

Deutschland

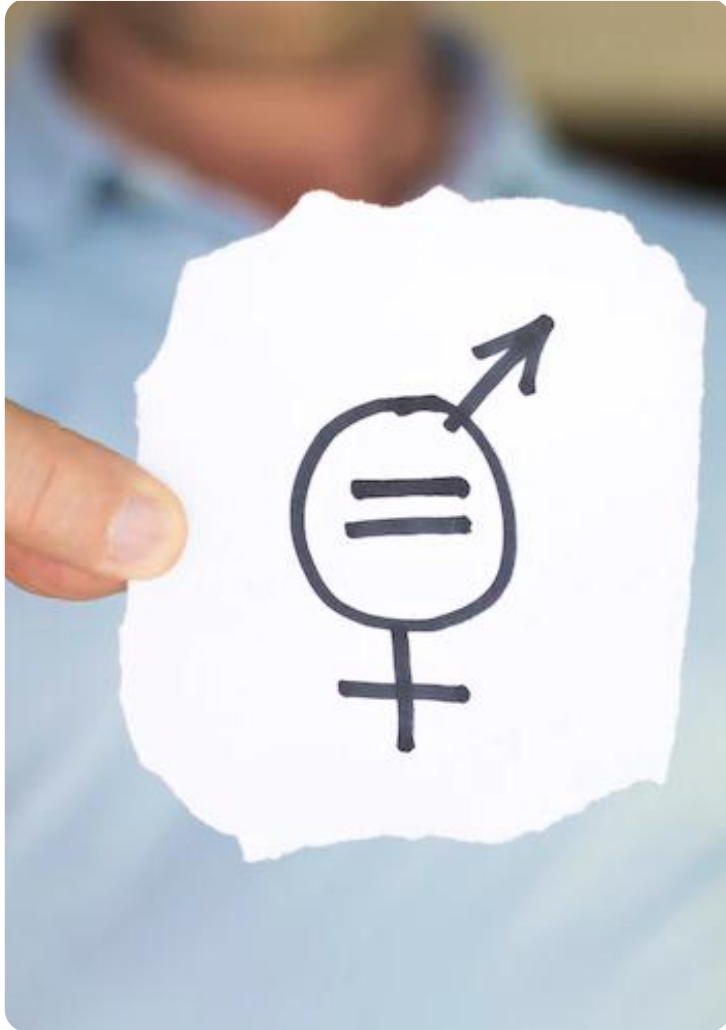
Bilanz des Helfens 2025

im Auftrag des Deutschen Spendenrats

YouGov Shopper Intelligence

18.2.2026

Pressekonferenz



Information zur Lesbarkeit

Zur besseren Lesbarkeit wird in diesem Bericht das generische Maskulinum verwendet.

Die verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter.

Agenda

- 1** Methodik Charity Panel
- 2** Zusammenfassung
- 3** Der Geld-Spendenmarkt
- 4** Entwicklung der Spendenzwecke
- 5** Veränderungen in den Altersgruppen
- 6** Überblick Regionen

1 Methodik

Daten aus dem Panel: *YouGov Charity Individual*

Single Source Ansatz

Trends im Spenderverhalten
frühzeitig erkennen und
Kampagnen zielgerichtet gestalten



Wir bieten Ihnen

Single Source Ansatz

Durch die **regelmäßig erhobenen Stamm-Merkmale** der Panelteilnehmer (z.B. Soziodemografie, Freizeitverhalten, Medianutzung, etc.) entsteht zusammen mit dem gemessenen Spenderverhalten ein **umfassendes Bild der Spender und potenziellen Spender**.

Trends und Muster im Spenderverhalten können Ihnen helfen, ihre strategische Planung zu verbessern. Diese Vorteile tragen dazu bei, die Effektivität der NGO-Arbeit zu steigern. Durch das Verständnis der Spendenmuster können **Kampagnen gezielter gestaltet** werden, um die richtigen potenziellen Spendergruppen anzusprechen und die Effektivität zu erhöhen.

Ressourceneffizienz

Mit dem Wissen, welche Maßnahmen am erfolgreichsten sind und welche weniger effektiv sind, können Sie die vorhandenen Ressourcen effizienter einsetzen.

Spenderbindung

Ein **besseres Verständnis der Spenderpräferenzen und -motive** ermöglicht es der NGO, personalisierte Kommunikation und Angebote zu entwickeln, die die Bindung und Loyalität der Spender stärken.

Methodisch fundiert und von Experten begleitet

Wir untermauern Trends und
Entwicklungen mit dem Wissen
unserer Experten im Markt



Trendfrüherkennung durch monatliche Berichterstattung

Rhythmus



Das Spendenverhalten der Panelteilnehmer wird **kontinuierlich (monatlich)**, direkt nach der Spende, erhoben, d. h., es erfolgt **keine rückwirkende Befragung** von „erinnertem“ Spendenverhalten.

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

Befragungsart



Die Erhebung erfolgt **sowohl online als auch offline**. Hierdurch wird sichergestellt, dass auch nicht internet-affine Haushalte repräsentativ im Panel abgedeckt werden.

Stichprobe



Alle Ergebnisse basieren auf einer repräsentativen **Großstichprobe** von n = 10.000 Haushalten (brutto).

Hochrechnung



Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand 2025: **65,6 Mio.**) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahren **hochgerechnet**.

2 **Zusammenfassung**

Geldspenden im Zeitraum Januar – Dezember 2025

Spürbare Spendenverluste

Ein Ergebnis der geopolitischen und wirtschaftlichen Zeitenwende?

- Im Zeitraum von Januar bis Dezember 2025 verzeichneten die Spendeneinnahmen in Deutschland einen **Rückgang von 9%**. Dies sind **463 Millionen Euro weniger als im Vorjahr**, die von **Privatpersonen (ohne Nachlassspenden)** gespendet wurden.
- Der **Dezember** war ein herausragender Spendenmonat mit **1,124 Milliarden Euro**. Damit lag der Dezember 15% über dem Vorjahr. Der Dezember machte 24% der gesamten Spendeneinnahmen aus.
- Die durchschnittliche Spende pro Spender liegt auf dem **Rekordniveau** von **46 Euro**. Dies waren etwa **3 Euro mehr** als im Vorjahr. Zudem wurde im Durchschnitt knapp **sechsmal pro Jahr** gespendet. Dies ist weniger als in den Vorjahren.
- Mit **658 Millionen Euro** lagen die Spenden für **Not- und Katastrophenhilfe** 2025 um **9 %** unter dem Vorjahr – ein **Minus von 67,5 Millionen Euro**.

Spürbare Spendenverluste

Ein Ergebnis der geopolitischen und wirtschaftlichen Zeitenwende?

