



Bilanz des Helfens 2018

Berliner Pressekonferenz, 26. Februar 2018

Befragungsinhalt



Monatliche Erfassung der Spenden von deutschen Privatpersonen 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-Anteil steigend und 20% Paper & Pencil) in Form eines Tagebuchs, das von den Panelteilnehmern selbst kontinuierlich geführt wird. Bei ausgewählten Fragestellungen wurde eine Ad hoc Studie in diesem Panel zugrunde gelegt.

Hochrechnung



Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand 2017: 67,7 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahren hochgerechnet.

Stichprobe



Kontinuierliches Panel von 10.000 deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren (Stand 2017).

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

2. Spendenjahr 2017



Eckdaten zur Marktentwicklung

- Das **Spendenvolumen** lag relativ stabil im Jahr 2017 bei rund **5,2 Mrd. Euro**. Das bedeutet ein leichtes Minus von rund 1% gegenüber dem Vorjahreszeitraum, der analog zu letztem Jahr durch keine großen, medienwirksamen Katastrophen geprägt war (Ausnahme Spendenaufruf Afrika). Die Monate März, April und Juni lagen teilweise deutlich über dem Vorjahr. Im Dezember wurde aber deutlich weniger als im Vorjahr gespendet.
- Trotz sinkender Spenderreichweite bleibt das Niveau des Spendenvolumens annähernd konstant:
 - **Deutlicher Rückgang bei der Anzahl der Spender: Diese liegt erheblich unter dem Vorjahreszeitraum:** Insgesamt ca. **21 Mio. Personen** – das sind rund 32% der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahren – haben in 2017 Geld gespendet. Im Vorjahr waren es noch 22,1 Mio. Personen.
 - **Positiv:** Die **Spendenhäufigkeit** stieg weiter von 6,7 Spenden pro Person auf **6,9 Spenden** pro Person und erreicht damit einen neuen Höchststand.
 - Die **durchschnittliche Spende** liegt, wie im Vorjahr, bei **35 Euro**.



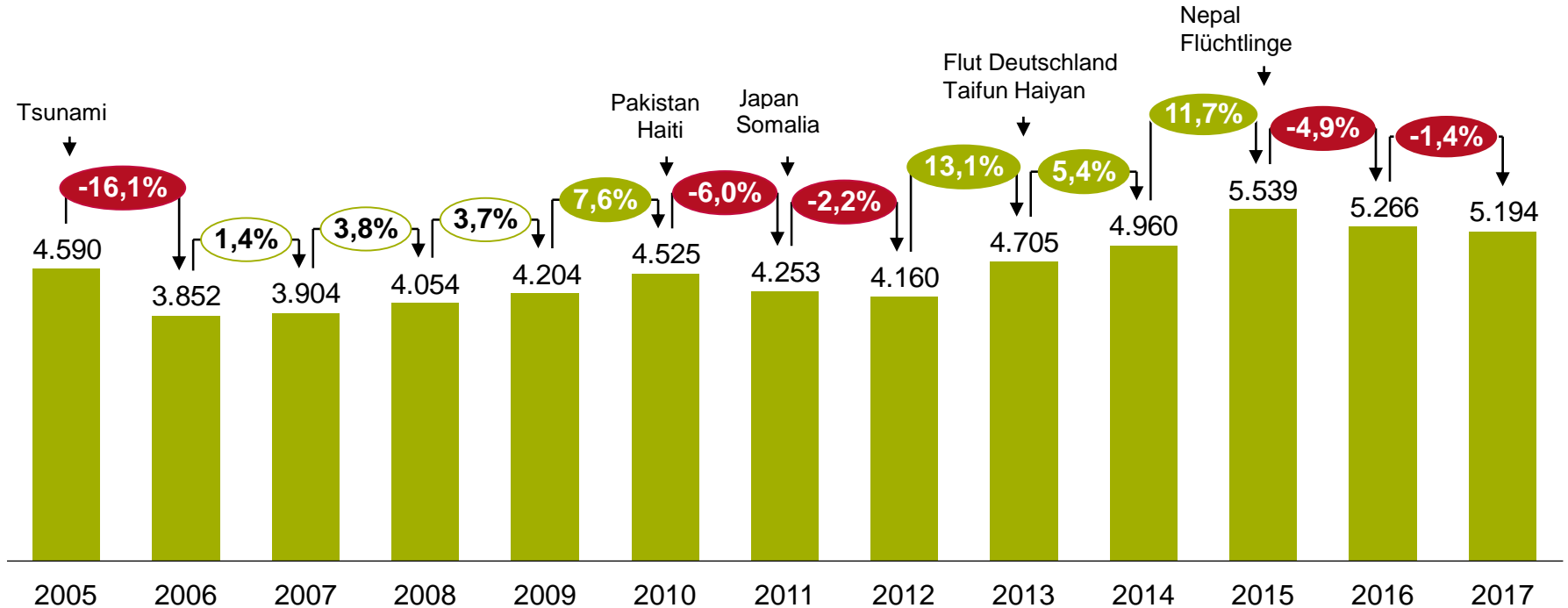
Spendenanstoß, Spendenzweck und Spenderzielgruppen

- Die **Humanitäre Hilfe** nimmt anteilmäßig weiter zu. Der Anteil am Spendenvolumen insgesamt liegt damit bei 78%. Absolut gesehen gewinnen auch der Kultur-/Denkmalpflege und Umwelt-/Naturschutz. Das Spendenvolumen für den Zweck „Sport“ nimmt ab.
- **Einen deutlich höheren Anteil am Spendenvolumen hat die Not-/Katastrophenhilfe.** Die Zugewinne kommen zu einem großen Teil von neuen Spendern, die im letzten Jahr noch nicht für Not-/Katastrophenhilfe gespendet hatten, und aus Spenden, die vorher anderen Zwecken zufließen. Die Erdbeben- und Hurrikan-Katastrophen (verstärkt Okt./Nov.) in diesem Jahr führten bisher zu keinen Ausschlägen.
- **Gegenläufige Trends: Weniger Menschen spenden. Dafür spenden diese häufiger.** Insbesondere die mittleren **Altersgruppen (30 bis 59-Jahre)** haben ihren Anteil am Spendenvolumen weiter reduziert. Auch wenn das durchschnittliche Spendenvolumen pro Altersgruppe überall gestiegen ist, gehen die Anteile der Spender in diesen Altersgruppen teilweise deutlich zurück. Der Anteil der Spendeneinnahmen in der **Altersgruppe 60-69** ist fast konstant, aber auch hier geht der Anteil der Spender in der Altersgruppe leicht zurück.
- Neue Formen des Spendens werden wichtiger.

