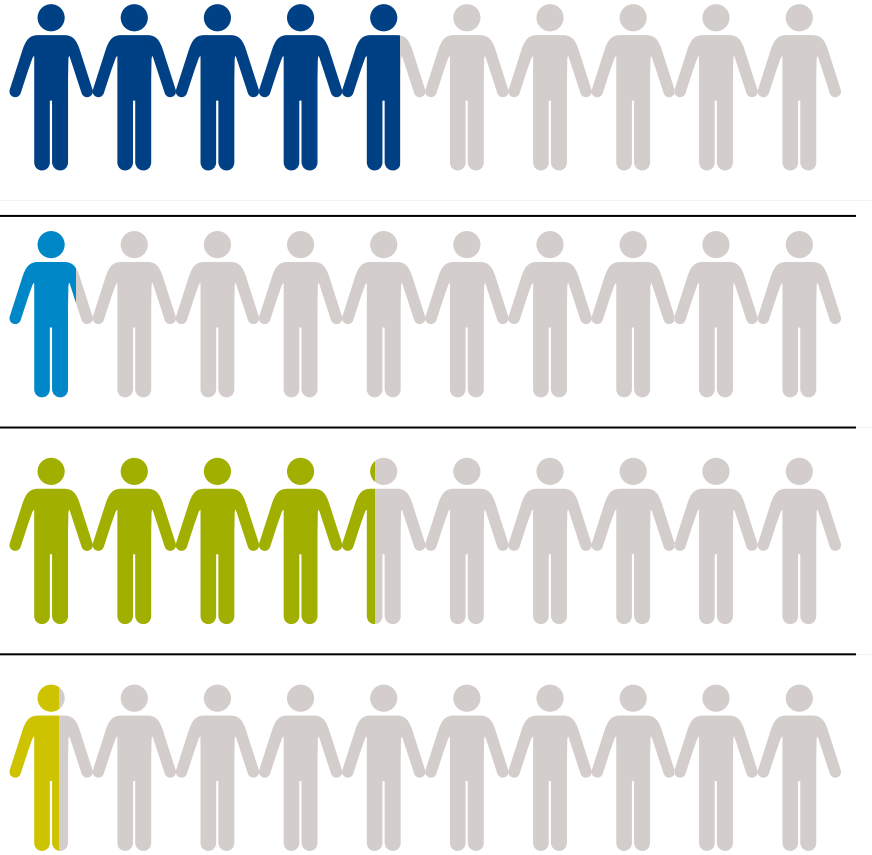
GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, Befragung „Einstellungen zum Spenden“, Januar 2016

Fast die Hälfte der Deutschen haben sich im Jahr 2015 nach eigenen Angaben für Flüchtlinge engagiert

Engagement für Flüchtlinge in Deutschland

(Selbsteinschätzung der Befragten, Basis: deutsche Privatpersonen ab 10 Jahre)

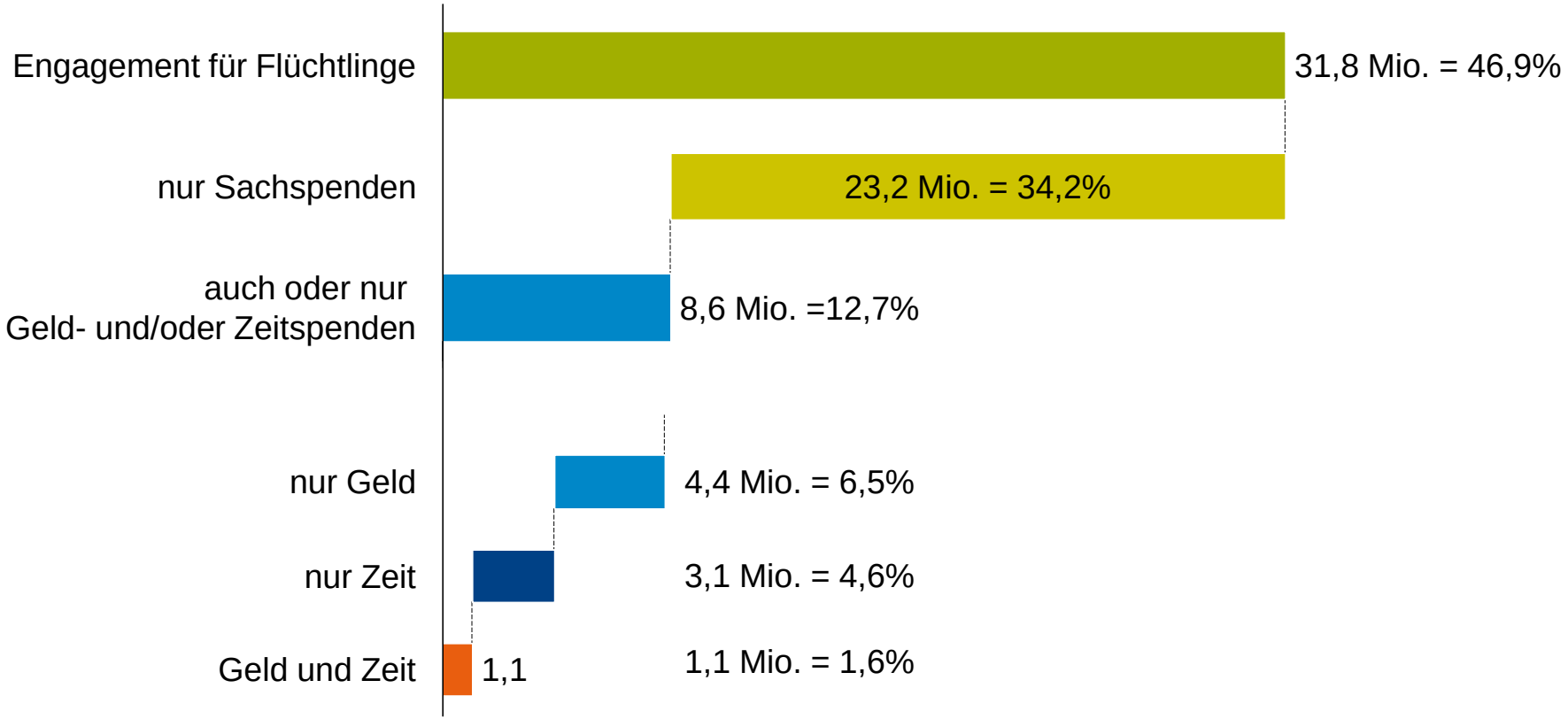
Engagement für Flüchtlinge im Jahr 2015 Geld- oder Sachspenden oder ehrenamtliches Engagement	**47%**	31,8 Mio.
Geldspenden .	**8%**	5,4 Mio.
Sachspenden .	**44%**	29,5 Mio.
Ehrenamtliches Engagement	**6%**	4,1 Mio.



GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, Befragung „Einstellungen zum Spenden“, Januar 2016
Frage: Haben Sie Geld für Flüchtlinge hier in Deutschland gespendet? Haben Sie Kleidung oder andere Dinge, die Flüchtlinge benötigen gespendet? Haben Sie sich ehrenamtlich für Flüchtlinge engagiert?

34% der Deutschen haben sich ausschließlich durch Sachspenden für Flüchtlinge eingesetzt. 13% haben auch Geld oder Zeit investiert.

Engagement für Flüchtlinge in Deutschland im Jahr 2015



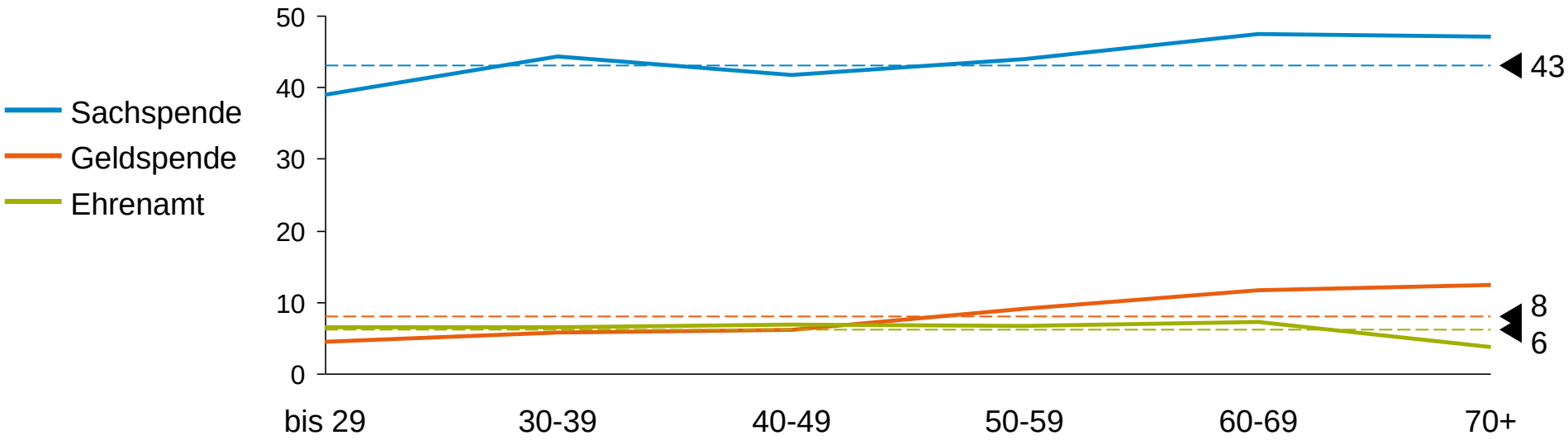
GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, Befragung „Einstellungen zum Spenden“, Januar 2016

Überproportionales Engagement der Altersgruppe 60+ für Flüchtlinge – vor allem bei Geldspenden

Engagement für Flüchtlinge in Deutschland nach Alter

(Selbsteinschätzung der Befragten, Basis: deutsche Privatpersonen ab 10 Jahre)

	bis 29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-69 Jahre	70+ Jahre
Geld- oder Sachspenden oder Ehrenamt	43%	47%	44%	47%	51%	51%



GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, Befragung „Einstellungen zum Spenden“, Januar 2016

Ihre Ansprechpartner

Daniela Felser

Geschäftsführerin
Deutscher Spendenrat e.V.

+49 30 467 05 200

falser@spendenrat.de

Gertrud Bohrer

Senior Manager
Consumer Panels

+49 911 395 3501

gertrud.bohrer@gfk.com