- 2025 spendeten **15,8 Millionen** Menschen Geld – rund 848 Tsd. Personen weniger als im Vorjahr. Die Reichweite, also der Anteil der Bevölkerung, der mindestens einmal Geld gespendet hat, lag bei 24%. Dies entspricht 15,826 Mio. Spender und damit rund 850 Tsd. Personen weniger als 2024.
- Die **Generation 60+** bleibt mit einem Anteil von **58 %** die wichtigste Stütze des Spendenaufkommens. Dennoch musste diese Gruppe im Vergleich zum Vorjahr einen Rückgang von 12 % hinnehmen – das entspricht **374 Millionen Euro weniger** als 2024.
- Innerhalb der **60–69-Jährigen** gab es hingegen ein **Plus von 9 %**, was jedoch nicht die höchste Wachstumsrate darstellte. Diese lag bei den **40–49-Jährigen**, die ihre Spenden **um 13 % steigerten** – rund 50 Millionen Euro mehr als im Vorjahr.
- Deutlich rückläufig war das Spendenvolumen der **Altersgruppe 70+**: Es **sank um 21 %** auf 1,716 Milliarden Euro – ein **Minus von 451 Millionen Euro** gegenüber 2024.*

*Weiterführende Betrachtungen der Generationen sind hier sinnvoll. Allein von 2024 zu 2025 ging die Anzahl der Personen der Wiederaufbau-Generation (74 Jahre und älter) um knapp 10% in der Bevölkerung zurück. Dies sind rund 1 Millionen Menschen weniger!

03 Der Geld- Spendenmarkt

Spendenrückgang

Die Geld-Spenden von Privatpersonen gingen zurück.

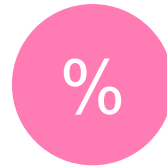
2025 lag mit knapp einer halben Milliarde € unter dem Vorjahr – Folgen der geopolitischen und ökonomischen Entwicklungen?

Ein spürbarer Verlust



4,6

Mrd. €
Spendeneinnahmen



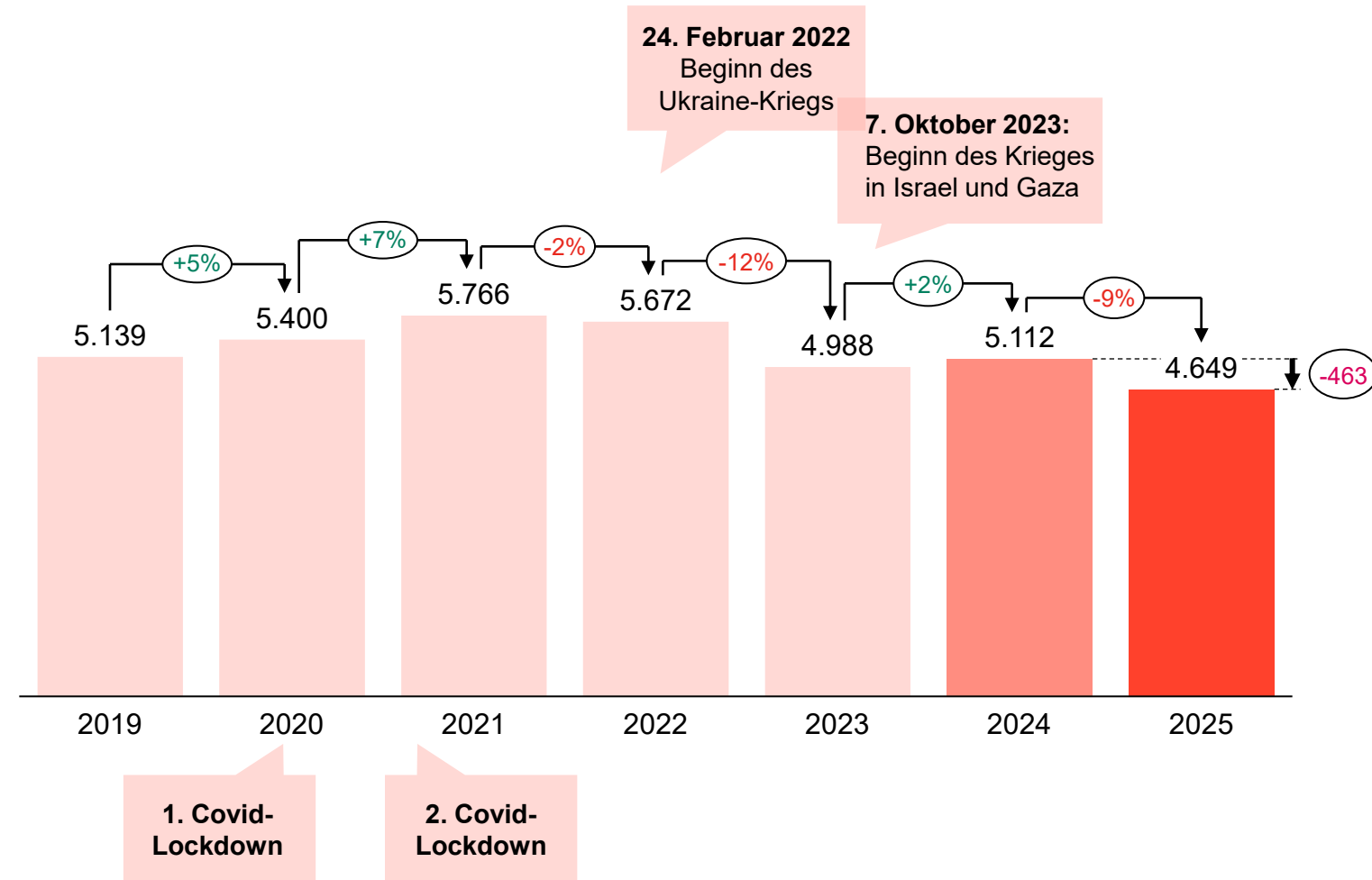
-9%

vs. 2024



- 463 Tsd. €

Private Geldspenden auf Tiefstand

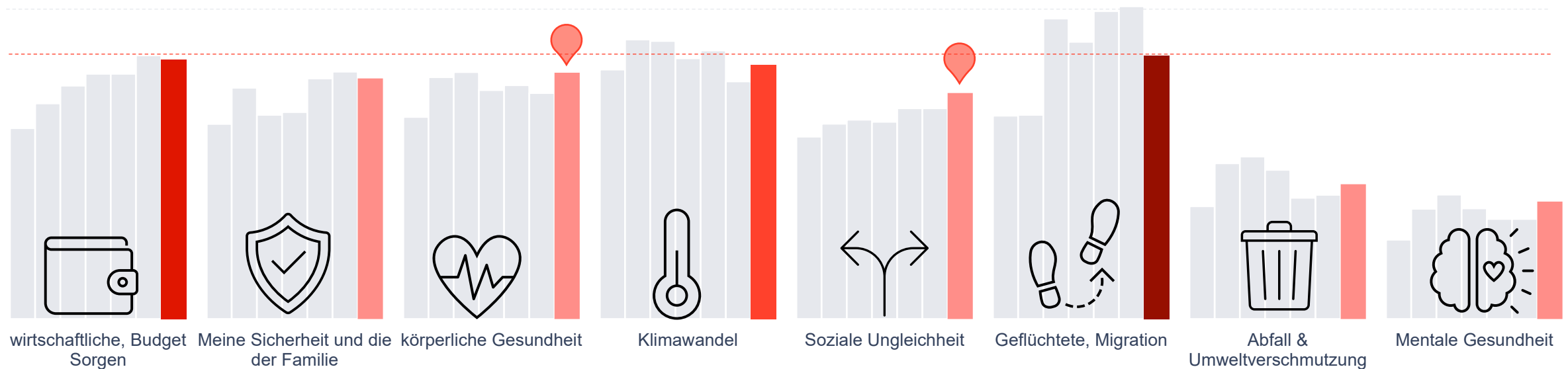


Daten aus dem Panel: YouGov Charity Individual

Was könnten die Ursachen dafür sein?



