



# Spendenzeitraum Jan. – Dez. 2020

**Bilanz des Helfens 2020**

**Februar 2021**

GfK Charity Panel

Bianca Corcoran



# Agenda



1. Methodik GfK Charity Panel
2. Spendenjahr 2020 – Januar bis Dezember
  - 2.1 Eckdaten zum Spendenverhalten
  - 2.2 Spenden in Zeiten von Covid 19
  - 2.3 Veränderungen in den Spenderzielgruppen
  - 2.4 Spendenzwecke
  - 2.5 Spendenanstoß und weitere Blickwinkel
  - 2.6 Spenden für Flüchtlingshilfe

# Der Spendenmarkt



## 1. Methodik GfK Charity Panel

---

# GfK Charity Panel

## Die Methodik



### 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 €.<sup>1</sup>

### Befragungsmethode



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

### Hochrechnung



Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand 2020: 66,7 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahren hochgerechnet.

### Stichprobe



Kontinuierliches Panel von privaten deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren (Stand 2020).

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

# Der Spendenmarkt



Spendenjahr 2020 - Januar bis Dezember

---

# Kernergebnisse Spendenverhalten

## Januar bis Dezember 2020 (1/3)



## Eckdaten zur Marktentwicklung

- Das ermittelte Spendenvolumen für 2020 lag bei **5,4 Mrd.** Euro. Das bedeutet ein kräftiges Plus von **5%** gegenüber dem Vorjahr. Es ist das zweitbeste Jahr seit Beginn der Erhebung vor 15 Jahren. Damit wurde die optimistische Prognose (Nov. 2020) deutlich übertroffen.
- **19 Mio. Menschen** haben gespendet. Die Anzahl der Spendenden ging um eine halbe Million. Das waren **minus 2,6%**.
  - Die Reichweite (Anteil der Spendenden an der Bevölkerung) lag bei 28,5% (-0,6PP).
  - Die durchschnittliche Spende lag bei **40 Euro** und ist damit auf einem Höchststand.
  - **7 mal** pro Jahr wurde im Zeitraum Januar bis Dezember gespendet, auch hier lag der Wert auf dem Rekordniveau vom letzten Jahr.
  - Mit dem 1. harten Lockdown und später mit dem 2. Lockdown nahm die Spendenbereitschaft zu: sie entwickelte sich parallel zu den Infektionszahlen/Lockdown Maßnahmen.
  - Im März und August verbuchten wir hohe **zweistellige** Zuwachsraten.
  - Aber es gab auch Monate, wie der Juni und September, die unter dem Vorjahresniveau lagen.
  - Der Dezember schloss mit 18% über dem Vorjahr ab und machte wieder ca. 20% des Jahresvolumens aus.

# Kernergebnisse Spendenverhalten

## Januar bis Dezember (2/3)



## Eckdaten zur Marktentwicklung

- Der Anteil der **Generation 60+** am Spendenaufkommen stieg auf **58,5%**, d.h. mehr als die Hälfte des Spendenvolumens wurde durch diese Altersgruppen gewonnen.
  - Vor allem die Generation 70+ trug weiterhin deutlich zum Spendenaufkommen bei. Im Corona Jahr stieg die durchschnittliche Spendenhöhe um 58 Euro auf über 400 Euro an.
  - Aber auch in den Altersgruppen 60-69 und 50-59 wurde 2020 wieder etwas mehr gespendet.
  - Ganz besonders interessant ist, dass auch in der Altersgruppe bis 29, trotz weniger Spender, die durchschnittliche Spendensumme stieg.

# Kernergebnisse Spendenverhalten

Januar bis Dezember (3/3)



## Eckdaten zur Marktentwicklung

- Den **höchsten Anteil** am gesamten Spendenvolumen hatte **mit knapp 76% die humanitäre Hilfe**. Sie stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum absolut gesehen um 212 Mio. Euro an.
  - Innerhalb der humanitären Hilfe ist es die **Not- und Katastrophenhilfe**, die ihren Spendenanteil von 15% auf **knapp 18%** ausbauen konnte und somit sehr stark von den Spenden in der Corona Krise profitiert. Aber auch für andere humanitäre Zwecke wurde mehr als im Vorjahreszeitraum gespendet. Mehr gespendet (absolut gesehen) wurde für die Themen Kinder- und Jugendhilfe, Bildung, langfristige Entwicklungshilfen.
  - Bei Spenden für nicht humanitäre Zwecke waren es der **Tierschutz** und die **Kultur- / und Denkmalpflege**, die punkten konnten.
  - Ein kräftiges Plus verzeichneten auch die Spenden für Flüchtende.
  - Der Sport ist 2020 der Verlierer. Die Spenden gehen um 76 Mio. € im Vergleich zum Vorjahr zurück. Damit fällt der Marktanteil von 3% auf 1,4% (-1,6 PP).