2.1. Eckdaten zum Spendenverhalten

Die Spendeneinnahmen sind relativ stabil zum Vorjahr.

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

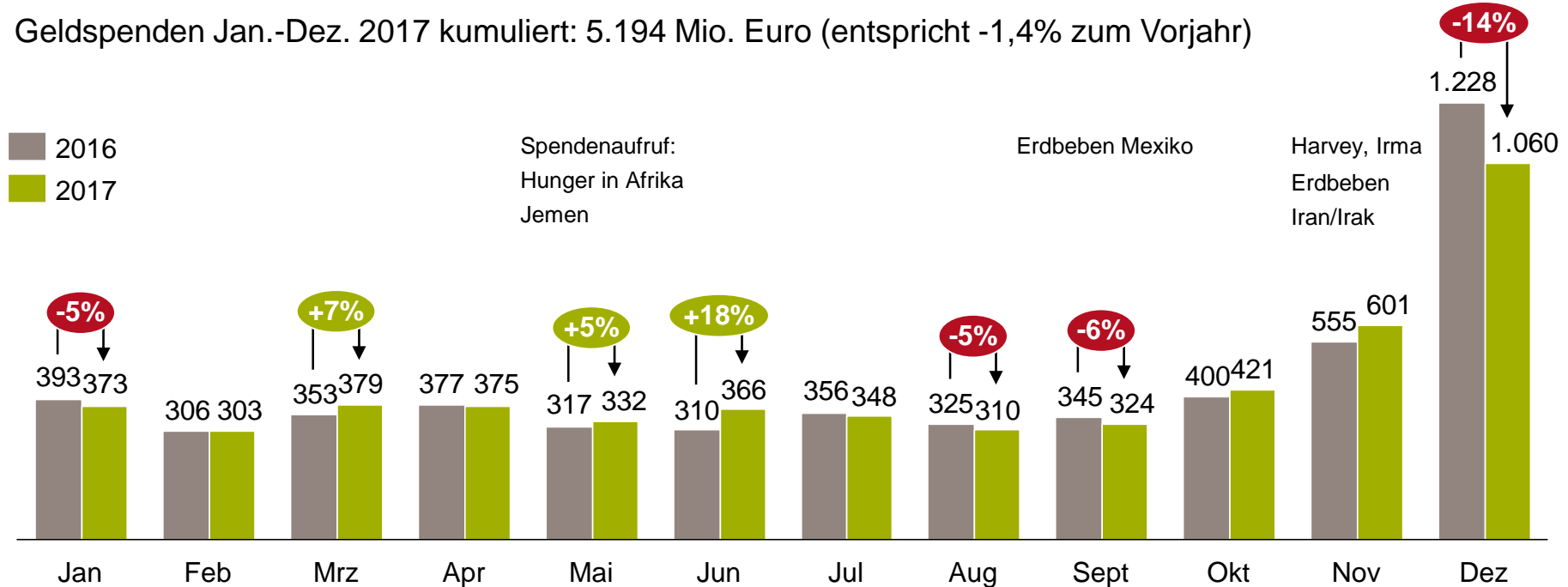


GfK Charity*Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2017

Das Spendenvolumen im Dezember lag deutlich unter dem Vorjahr.

Spenden im Monatsverlauf (Einnahmen in Mio. €)

Geldspenden Jan.-Dez. 2017 kumuliert: 5.194 Mio. Euro (entspricht -1,4% zum Vorjahr)

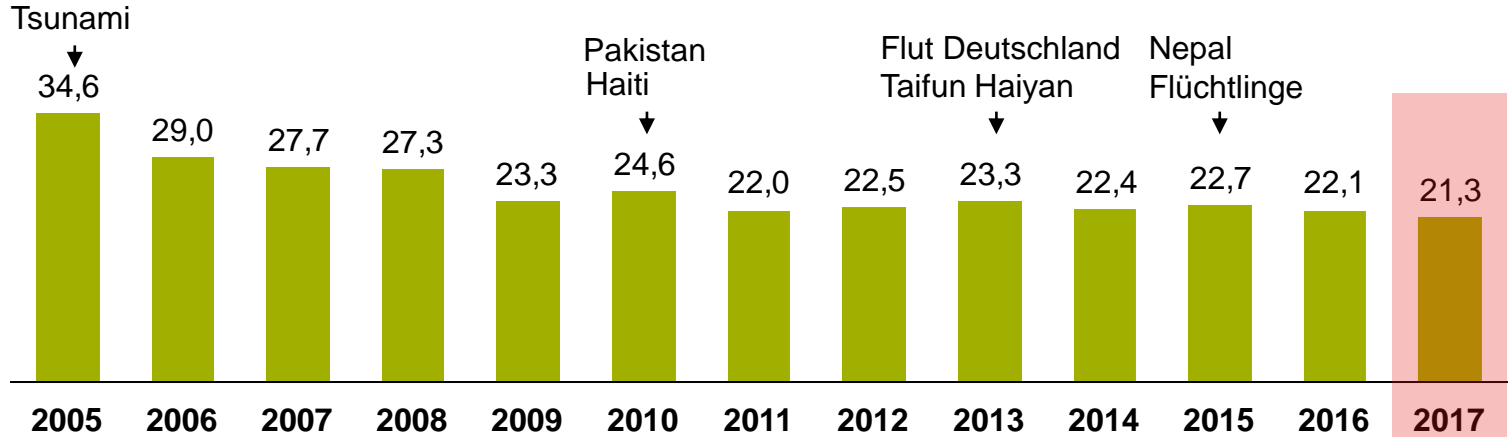


GfK Charity*Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2017

Weniger Menschen spenden. Dafür spenden diese häufiger.