Einwanderung bleibt Top Thema, gefolgt von Budgetsorgen



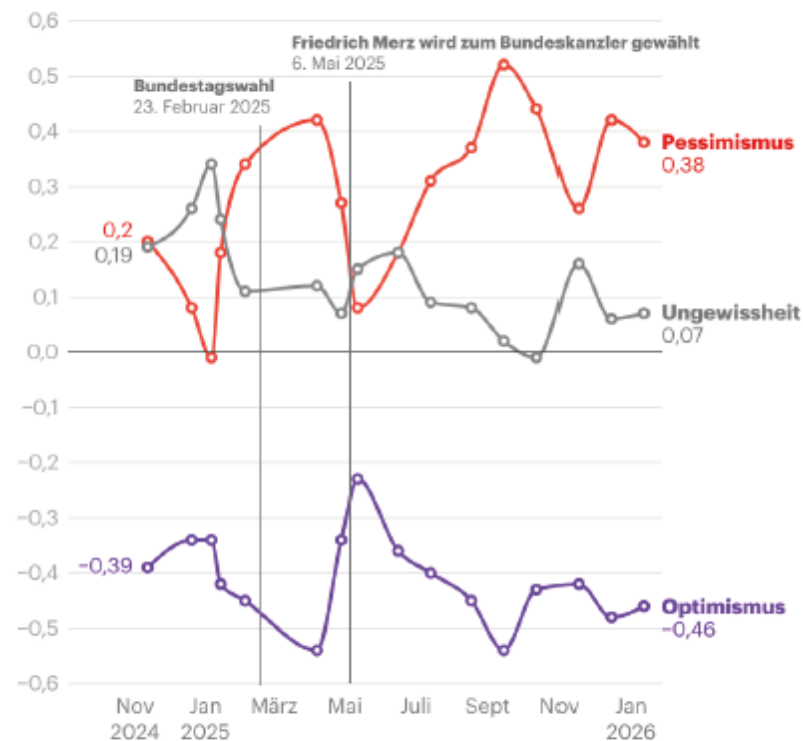
Die Bürger mögen die Gründe für die schwierige wirtschaftliche Situation zwar verstehen, betroffen sind sie aber vor allem von den Auswirkungen. Und das, ohne dass sie die Situation selbst beeinflussen könnten. Die **privaten Haushalte verfügen über ein Billionen-Vermögen*** und die **Sparneigung** war im Dezember 2025 mit 18,7 Prozent auf Rekordniveau**. Doch wer will ihnen verdenken, dass sie ihr Geld zusammenhalten, statt es in den „Konsum“ zu stecken?

■ Frühjahr 22 ■ Frühjahr 23 ■ Herbst 23 ■ Frühjahr 24 ■ Herbst 24 ■ Frühjahr 25 ■ Herbst 25

Paradoxon: Gesellschaftliche Verunsicherung trifft auf einen individuellen Wohlstand