# Der Spendenmarkt



## 2.1 Eckdaten zum Spendenverhalten

---

# 2020: ein außergewöhnliches Jahr

Covid-19 hält die Welt und Deutschland in Atem



# 5,4 Mrd. Euro wurden gespendet

Zeitraum Januar bis Dezember 2020



**5,4** Mrd. €



**+5,1%** vs. 2019



**28,5%** leicht rückläufige Reichweite

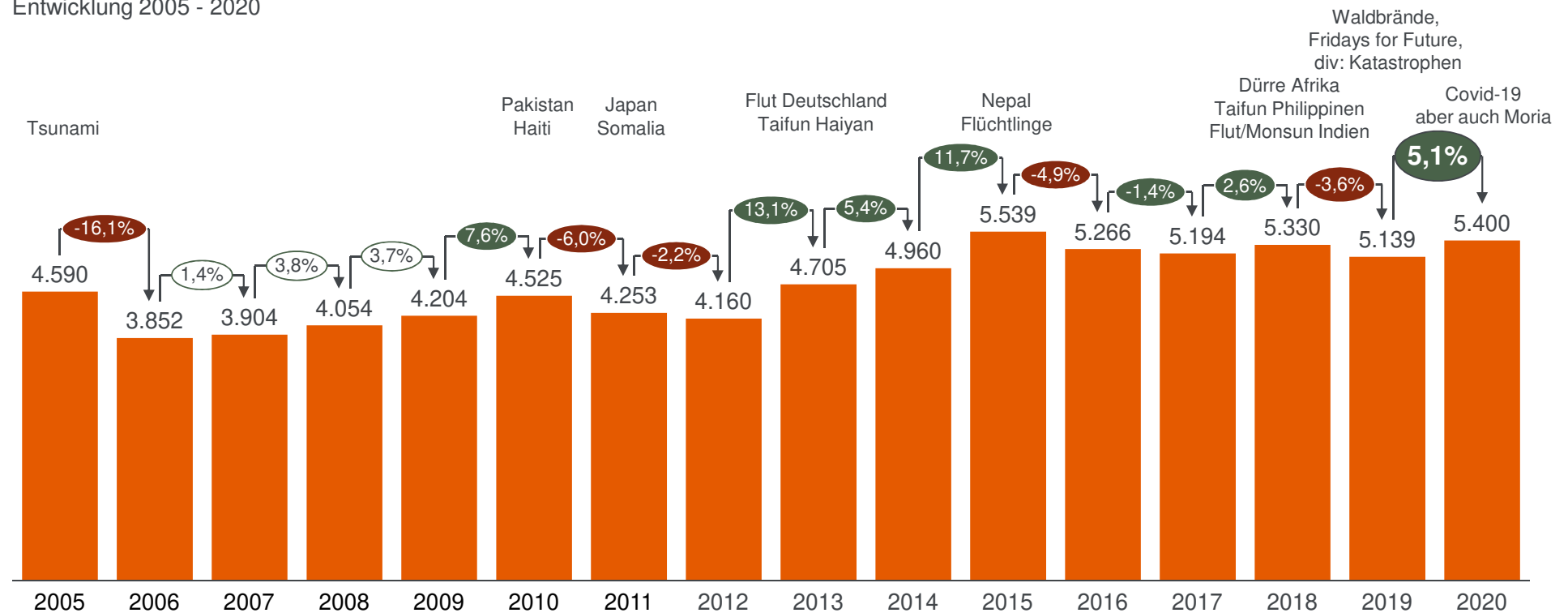


# 2. bestes Ergebnis seit Beginn

+5,1 % zum Vorjahreszeitraum



Gesamtmarkt Spendeneinnahmen von privat Januar – Dezember kumuliert (in Mio. €)  
Entwicklung 2005 - 2020



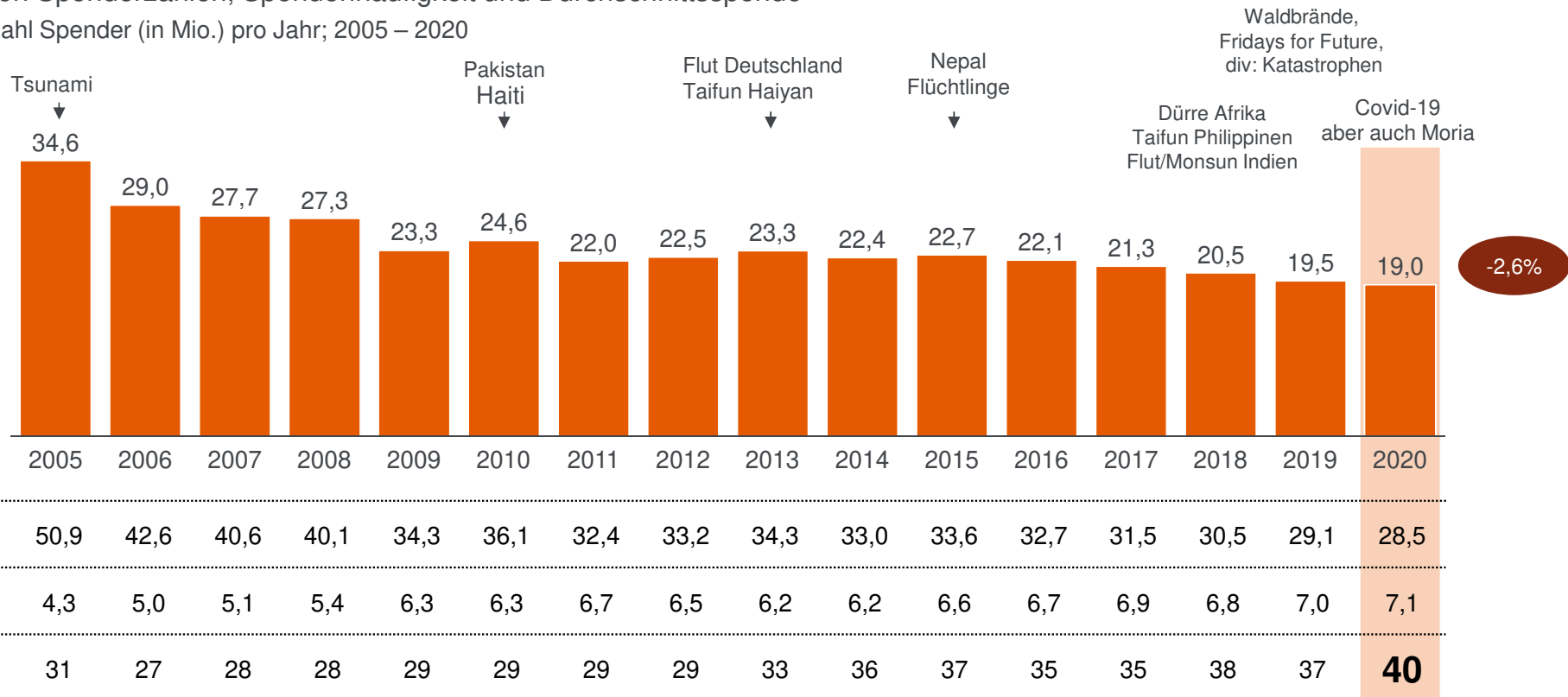
# 40 € pro Spendenakt

## Durchschnittsspende so hoch wie noch nie



Entwicklung von Spenderzahlen, Spendenhäufigkeit und Durchschnittsspende

Entwicklung Anzahl Spender (in Mio.) pro Jahr; 2005 – 2020



# Der Spendenmarkt



## Spenden in Zeiten von Covid 19

---

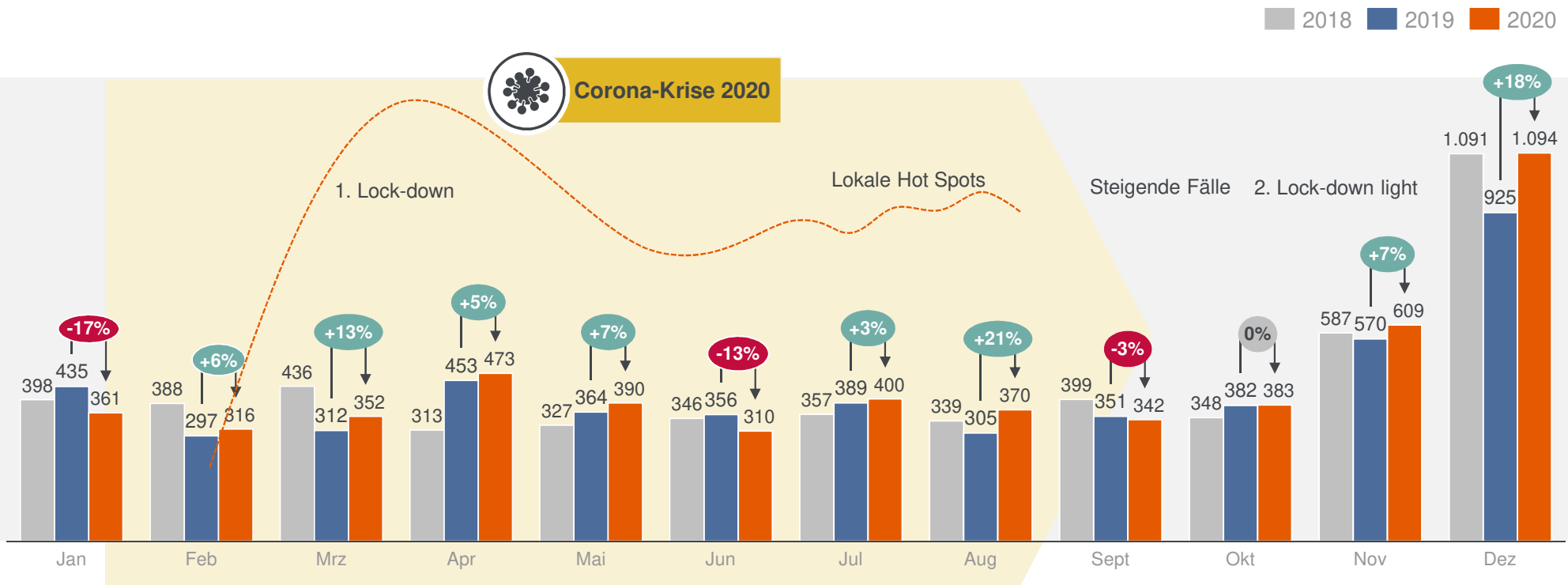
# Teilweise zweistelliges Plus

## Seit Beginn der Pandemie fast stetiges Wachstum



Spenden im Monatsverlauf (Einnahmen in Mio. €)