Entwicklung von Spenderzahlen, Spendenhäufigkeit und Durchschnittsspende

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

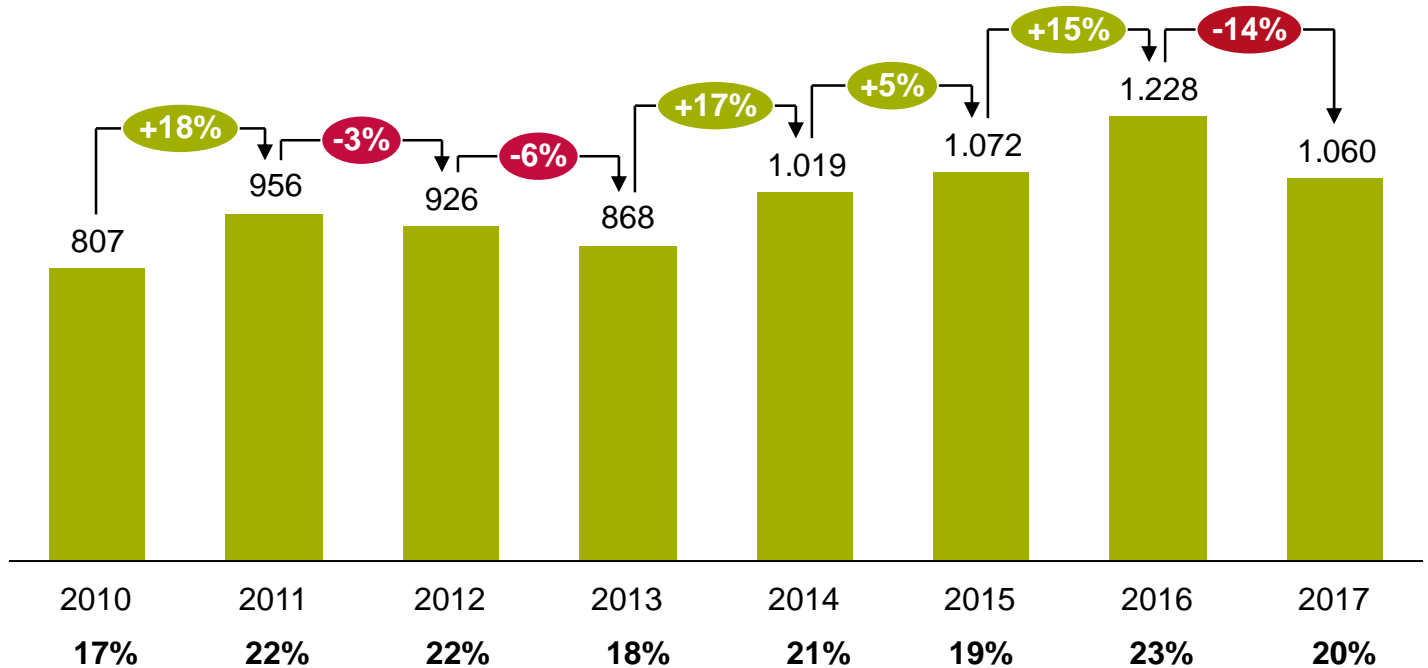


Anteil Spender an der Bevölkerung in %	50,9	42,6	40,6	40,1	34,3	36,1	32,4	33,2	34,3	33,0	33,6	32,7	31,5
Spendenhäufigkeit pro Spender	4,3	5,0	5,1	5,4	6,3	6,3	6,7	6,5	6,2	6,2	6,6	6,7	6,9
Durchschnittsspende pro Spendenakt in €	31	27	28	28	29	29	29	29	33	36	37	35	35

GfK Charity*Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2017

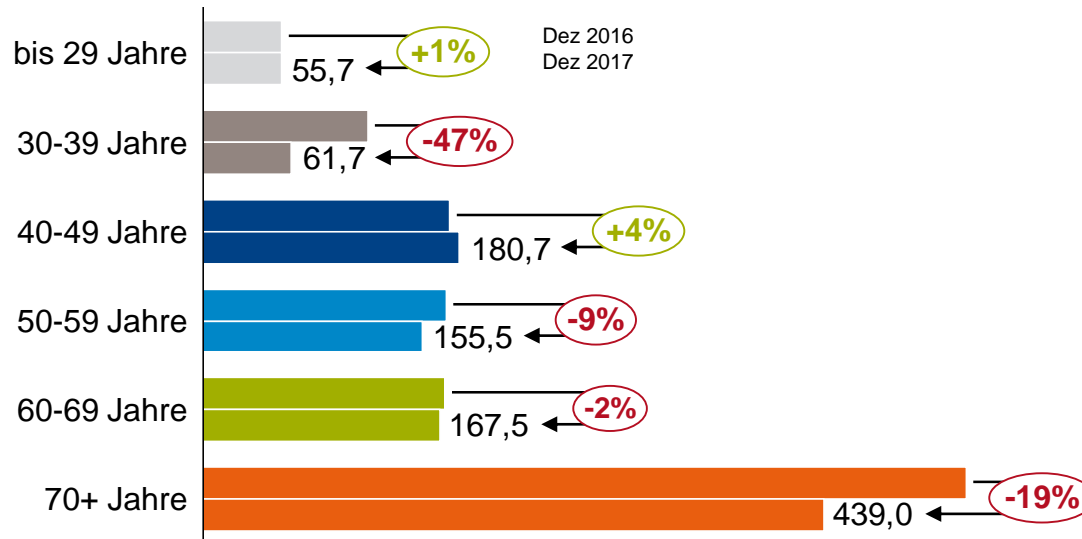
Der Spendenmonat Dezember bringt trotz Verlust 20% des Jahresvolumens.

Spendenvolumen im Dezember (Einnahmen in Mio. €)



Das Minus im Dezember zieht sich durch fast alle Altersgruppen, am stärksten in der Altersgruppe 30-39.