Immer mehr Deutsche blicken pessimistisch in die Zukunft

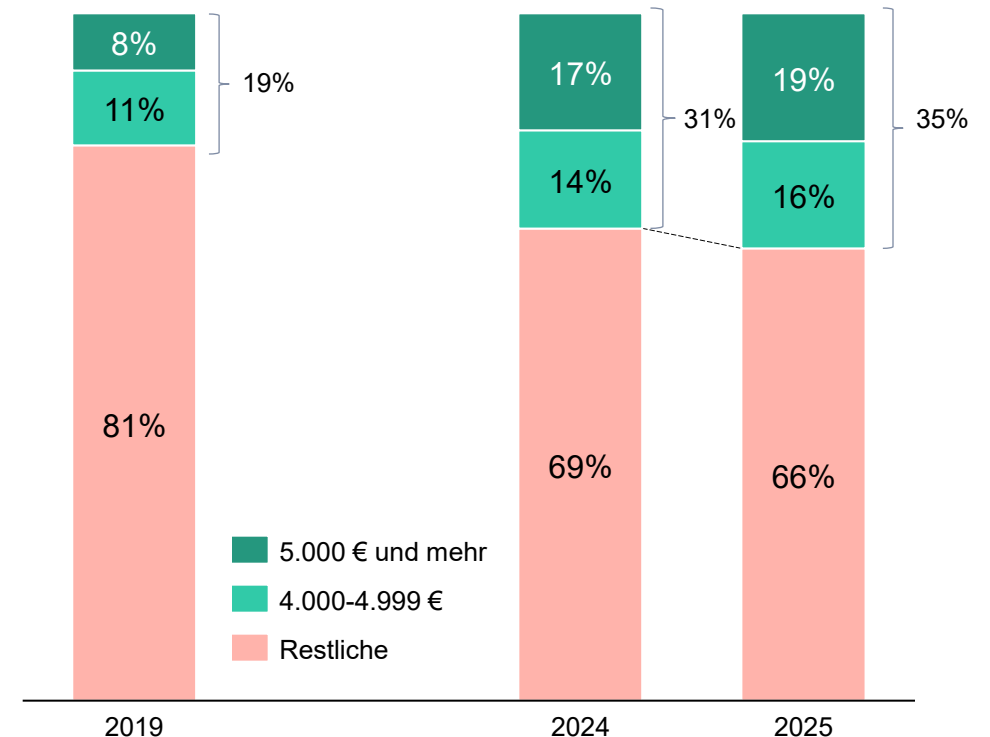
YouGov Zukunftssensor Januar 2026



YouGov

Quelle: YouGov Omnibus Politik, repräsentativ für Wahlberechtigte

Immer mehr Haushalte* verfügen über mehr Nettoeinkommen



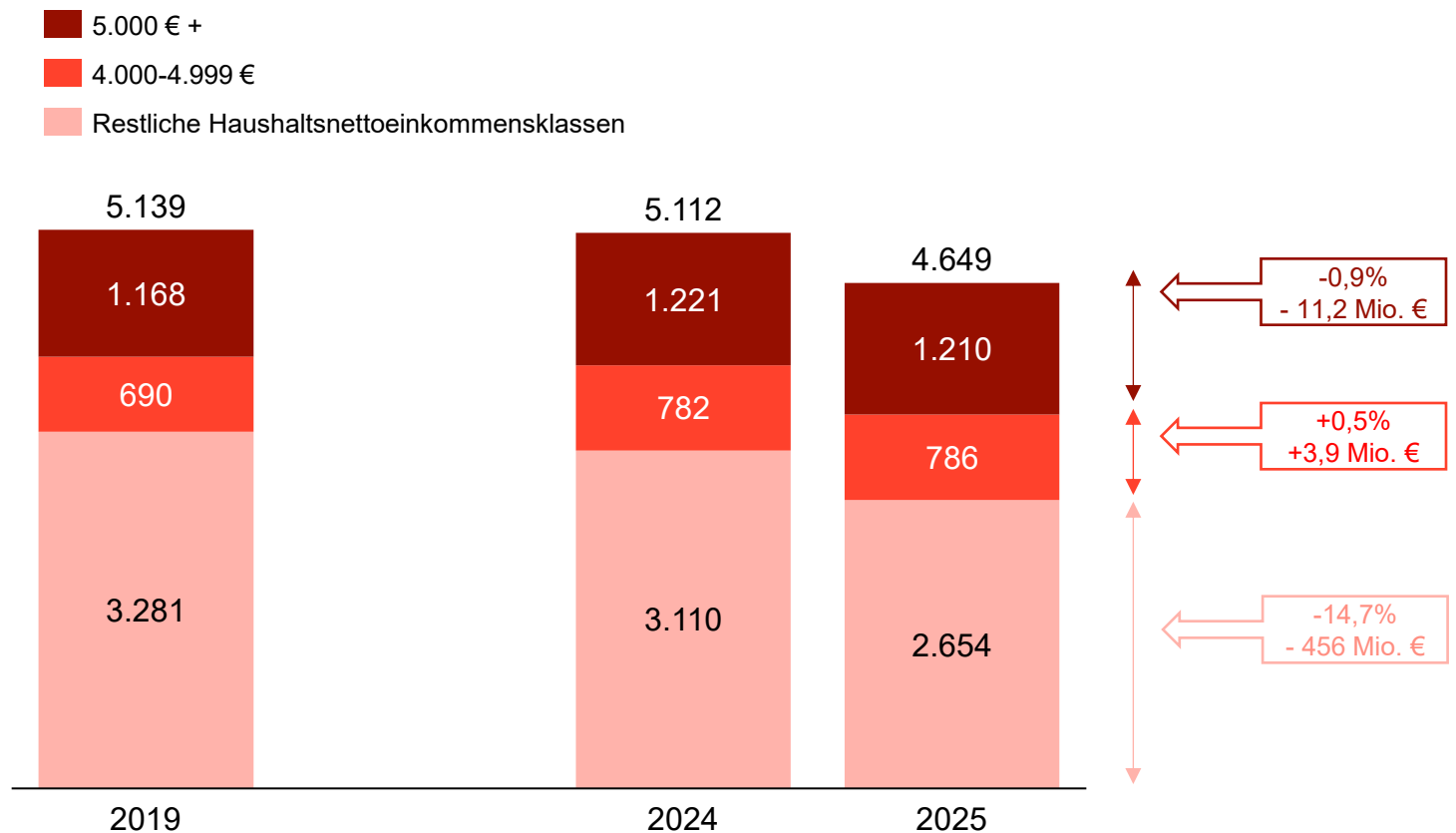
*in der Bevölkerung (65,6 Mio.), nicht nur Spender, Daten aus dem Panel: YouGov Charity Individual

Budgetsorgen nehmen zu

- Die nominalen Löhne sind 2025 im Vergleich zu 2024 um etwa **+3,5 %** gestiegen, während die **realen Löhne** – also inflationsbereinigt – nur um rund **+1,2 %** zulegten. Grund: moderate Inflation (ca. 2,3 %) und weiterhin steigende Tarifabschlüsse.¹
- Die Menschen sind **preissensibler** geworden und wägen Ausgaben genau ab. Die wirtschaftlich und die angespannte geopolitische Lage sorgt für weitere Zurückhaltung bei den Ausgaben der Shopper.²

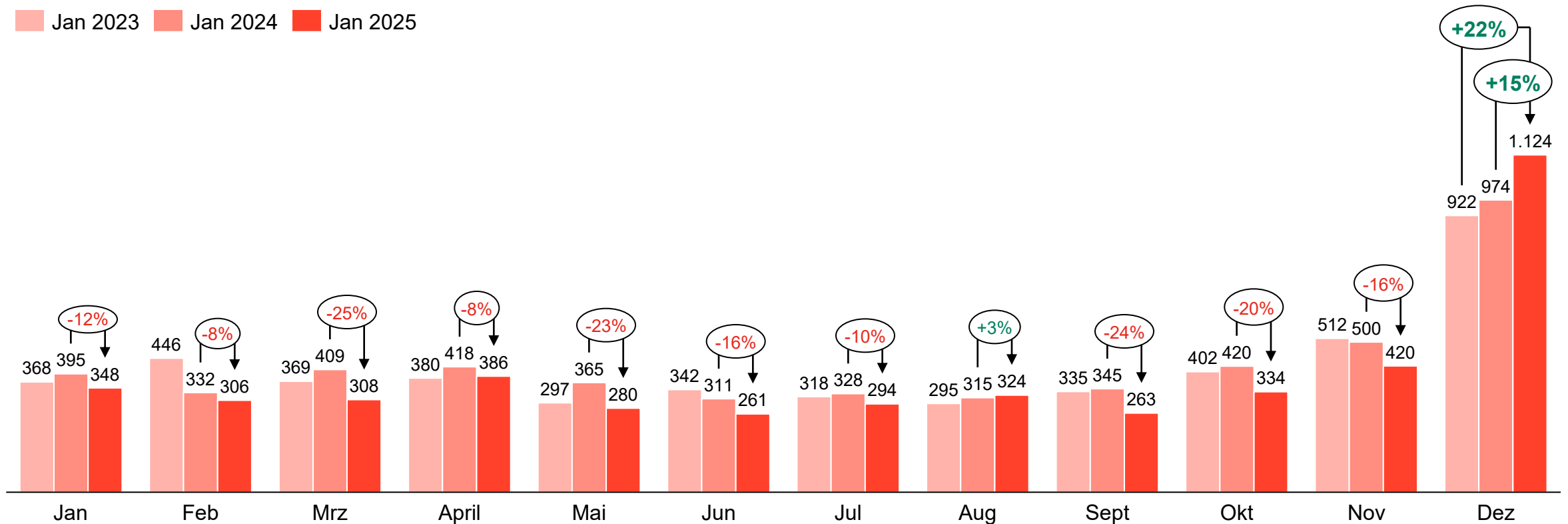
¹ Quellen: destatis, ² YouGov Shopper Behavior Change Fall '24, EU-15 (gesellschaftliche Anliegen); YouGov EuroTrack; Länder Durchschnitt (DK, FR, DE, UK, IT, ES, SE; Aussichten & Regierung).

Spenden-Veränderung im oberen Einkommensbereich ist nur leicht negativ



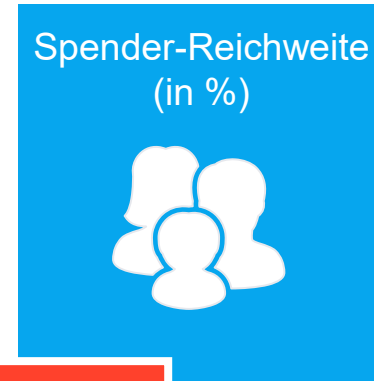
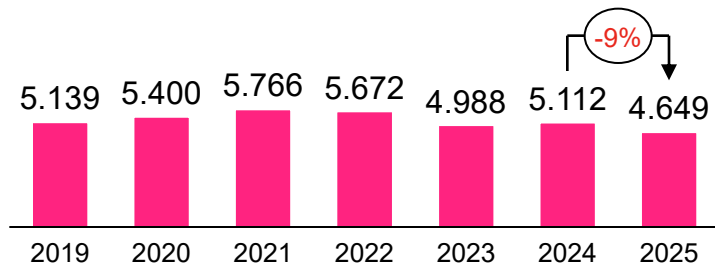
Die Spendenaufrufe im Dezember waren sehr erfolgreich und führten zu einem außergewöhnlichen Spendenmonat