Entwicklung 2018 bis 2020; Geldspenden 2020 kumuliert: 5.400 Mio. € (entspricht +5% zum Vorjahr)

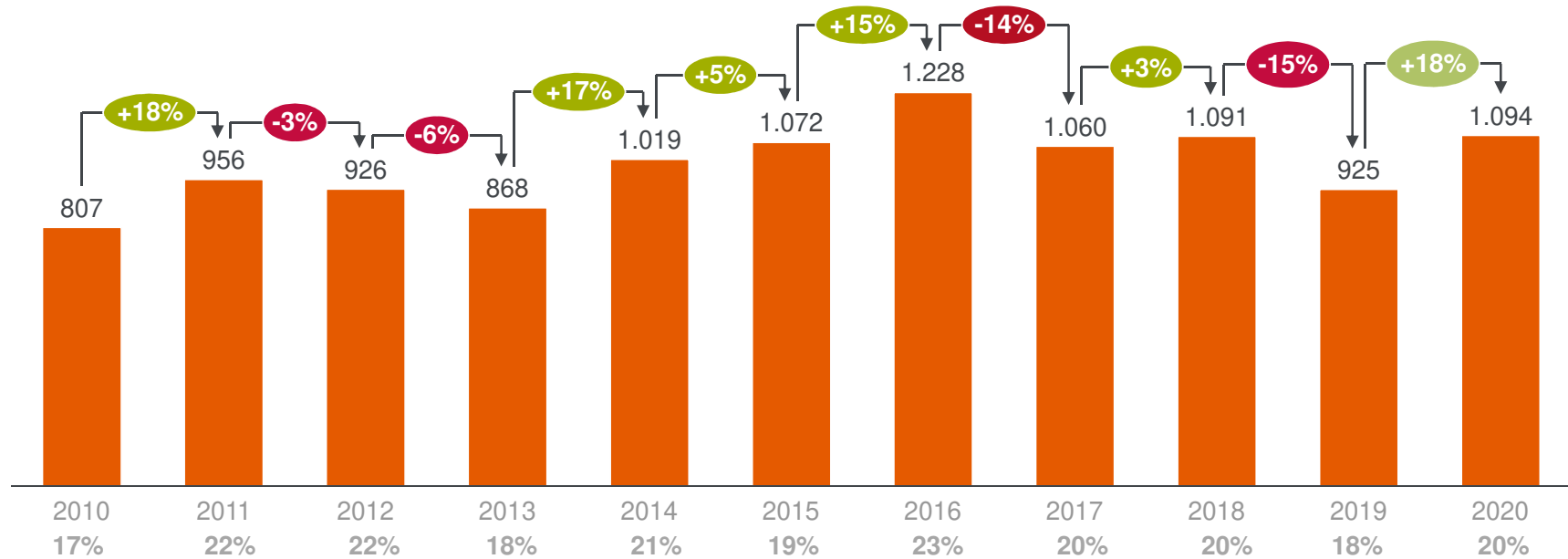


# Dezember steigt um 18%

... und bringt wieder 20% des Jahresvolumens



Spenden im Dezember (Einnahmen in Mio. €)  
Entwicklung Dezember 2010 - 2020



Anteil Dezember am  
Spendenvolumen



# Der Spendenmarkt



## Veränderungen in den Spenderzielgruppen

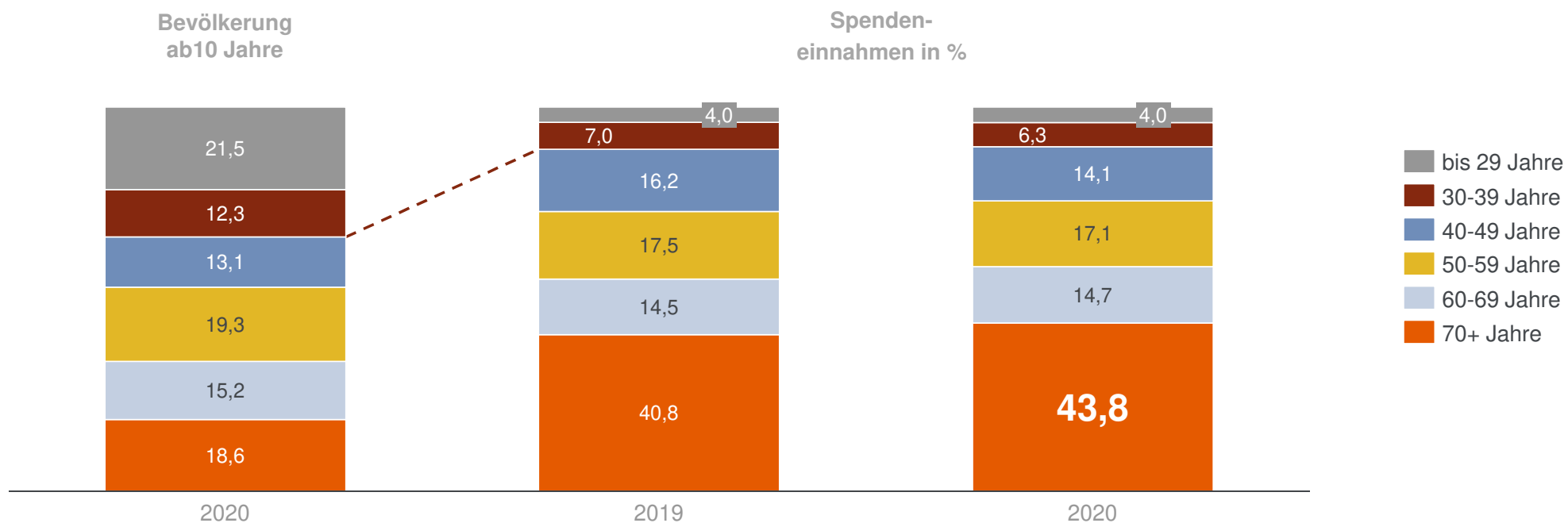
---

# Resistenz zeigt sich auch im Geldspenden-Bereich



## Die älteren Zielgruppen spenden mehr Geld.

Bedeutung der Altersgruppen nach Spendeneinnahmen, Spender und Ø Spendenvolumen  
 Entwicklung Jahr 2020 vs. Jahr 2019; Anteil Bevölkerung ab 10 Jahren 2020