Spendenvolumen im Dezember nach Altersgruppen (in Mio. Euro)



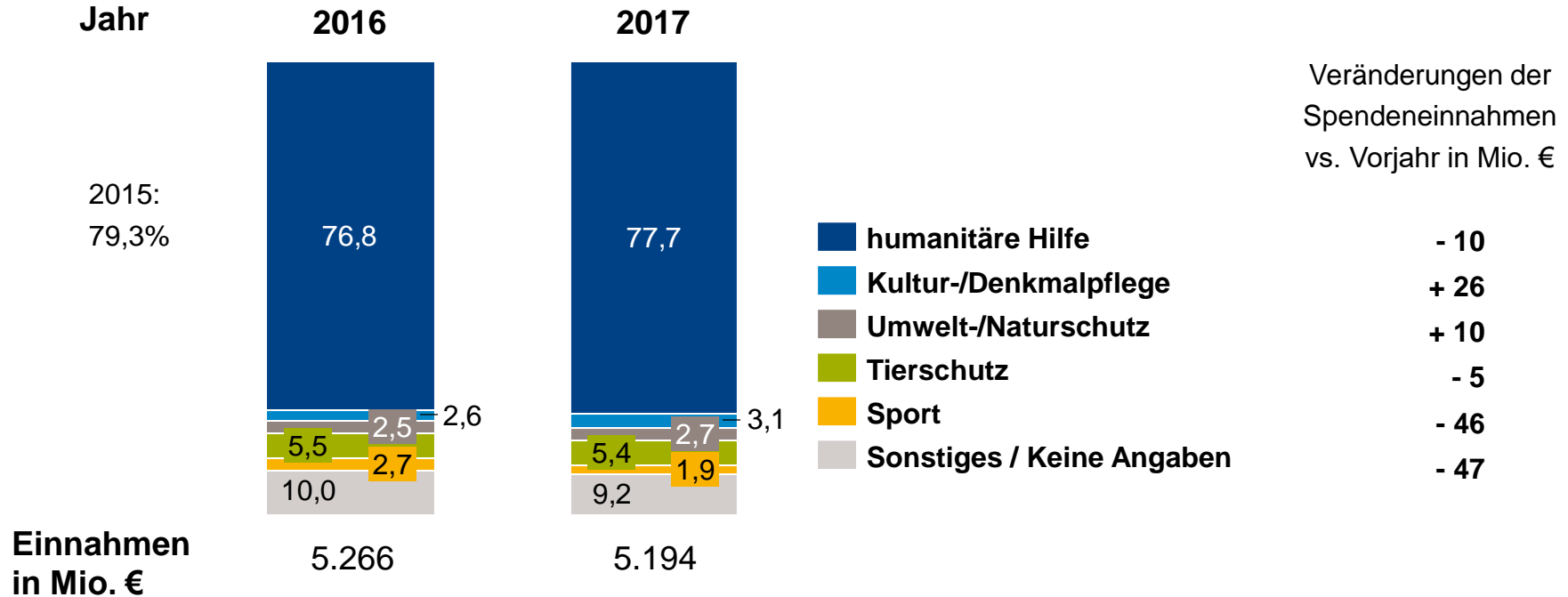
GfK Charity*Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2017

2.2. Spendenanstoß, Spendenzweck und Spenderzielgruppen

Der Anteil der humanitären Hilfe wächst wieder.

Spendenzwecke: Selbsteinschätzung der Befragten

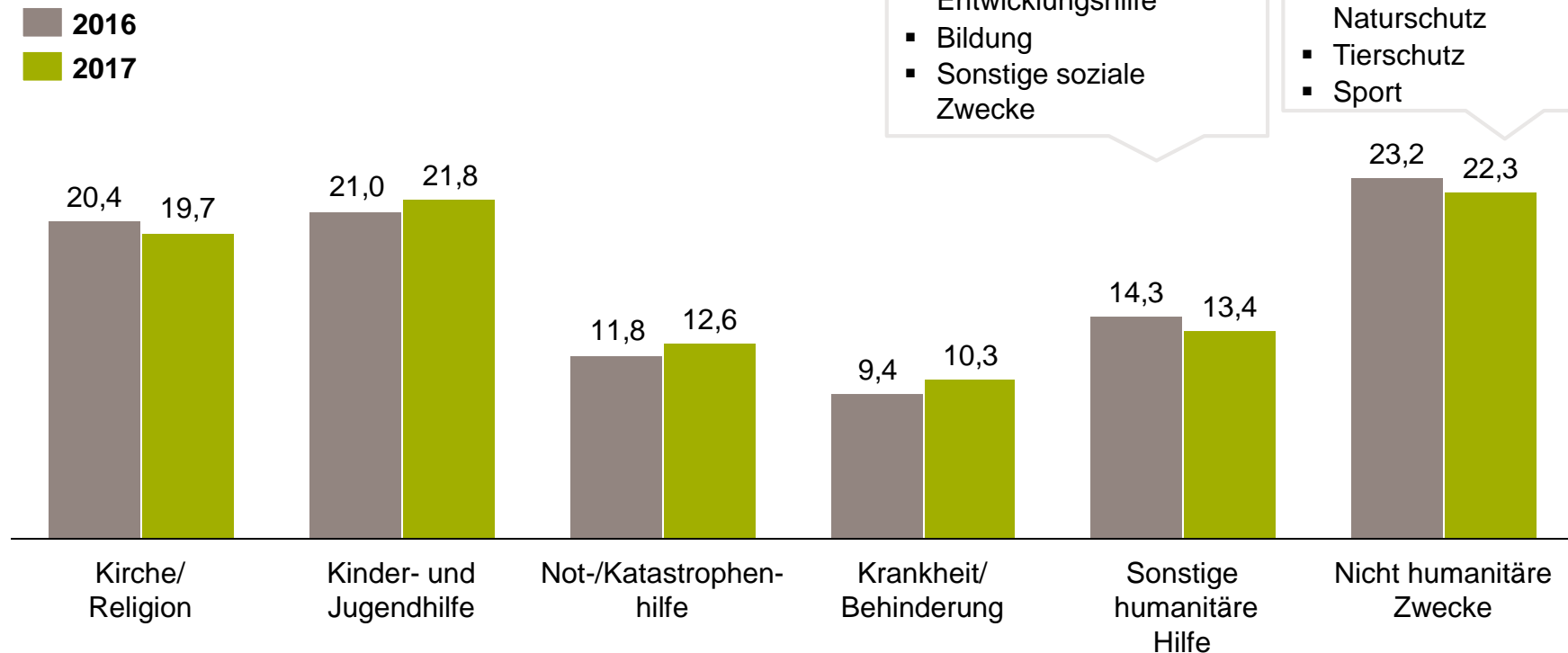
(Anteile an den Einnahmen in %)



Not- und Katastrophenhilfe wieder im Plus, obwohl es keine großen medienwirksamen Katastrophen gab.