Damit macht der Dezember 24% des Spendenaufkommens des gesamten Jahres aus

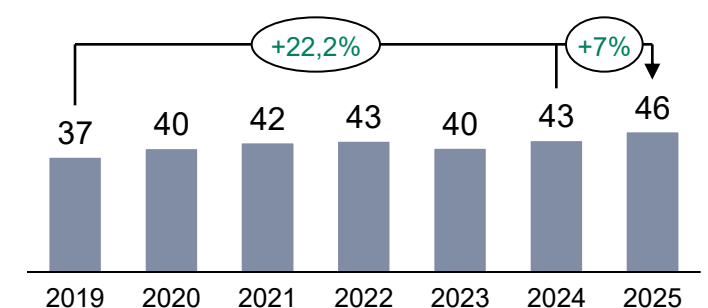
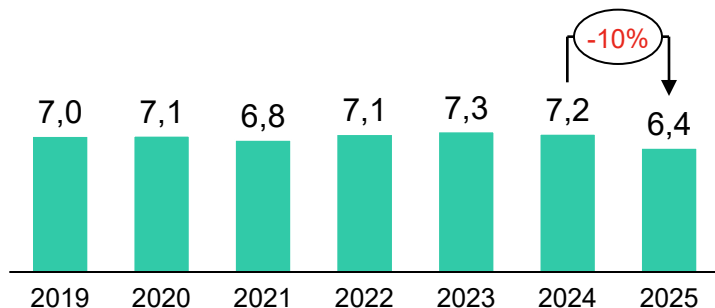
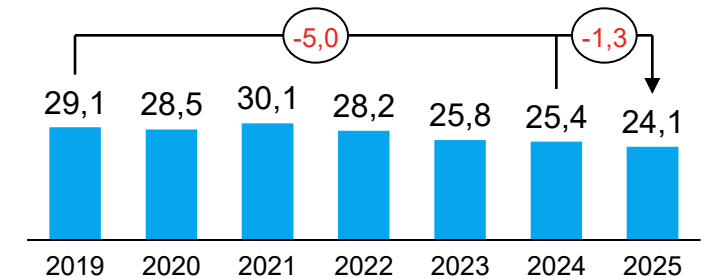
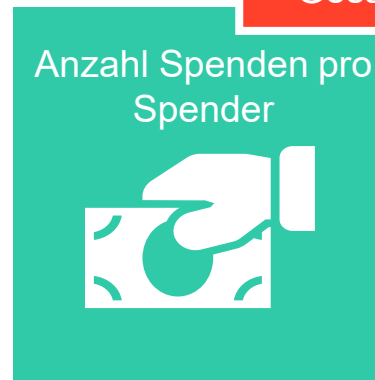


Im Durchschnitt werden rund 46 € pro Spendenakt gespendet, noch einmal 3 € mehr als im Vorjahr

Die Kompensation der fehlenden Spender durch höhere Einzelspenden war allerdings nicht erfolgreich



Gesamtmarkt



Erläuterung



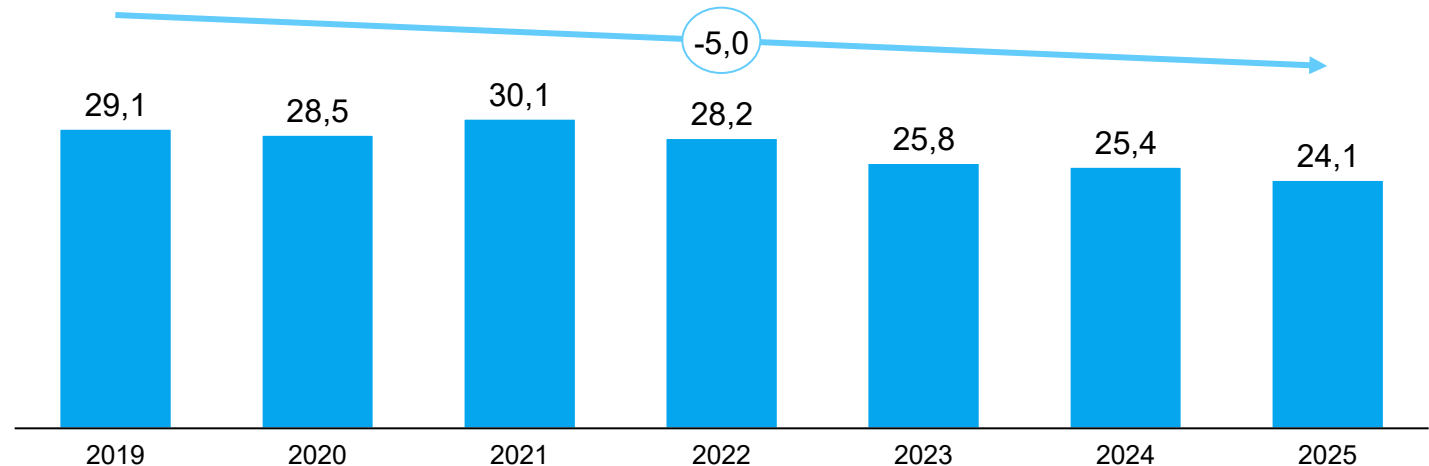
Die Spendereichweite (%) ist eine Kennzahl, die angibt, wie viel Prozent der Menschen innerhalb eines bestimmten Zeitraums mindestens ein Mal für einen bestimmten Spendenzweck Geld gespendet haben.



Weniger als ein Viertel spenden Geld

Die Reichweite liegt aktuell bei 24%, dies sind 15,826 Mio. Spender und damit rund 850 Tsd. Personen weniger als 2024. Im Vergleich zu 2019 sind es 3,681 Mio. Geldspender weniger.

Spenderreichweite in %, Veränderung in %-Punkten



04 Entwicklung der Spendenzwecke

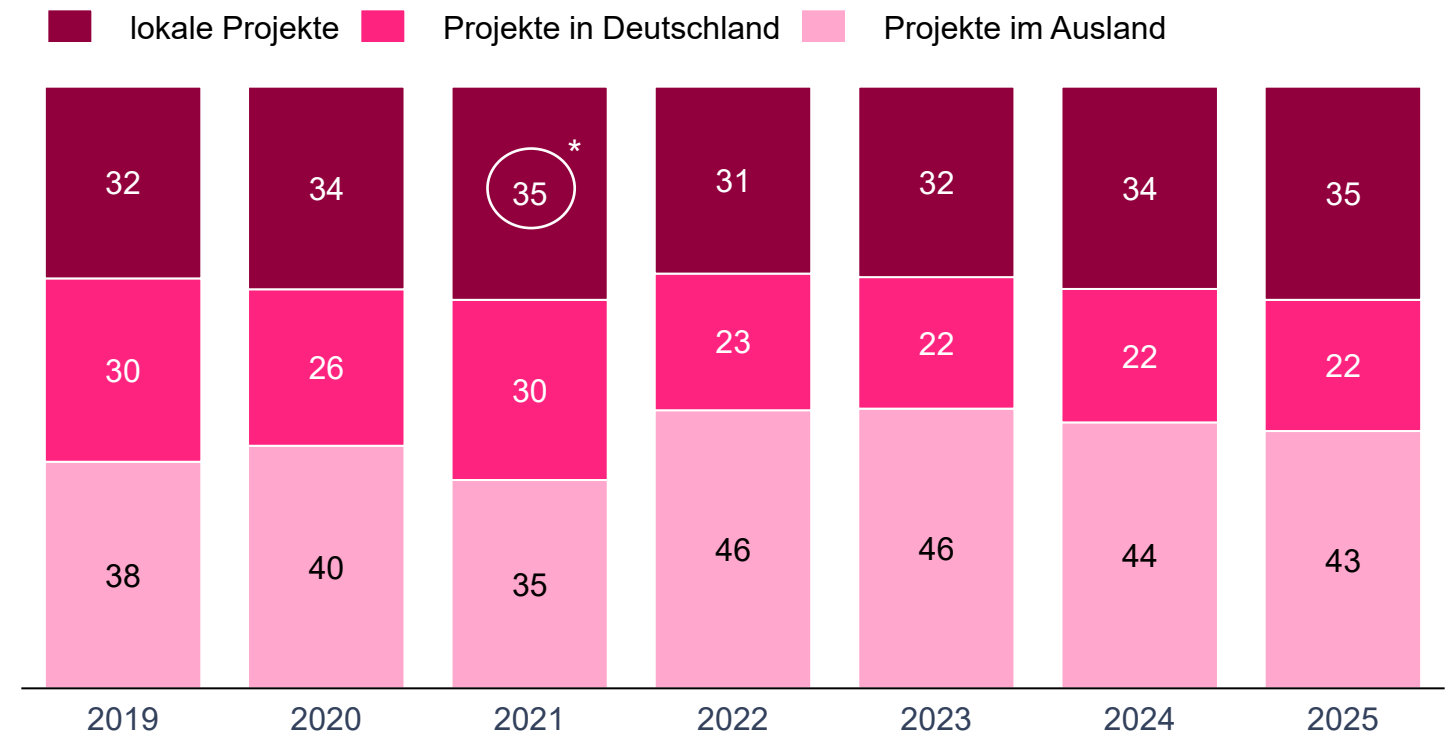
Für welche Projekte haben Sie gespendet?