# Aber die Anzahl der Spender geht zurück

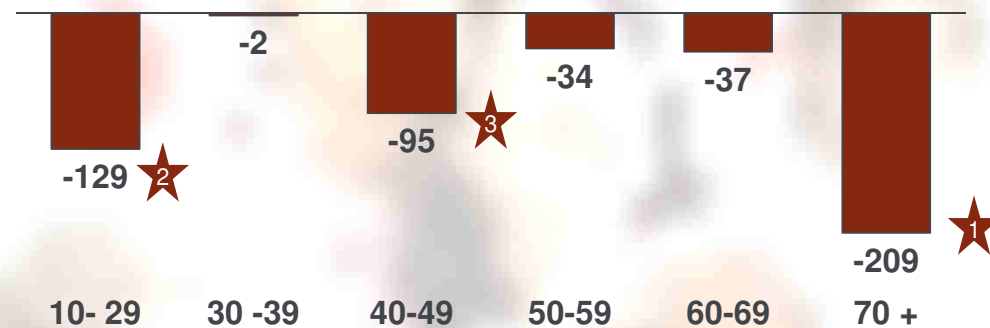
Ausnahme: 30-39 Jährige Spender stabil



## Veränderung Anzahl Spendende in der jeweiligen Altersgruppe

2020 vs. 2019

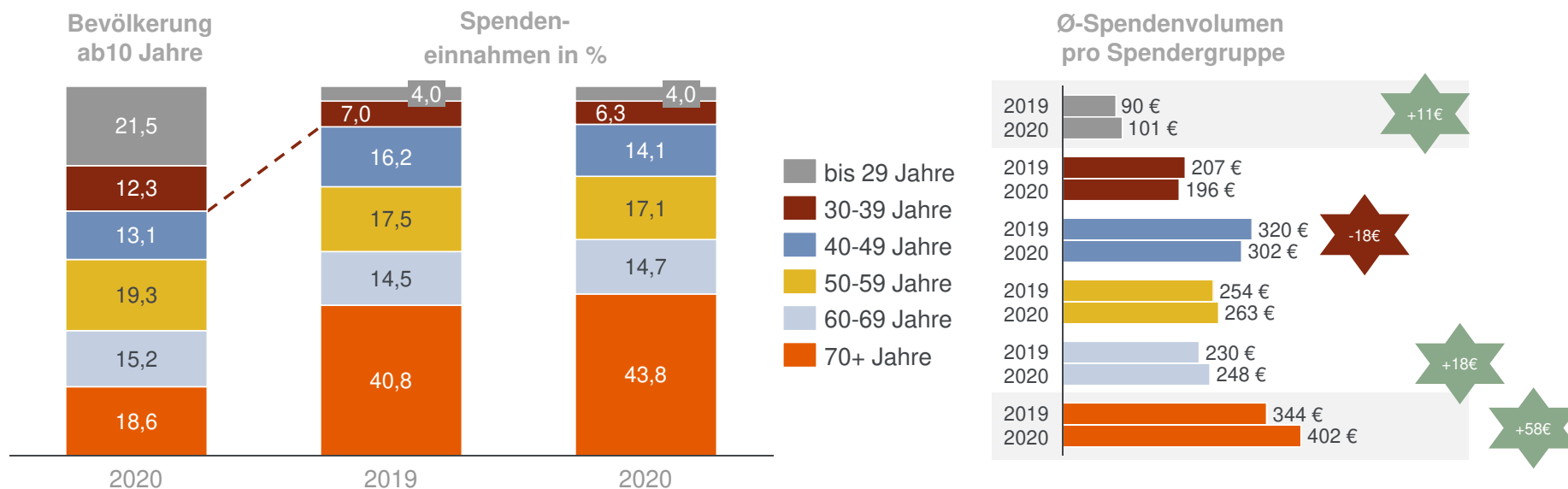
Absolute Veränderung in Tsd.Spendern



# Höhere Durchschnittspenden bei weniger Spendern



Bedeutung der Altersgruppen nach Spendeneinnahmen und Ø Spendenvolumen  
 Entwicklung Jahr 2020 vs. Jahr 2019; Anteil Bevölkerung ab 10 Jahren 2020



# Die Krise betrifft nicht alle Haushalte gleich



- Angestellte mit großer Angst ihren Arbeitsplatz zu verlieren / Arbeitslose
- Ist pessimistisch in Bezug auf die Zukunft

**Betroffene**



- Angestellte mit relativ sicherem Arbeitsplatz aber angespannter finanzieller Situation
- Rentner in einer angespannten finanziellen Situation

**Besorgte**



- Angestellte mit einem sicheren Job und in guter finanzieller Situation
- Rentner in einer guten finanziellen Situation

**Resistente**

Quelle: GfK Consumer Panel Germany

01.09.2020 GfK | Die Auswirkungen der COVID-19-Krise auf den deutschen Handel

Q2: How would you describe your current financial situation? & Q3: Many people nowadays are afraid of losing their jobs. Could the employment of the main earner in your household be at risk?