Spendenzwecke nach Selbsteinschätzung der Spender

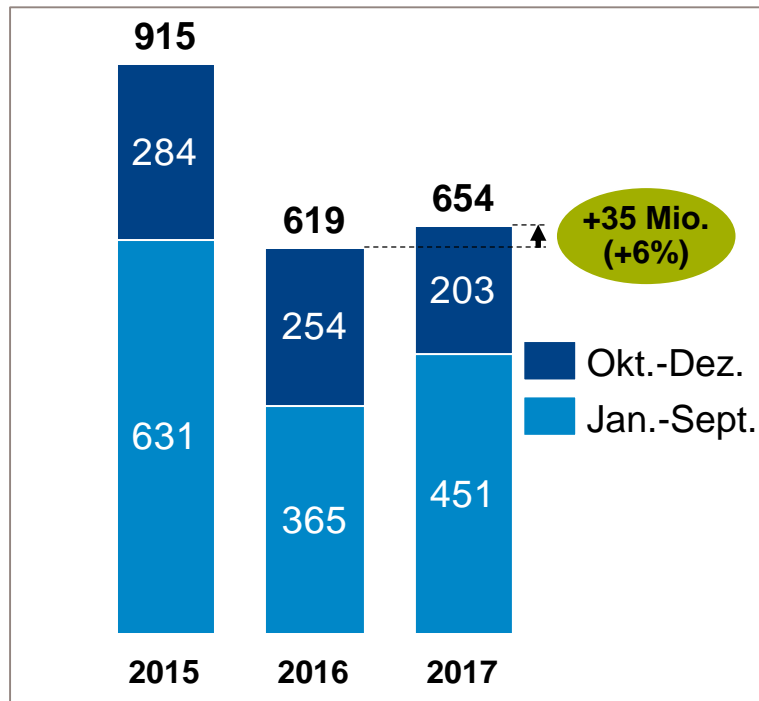
(Anteile an den Einnahmen in %)



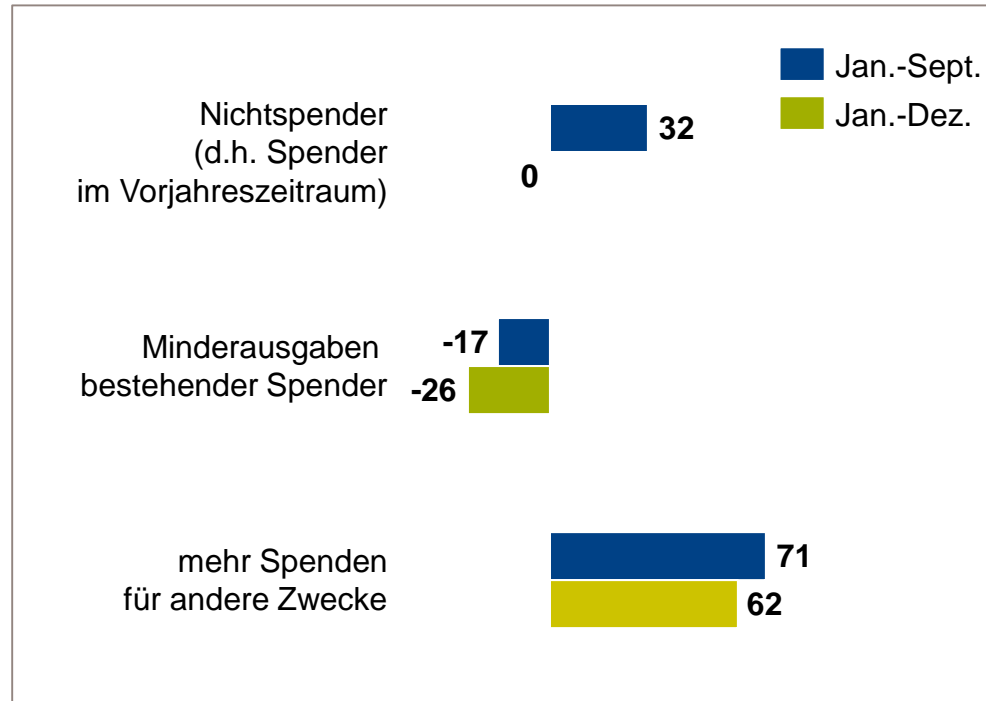
Die Gewinne kommen von Nichtspendern.
 Sie werden von anderen Zwecken „abgezogen“.

Spenden für Not-/Katastrophenhilfe – Jahr 2017 vs. 2016

Einnahmen Mio. €



Woher kommen die Gewinne? (in Mio. €)