Aus Sicht der Spender fließen 35%, also ein Prozentpunkt mehr als im Vorjahreszeitraum, in lokale Projekte. Diese Angabe wird für jede Einzelspende getätigt.

Ein höherer Marktanteil impliziert nicht automatisch ein Wachstum der gesamten Spendensumme.



Spender haben lokale Projekte weiterhin stärker im Fokus

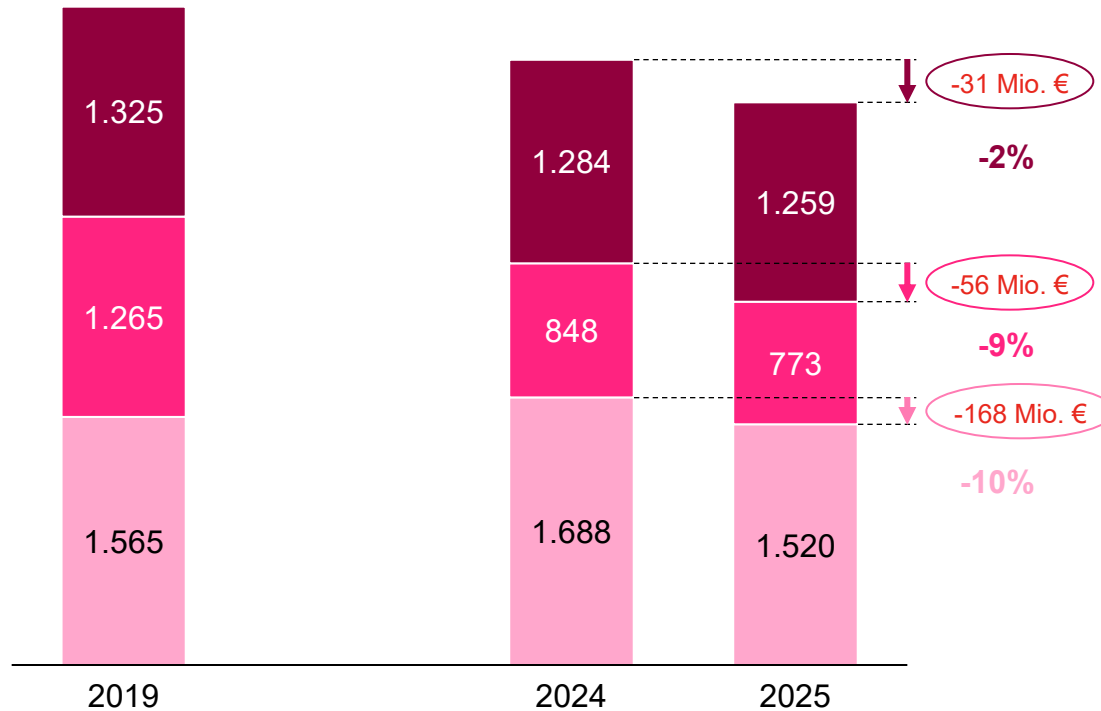


Lokale Nähe zählt, die Verluste sind hier überschaubar

Überraschend nah dran: durchschnittlich 50 € für lokale Projekte vs. 53 € pro Spende für internationale Projekte

Spendeneinnahmen & abs. Veränderung

■ lokal ■ national ■ international



Durchschnittsspende (Euro)



50 €

+ 5 €
vs. Vorjahr

Anzahl Spenden pro Spender



3,2 mal

Relativ stabil

Spender-Reichweite (in %)