© GfK

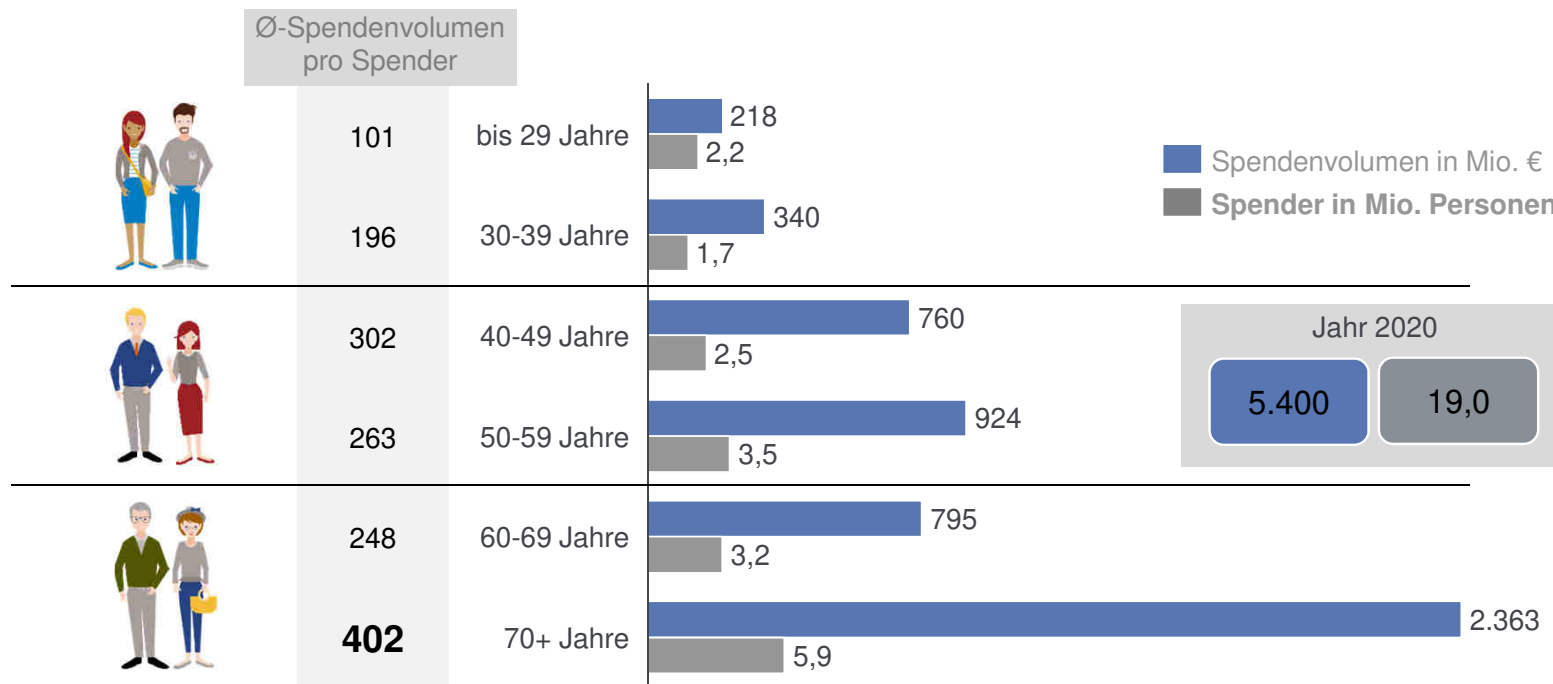
# In der Summe sind es 19 Mio. Spender



## 70+: Spendensumme steigt auf über 400 Euro

Spendenvolumen und Spender im Jahr 2020 nach Altersgruppen

Ø-Spendenvolumen pro Spender Jahr 2020 in €



# Der Spendenmarkt



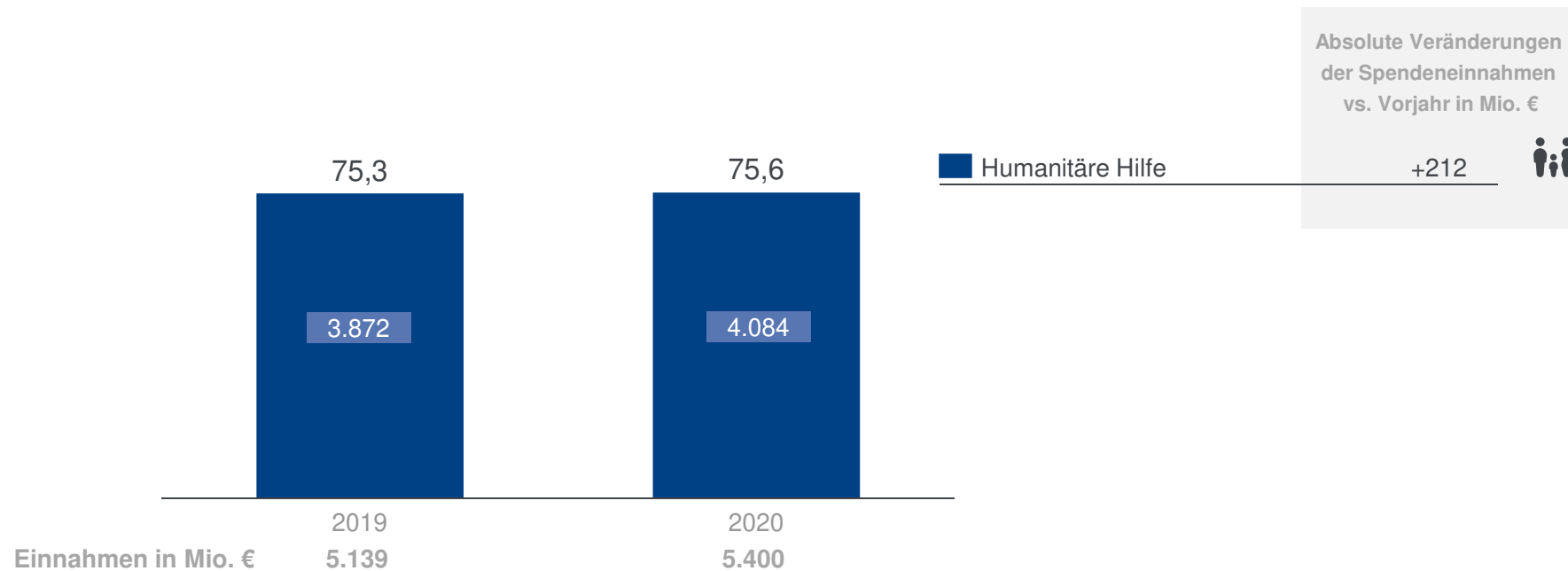
## 2.4 Spendenzwecke

---

# Humanitäre Hilfe profitiert

## Anteil nimmt zu

Spendenzwecke nach Selbsteinschätzung der Spender  
Anteile an den Einnahmen in %; Jahr 2020 vs. 2019



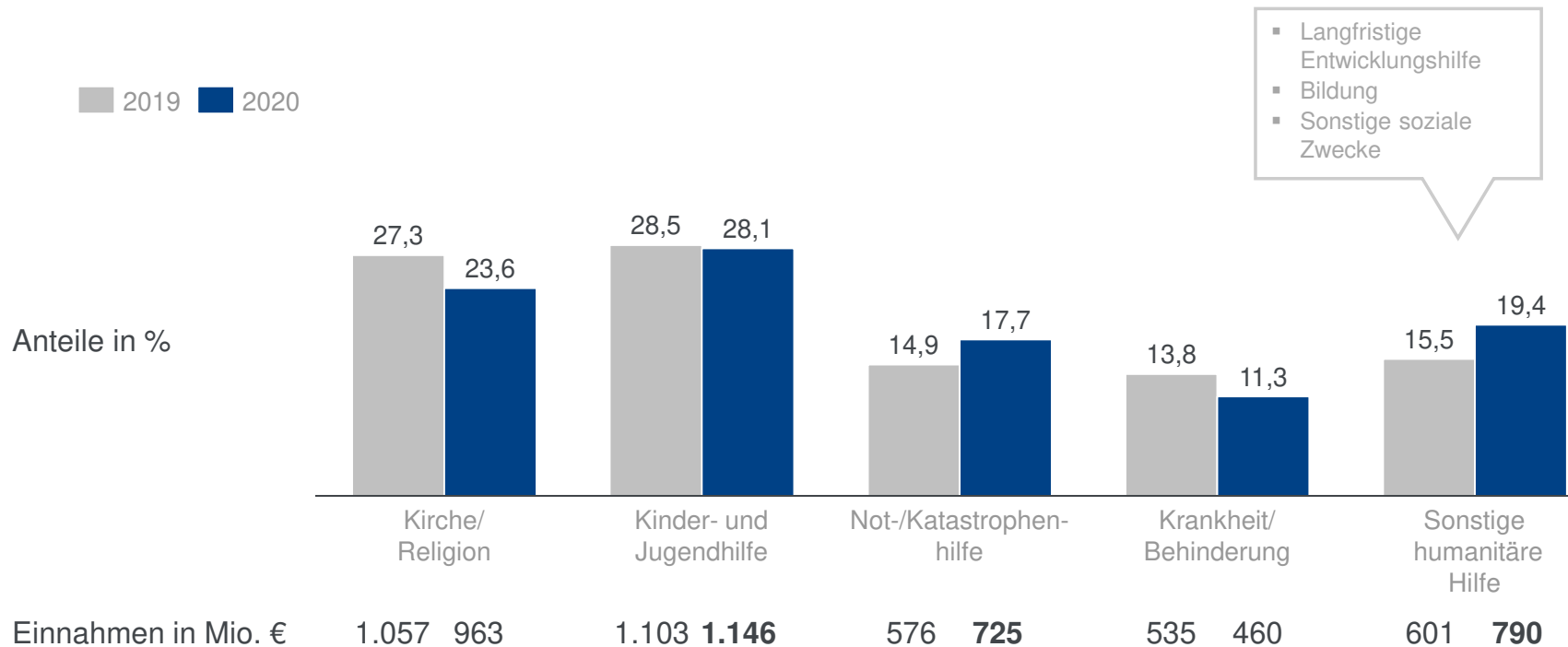


# Not- und Katastrophenhilfenanteil steigt



Plus aber auch bei KiJu, Bildung, langfristige Entwicklungshilfe etc.