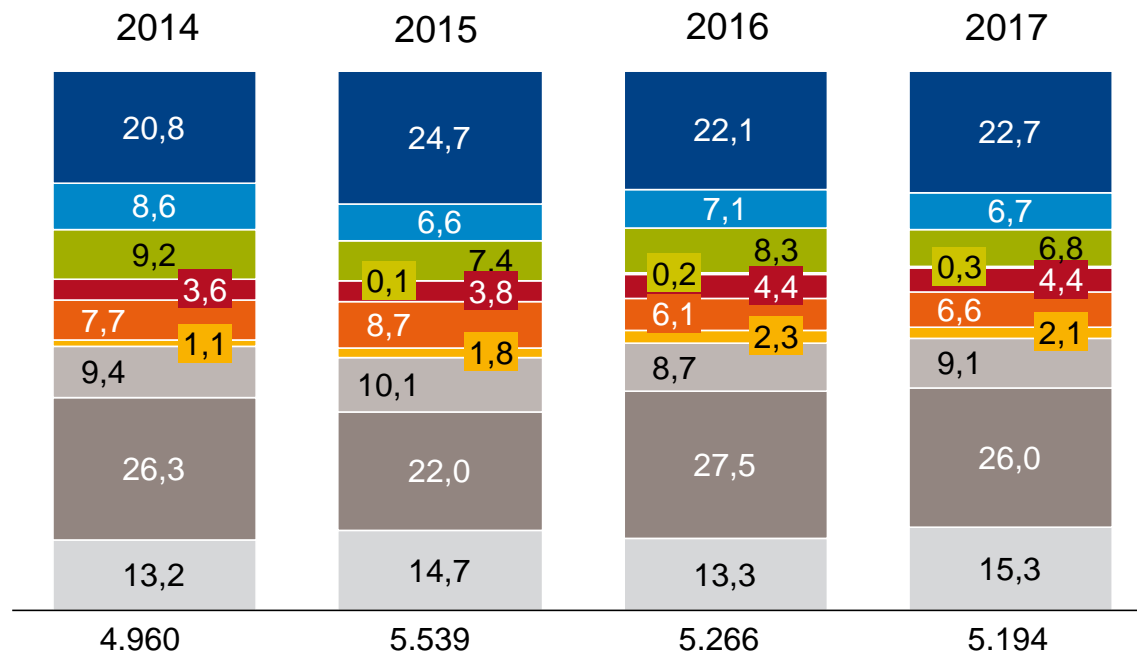
Der persönlich adressierte Brief ist weiterhin wichtig. Soziale Medien spielen noch eine sehr geringe Rolle.

Was hat den (Haupt-) Anstoß zur Spende gegeben?

(Anteile an den Einnahmen in %)

Jan.-Dez.

- persönlich adressierter Brief
- Kollekte
- Freunde
- Soziale Medien*
- persönliche Ansprache
- Medien
- Internet
- Mitgliedschaft
- spende regelmäßig*
- keine Angaben



GfK Charity*Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2017

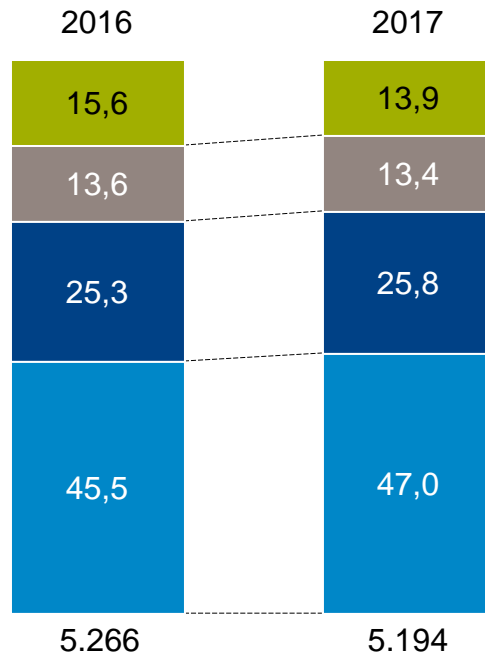
* Bis 2016 wurde eine Position „spende regelmäßig/keine Angabe“, „Freunde/Soziale Medien“ dargestellt, ab 2017 getrennt: „spende regelmäßig“ ist eine subjektive Einschätzung der Spender im Sinne von „ich spende immer für diese Organisation.“

Kirchen verlieren. Nicht konfessionelle Organisationen nehmen weiter an Bedeutung zu.

Organisationstypen

(Anteile an den Einnahmen in %)

Jan.-Dez.



Katholische Organisationen

Evangelische Organisationen

Top 25 nicht konfessionell

"kleinere" nicht konfessionelle Organisationen

z.B. deutsche Herzstiftung, Care, Aktion Medeor, 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, Christoffel Blindenmission, Brot für die Welt, Johanniter, Kindernothilfe, Diakonisches Werk, v. Bodelschwingsche Anstalten Bethel, Diakonie Katastrophenhilfe, Liebenzeller Mission, ERF Evangeliumsrundfunk, sonstige evangelische Organisationen

Top nicht konfessionell¹

Ärzte ohne Grenzen, Aktion Deutschland hilft, Amnesty International, BUND, Deutsche Arthrose Hilfe, Deutsche Kinderkrebshilfe, Deutsche Krebshilfe, Deutsche Stiftung Denkmalschutz, Welthungerhilfe, DRK, DGZRS, DLRG, Gebende Hände, Greenpeace, SOS/Gmeiner, NABU, Plan, IFAW int. Tierschutzfonds, Sternstunden, Unicef, Vier Pfoten, Kriegsgräberfürsorge, Weißer Ring, WWF....

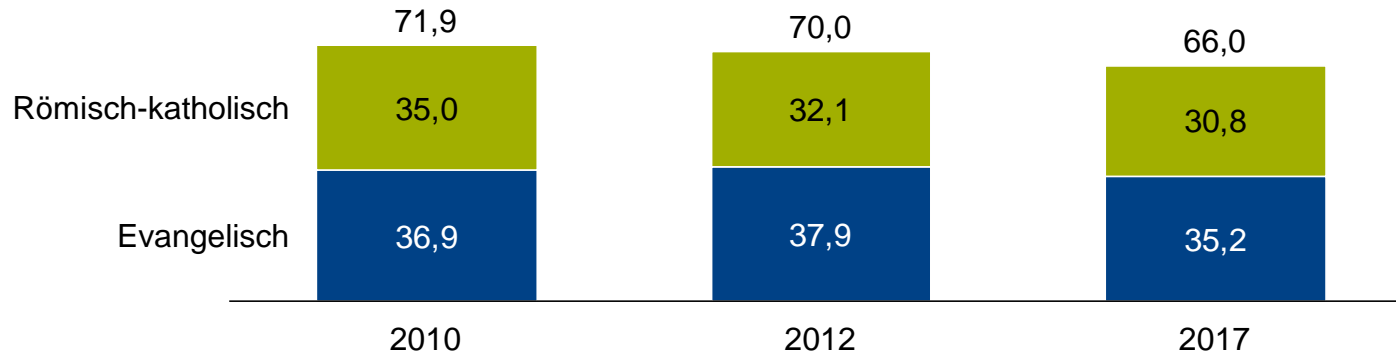
¹ Top 25 nicht konfessionelle Organisationen entsprechend dem in GfK CharityScope gemessenen Spendenvolumen GfK Charity*Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2017

Ächtung: Definitionsänderungen, Änderungen wurden rückwirkend vorgenommen.