12 %

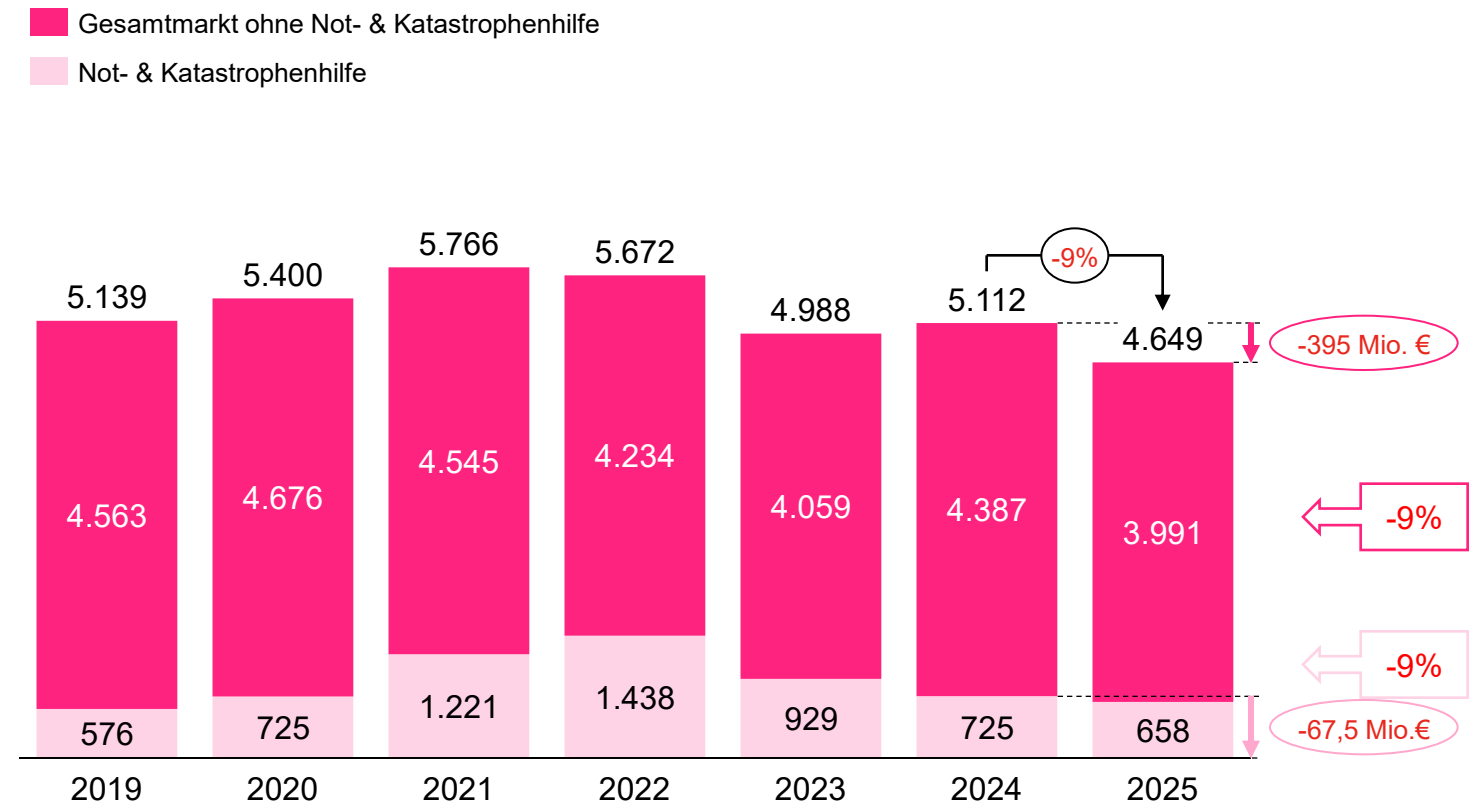
-0,6 %-Punkte
vs. Vorjahr

Methode

- Die Abfrage nach den Spendenzwecken erfolgt **monatlich pro Einzelspende**.
- Es handelt sich immer um die subjektive Meinung der Panelteilnehmer.

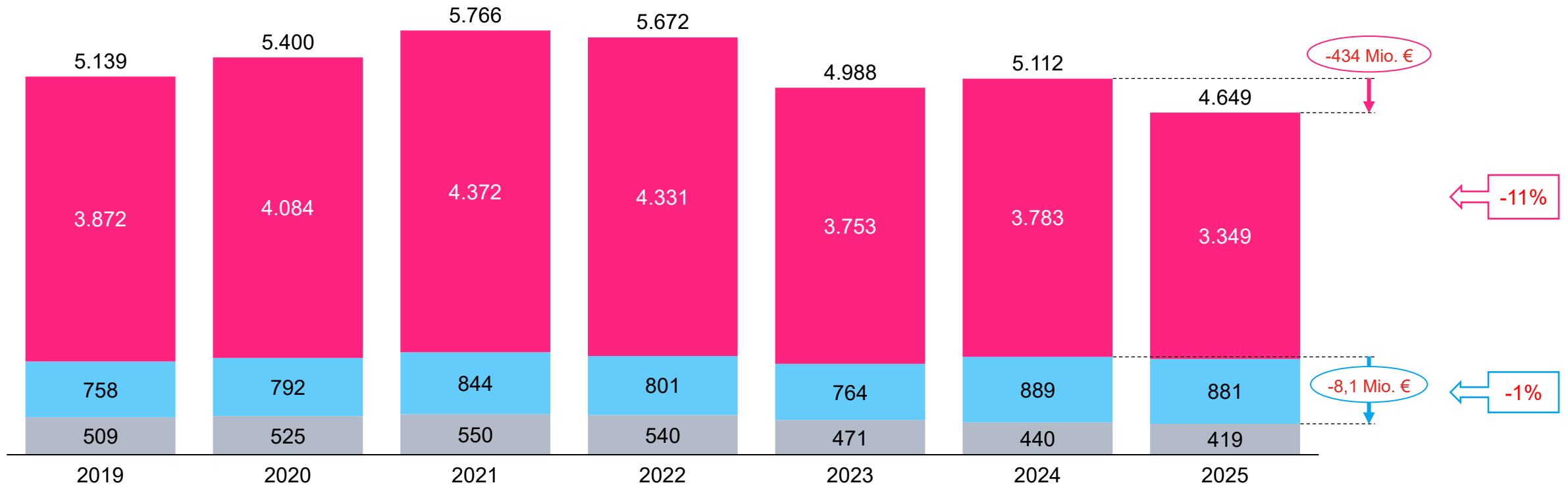
Hochgerechnet auf die Grundgesamtheit von 66 Mio., Stand 2025

Not- und Katastrophenhilfe verliert 9%, liegt aber weiterhin über 2019er Niveau



Spenden für humanitäre Hilfe verzeichnen stärkeren Rückgang als nicht humanitäre Bereiche

■ Humanitäre Hilfe ■ Nicht-humanitäre Hilfe ■ "sonstige", "weiß nicht", "k.A."

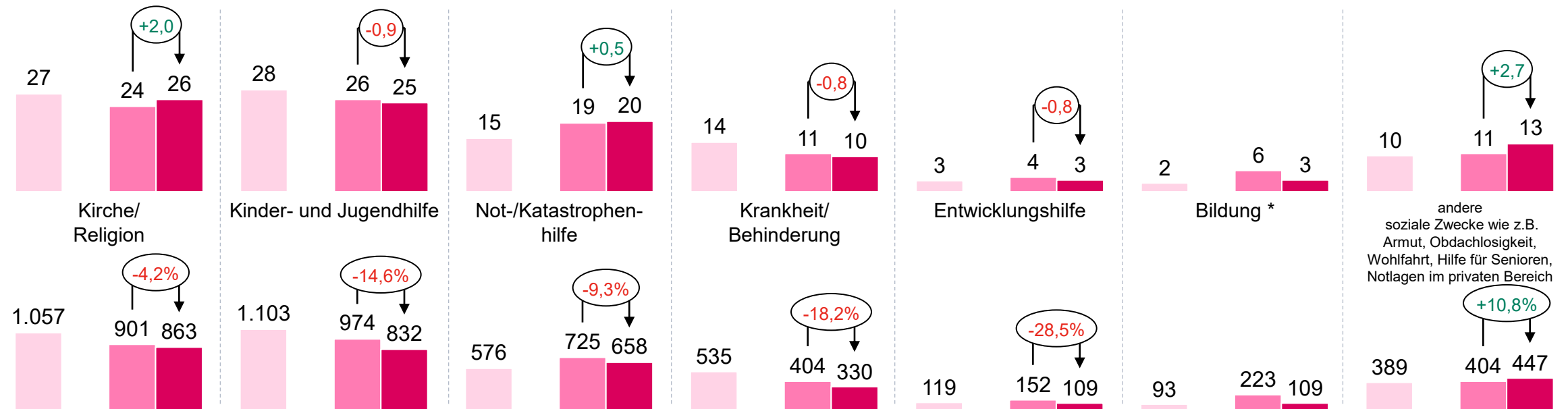


Marktanteilszuwachs bei Spenden für andere soziale Zwecke, Kirche/Religion und minimal bei Not- und Katastrophenhilfe

Mehr Spendeneinnahmen allerdings nur bei anderen sozialen Zwecken wie z.B. Armut oder Obdachlosigkeit