Spendenzwecke nach Selbsteinschätzung der Spender  
Anteile an den Einnahmen in %; Jahr 2020 vs. 2019

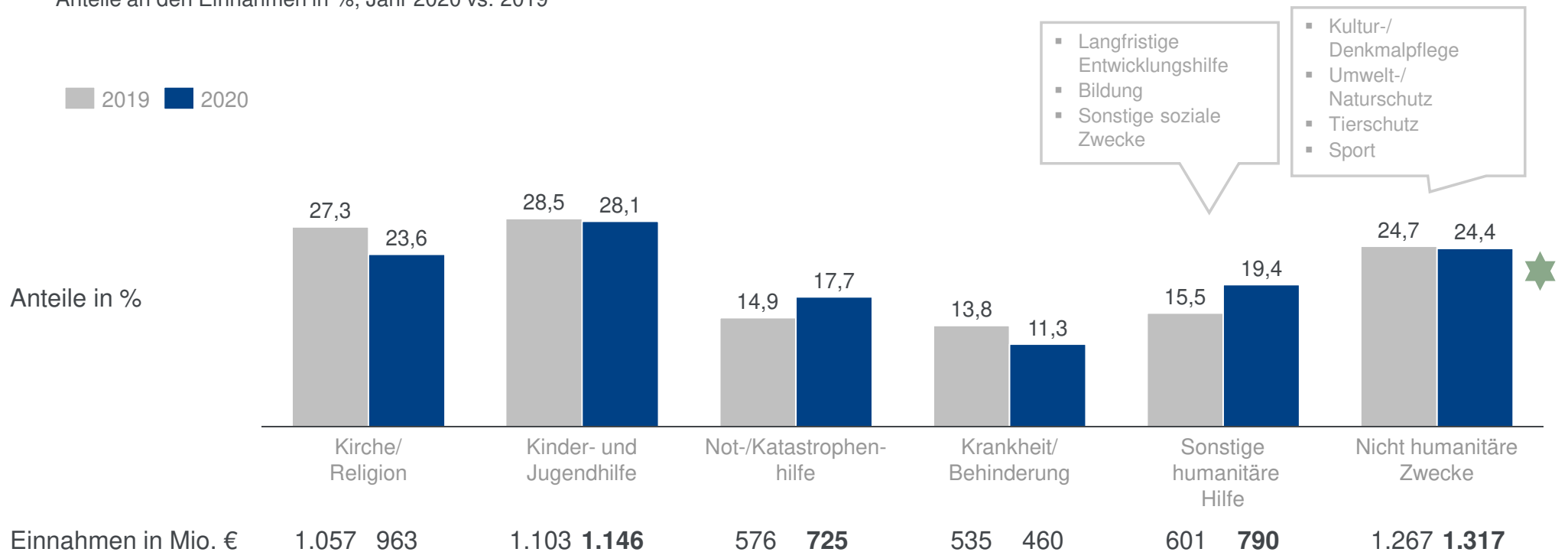


# Spendenvolumen steigt (absolut)

## Auch bei nicht humanitären Zwecken



Spendenzwecke nach Selbsteinschätzung der Spender  
Anteile an den Einnahmen in %; Jahr 2020 vs. 2019



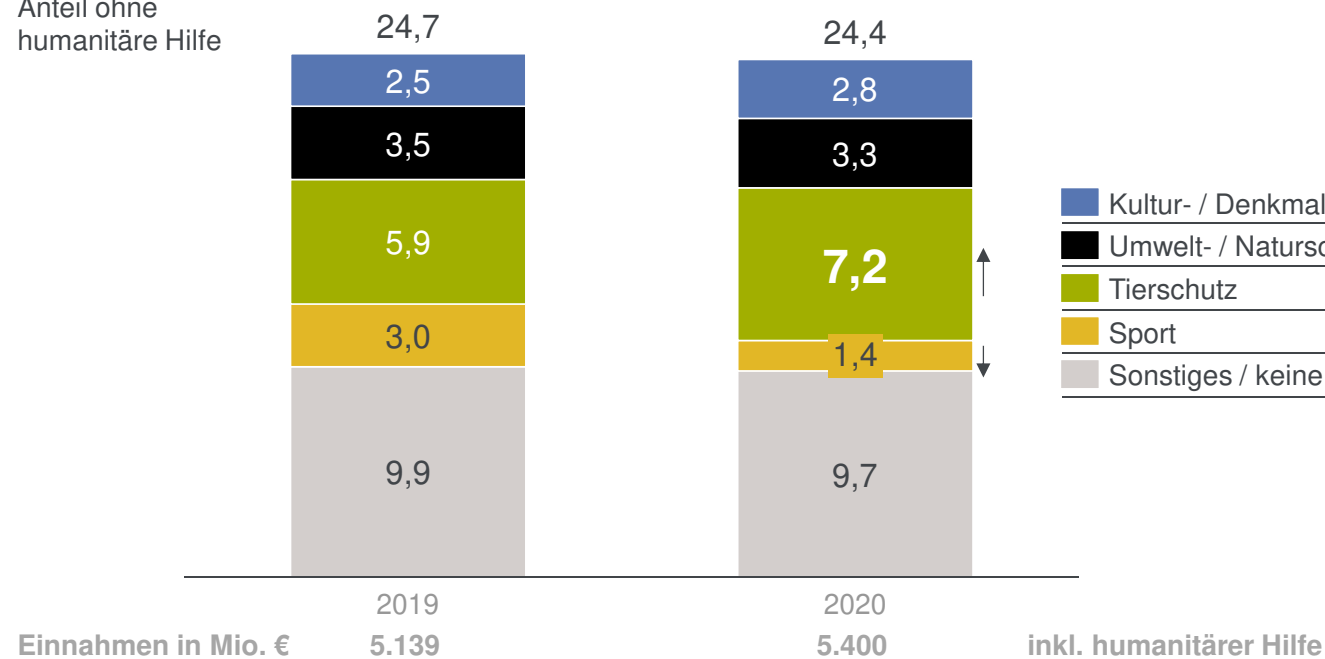
# Tierschutz im Plus

## Auch die Kultur- und Denkmalpflege leidet nicht im Krisenjahr



Spendenzwecke nach Selbsteinschätzung der Spender  
Anteile an den Einnahmen in %; Jahr 2020 vs. Jahr 2019