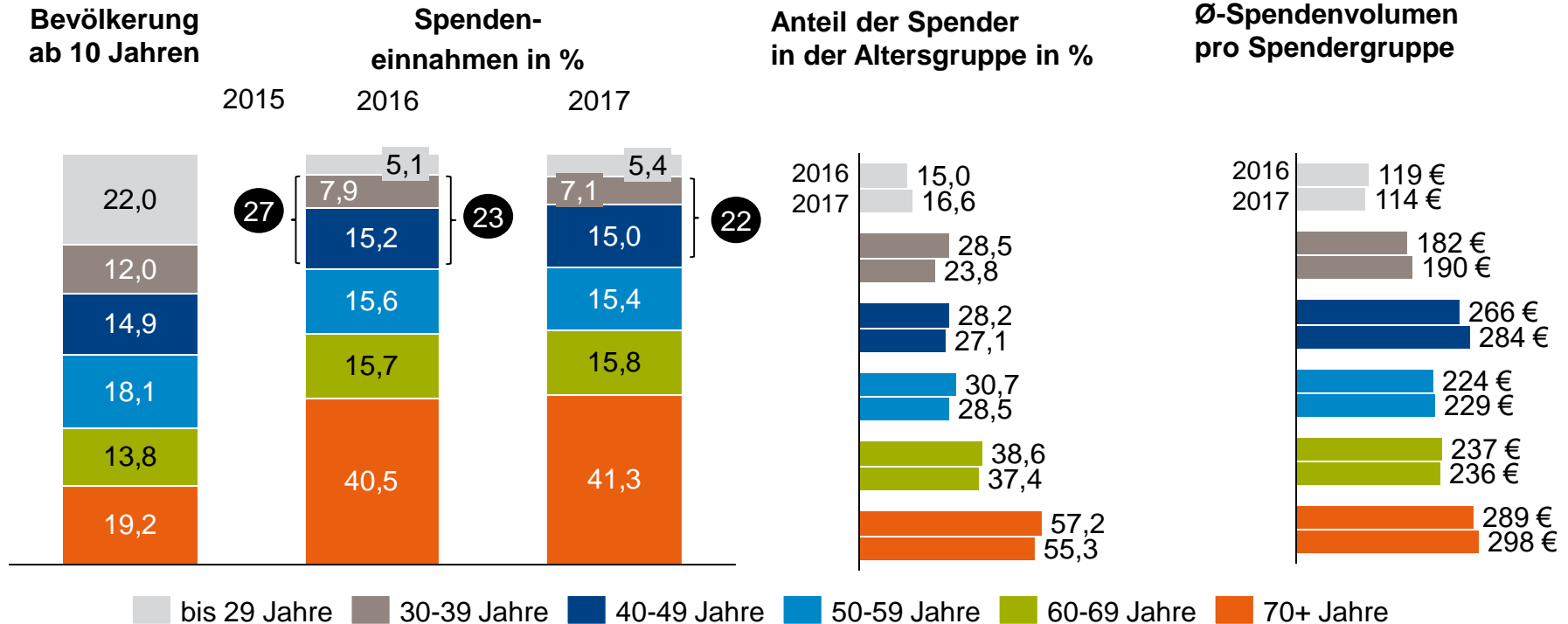
© GfK und Deutscher Spendenrat e.V. 2018 | Bilanz des Helfens 2018 | 26. Februar 2018

Langzeitentwicklung: Immer weniger Spender gehören einer Konfession an.

Anteil Konfessionszugehörigkeit der Spender in %



Die anteiligen Spendeneinnahmen in den Altersgruppen 30-49 (Generation X) und 50-59 nehmen 2017 weiter ab.



GfK Charity*Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2017

2.3. Generationen im Wandel

Generationen im Überblick

Abgrenzungen nach Prägung und in Abstimmung mit internationalen Studien

Wiederaufbauer

Alter: 66+



70+

vor 1952

Babyboomer

Alter: 51-65



60-69

1952 – 1966

50-59

Generation X

Alter: 36-50



40-49

1967 – 1981

Millennials

Alter: 22-35



30-39

1982 – 1996

20-29

iBrains

Alter: 7-21



10-19

1997 – 2011

Smarties



: Altersgruppe

nach 2011

Das Prägende der Sozialisation

Wiederaufbau

Wirtschaftswunder

Instabilität

Die Lebensstilperspektive

Globalisierung

Digitalisierung

Hyperkonnektivität

Erläuterung Crowdfunding

„Mit Crowdfunding soll ein bestimmtes Vorhaben wie etwa eine Firmenneugründung oder ein soziales **Projekt** finanziert werden. Üblicherweise [...] über das Internet organisiert, um möglichst viele Menschen zu erreichen [...].“

- Kurze Ad hoc Befragung im Januar 2018
- Rückwirkende, einmalige Befragung (“Haben Sie in den letzten 12 Monaten...”) in dem Spendenpanel (CharityScope)
- Stichprobe: 10.000 priv. dt. Personen ab 10 Jahren
- in Abgrenzung zur monatlichen Tagebuchabfrage (“Freiwillige Geldspende an gemeinnützige Organisationen/Hilfsorganisationen/Wohltätigkeitsorganisationen”)

Erreicht man diejenigen, die im Crowdfunding spenden, noch im klassischen Spendenbereich?

„Mit Crowdfunding soll ein bestimmtes Vorhaben wie etwa eine Firmenneugründung oder ein soziales Projekt finanziert werden. Üblicherweise [...] über das Internet organisiert, um möglichst viele Menschen zu erreichen [...].“

- Haben Sie in den letzten 12 Monaten ein oder mehrere soziale Projekte durch Crowdfunding unterstützt?
- Filter: Haben Sie vor dieser Befragung schon einmal etwas von Crowdfunding gehört? Ja Angaben

37% kennen
Crowdfunding

6% “spenden”



Davon: 45% Männer
(49% Bev.)

Davon: 55% Frauen
(51% Bev.)