Anteil ohne  
humanitäre Hilfe



Absolute Veränderungen  
der Spendeneinnahmen  
vs. Vorjahr in Mio. €

|                           |     |  |
|---------------------------|-----|--|
| Kultur- / Denkmalpflege   | +22 |  |
| Umwelt- / Naturschutz     | -1  |  |
| Tierschutz                | +88 |  |
| Sport                     | -76 |  |
| Sonstiges / keine Angaben | +16 |  |

# Der Spendenmarkt



## Spendenanstoß und weitere Blickwinkel

---

# Definition

## Wir zeigen Aggregationen

### Wodurch aufmerksam geworden

#### persönlich adressierter Brief

- **Persönlich** adressierten Brief erhalten

#### Kollekte

- Aufruf durch Kirche (Kirchenkollekte)

#### Freunde

- Hinweis von Freunden

#### Soziales Netzwerk

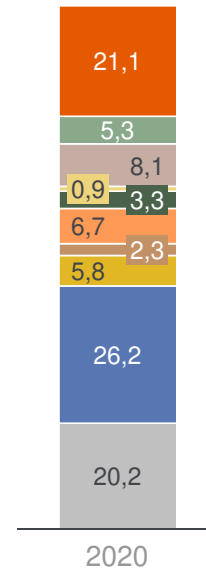
#### Soziales Netzwerk (z.B. Facebook)

#### persönliche Ansprache

- Info-Veranstaltung oder Stand einer Spendenorganisation
- persönlich angesprochen worden (Straße, Haustür, Besuch)

#### Medien

- Anzeige/Beilage in Zeitung
- Artikel/Beitrag in Zeitschrift/Zeitung
- Beitrag/Werbung im Fernsehen
- Beitrag/Werbung im Radio oder Kino
- Plakat gesehen
- Spendengala im Radio oder Fernsehen



### Wodurch aufmerksam geworden

#### Internet

- Homepage einer Spendenorganisation
- sonstiger Beitrag im Internet
- Spendenaufruf per E-Mail
- Werbung im Internet

#### Mitgliedschaft

- Mitglied bei einer Organisation (keine Mitgliedsbeiträge)

#### Spende regelmäßig

- spenderegelmäßig

#### Keine Angaben/Sonstige

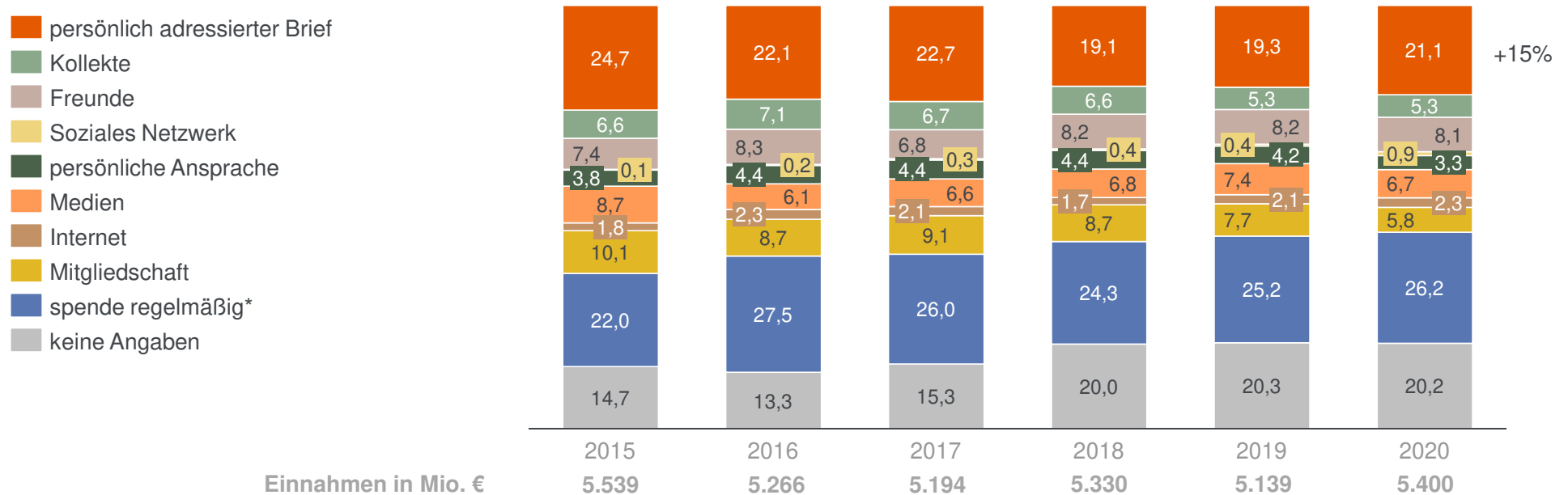
- Aufruf durch Schule
- Kleidersammlung/Sammelcontainer
- **Postwurfsendung**
- telefonische Spendenaufruf
- Sonstige
- keine Angaben

# Mailing gewinnt wieder an Bedeutung

... ebenso die regelmäßigen Spenden



Spendenanstoß: Entwicklung Gesamtmarkt  
Entwicklung 2015 – 2019; Anteile an den Einnahmen in %



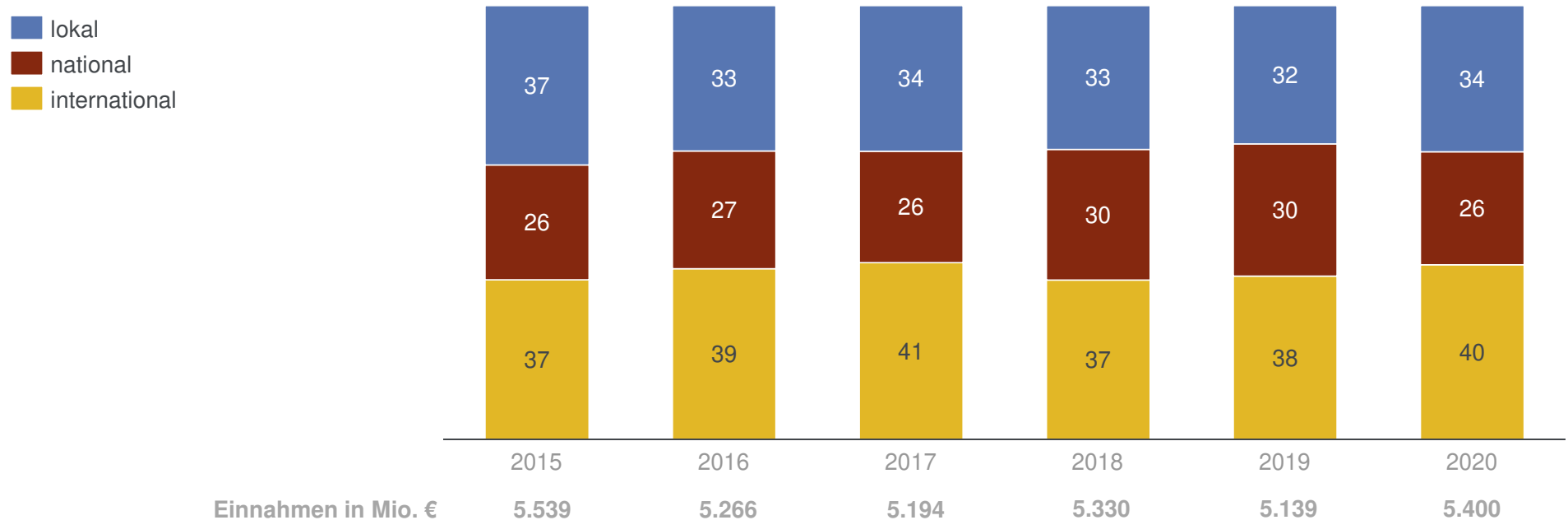
- Bis 2016 wurde eine Position „spende regelmäßig/ keine Angabe“ dargestellt, ab 2017 getrennt: „spende regelmäßig“ ist eine subjektive Einschätzung der Spender im Sinne von „ich spende immer für diese Organisation“.

# Lokale und internationale Projekte



wieder stärker im Fokus der Spender in Zeiten von Covid 19

Für welche Projekte haben Sie gespendet?  
Selbsteinschätzung, Anteile an den Einnahmen in %

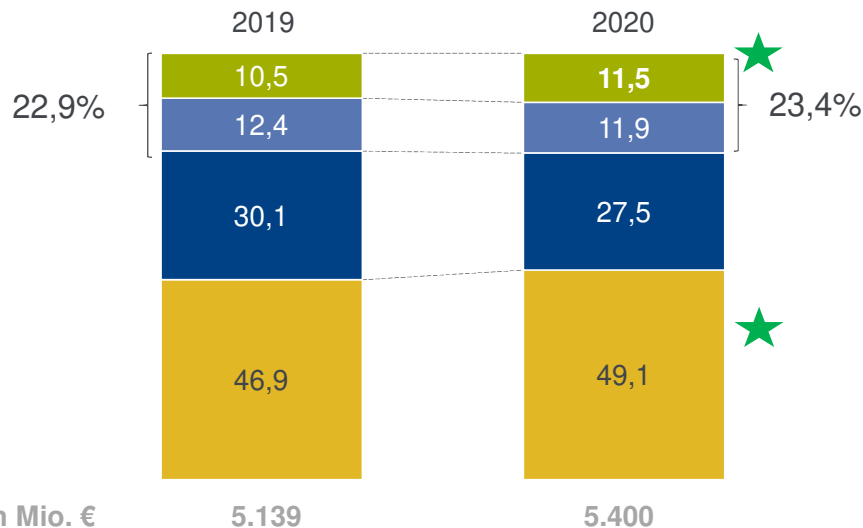


# Knapp die Hälfte der Spenden fließt zu vielen anderen Organisationen



Für welche Organisationstypen spenden die Spender einer Organisation?  
Anteile an den Einnahmen in %

- Katholische Organisationen
- Evangelische Organisationen
- Top 25 andere Organisationen
- Sonstige



## Definition der Organisationen

### 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 25 andere Organisationen (nicht Katholisch/Evangelisch)<sup>1</sup>

Ärzte ohne Grenzen, Aktion Deutschland hilft, Bund Naturschutz, Deutsche Kinderkrebshilfe, Deutsche Krebshilfe, Deutsche Rettungsflugwacht, DRK, DGZRS, DLRG, Gebende Hände, Greenpeace, IFAW Tierschutzfond, NABU, Plan, SOS/Gmeiner, St. Josef Indianer HW, Sternstunden, Unicef, Vier Pfoten, Volksbund Kriegsgräber, Weisser Ring, Welthungerhilfe, World Vision, WWF, Zeugen Jehovas

<sup>1</sup> Top 25 nicht konfessionelle Organisationen entsprechend dem in GfK Charity Panel gemessenen Spendenvolumen



# Der Spendenmarkt



## 2.6 Spenden für Flüchtlingshilfe

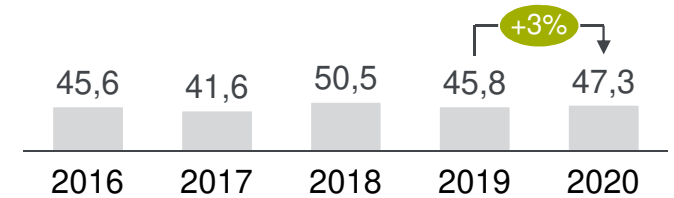
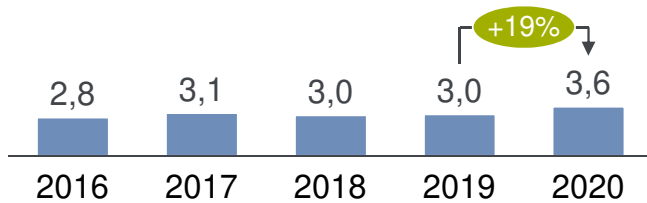
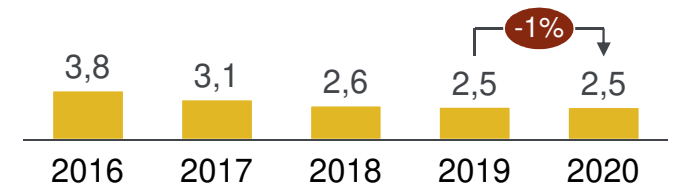
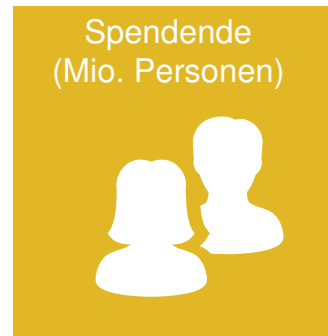
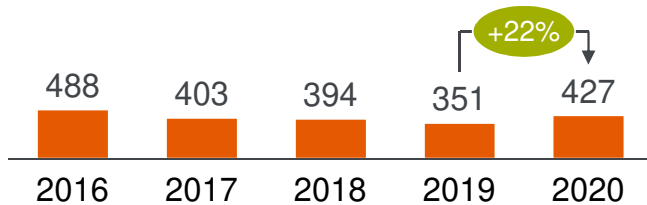
---

# Zweistellige Zuwachsraten f. Flüchtende

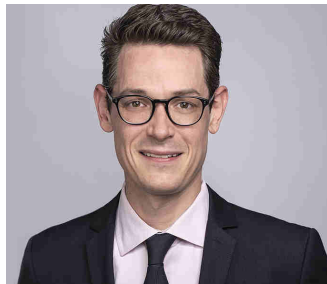


## Es werden rund 47 Euro im Durchschnitt gespendet

Fließt die Spende in die Hilfe für Flüchtlinge?  
Entwicklung 2016 – 2020



# Ihre Ansprechpartner



Dr. Max Mälzer  
Geschäftsführer  
Deutscher Spendenrat e.V.

+49 30 467 05 200  
Mobil: +49 (0) 151 409049552

[maelzer@spendenrat.de](mailto:maelzer@spendenrat.de)



Bianca Corcoran-Schliemann  
Account Director  
GfK SE

+49 911 395 3883  
Mobil: +49 (0) 151 42613036

[Bianca.corcoran-schliemann@gfk.com](mailto:Bianca.corcoran-schliemann@gfk.com)