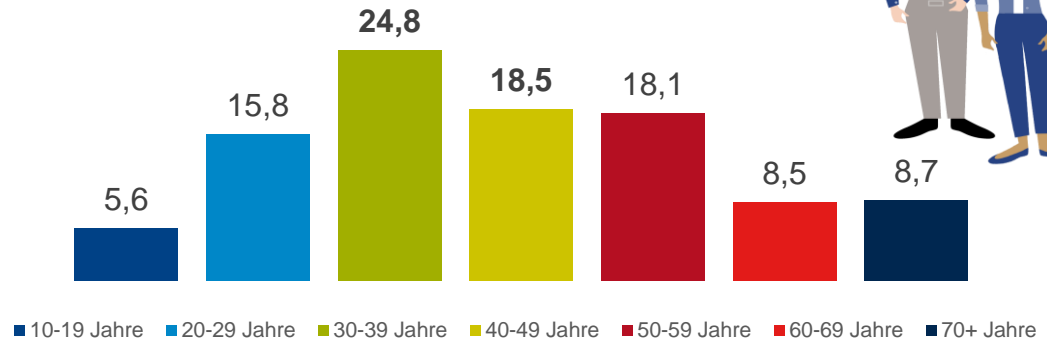
Crowdfunding ist besonders in den Altersgruppen 30-39 und 40-49 beliebt.

„Mit Crowdfunding soll ein bestimmtes Vorhaben wie etwa eine Firmenneugründung oder ein soziales Projekt finanziert werden. Üblicherweise [...] über das Internet organisiert, um möglichst viele Menschen zu erreichen [...].“

- Haben Sie in den letzten 12 Monaten ein oder mehrere soziale Projekte durch Crowdfunding unterstützt?

- Filter: Haben Sie vor dieser Befragung schon einmal etwas von Crowdfunding gehört? Ja
Angaben

Altersgruppenverteilung in %
(Basis: Personen)



Generation X



Generation X: Weniger Spender! Diese spenden auch weniger im Durchschnitt.

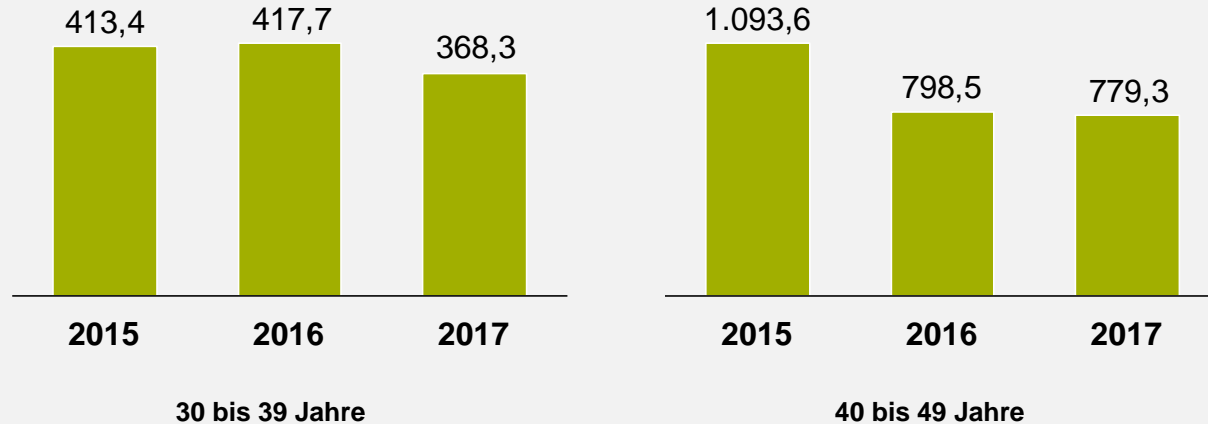
Entwicklung von Spendenvolumen

in 1.000 Euro

Generation X



Alter: 36-50



	30 bis 39 Jahre			40 bis 49 Jahre		
Spenderreichweite in der Bevölkerung in %	23,2	28,5	23,8	30,9	28,2	27,1
Spendenhäufigkeit in %	4,1	3,5	4,2	5,3	5,3	5,6
Durchschnittsspende pro Spendenakt in €	55	51	45	59	50	51

GfK Charity*Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2017

Neue Formen des Spendens werden wichtiger. Gehen hier potenzielle Spenderzielgruppen verloren?

„Mit Crowdfunding soll ein bestimmtes Vorhaben wie etwa eine Firmenneugründung oder ein soziales Projekt finanziert werden. Üblicherweise [...] über das Internet organisiert, um möglichst viele Menschen zu erreichen [...].“

- Haben Sie in den letzten 12 Monaten ein oder mehrere soziale Projekte durch Crowdfunding unterstützt?
- Filter: Haben Sie vor dieser Befragung schon einmal etwas von Crowdfunding gehört? Ja
Angaben

59% derjenigen, die 2017 Crowdfunding gemacht haben, haben keine „freiwillige Geldspende an gemeinnützige Organisationen / Hilfsorganisationen / Wohltätigkeitsorganisationen“ getätigt.

2.4. Spenden für Flüchtlingshilfe

Spenden für Geflüchtete: Kernergebnisse zur Flüchtlingshilfe Jahr 2017



Spenden für Flüchtlingshilfe

- Insgesamt **403 Mio. Euro** – das sind rund 8% des Spendenvolumens – flossen von Januar bis Dezember 2017 in die Hilfe für Flüchtlinge. Das sind **17% weniger** als noch im Vorjahreszeitraum. Die Anzahl der Spender geht um 19%, die Höhe der Spende um 9% zurück. Allerdings steigt die Anzahl der Spenden pro Spender um 11%, d.h. es wird deutlich mehr pro Spender gespendet.
- Dabei entfallen 44% dieses Gesamtvolumens auf Flüchtlingsprojekte hier in Deutschland (leicht rückläufig), 56% auf internationale Flüchtlingsprojekte.

Ihre Ansprechpartner



Daniela Geue

Geschäftsführerin
Deutscher Spendenrat e.V.

+49 30 467 05 200

Mobil: +49 (0) 170 24 154 36

geue@spendenrat.de



Bianca Corcoran-Schliemann

Director
GfK Shopper

+49 911 395 3883

bianca.corcoran-schliemann@gfk.com