Marktanteile in %, Veränderung in %-Punkten

2019 2024 2025



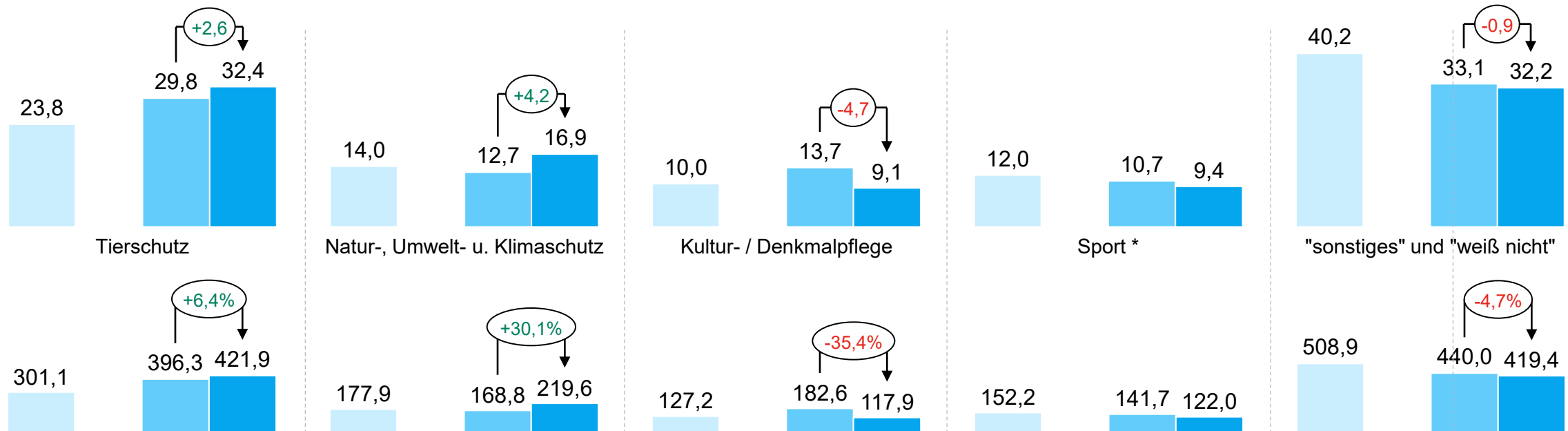
Spendeneinnahmen in Mio. €, Veränderung in %

Spenden für den Tierschutz steigen weiter und machen inzwischen ein Drittel aller nicht-humanitären Hilfen aus

Spendengewinn fällt am stärksten bei Natur- / Umwelt- und Klimaschutz aus

Marktanteile in %, Veränderung in %-Punkten

2019 2024 2025



Spendeneinnahmen in Mio. €, Veränderung in %

Inmitten hitziger Migrationsdebatten:

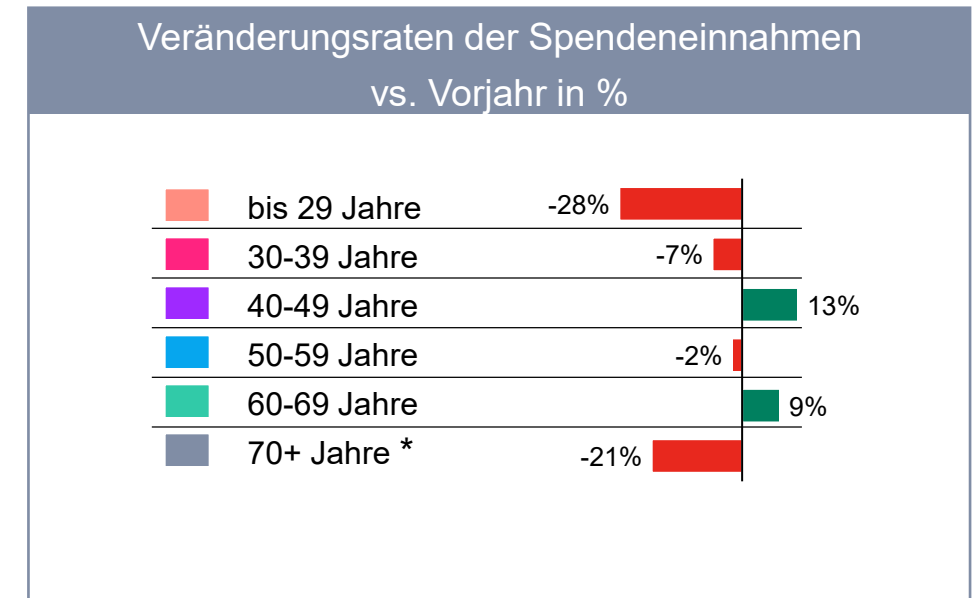
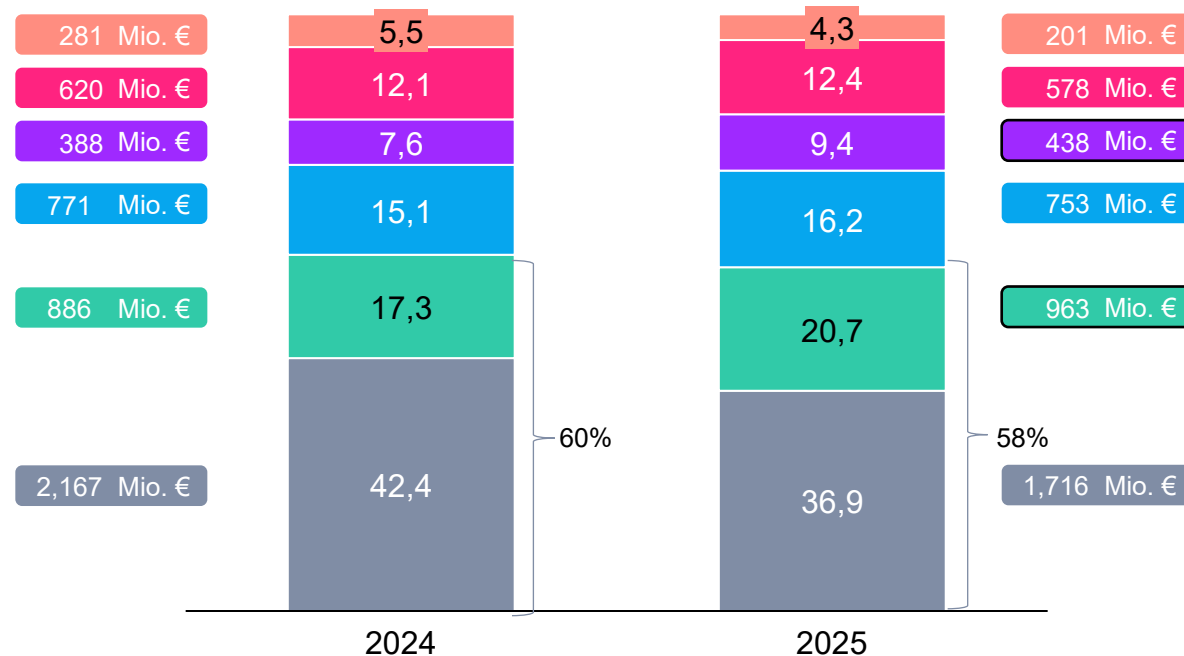
Spenden fallen auf Stand von 2019 – trotz recht stabiler Spendenhäufigkeit und Durchschnittsspende



05 Veränderungen der Spendeneinnahmen in den Altersgruppen

Wachstum in den Altersgruppen 40-49 und 60-69

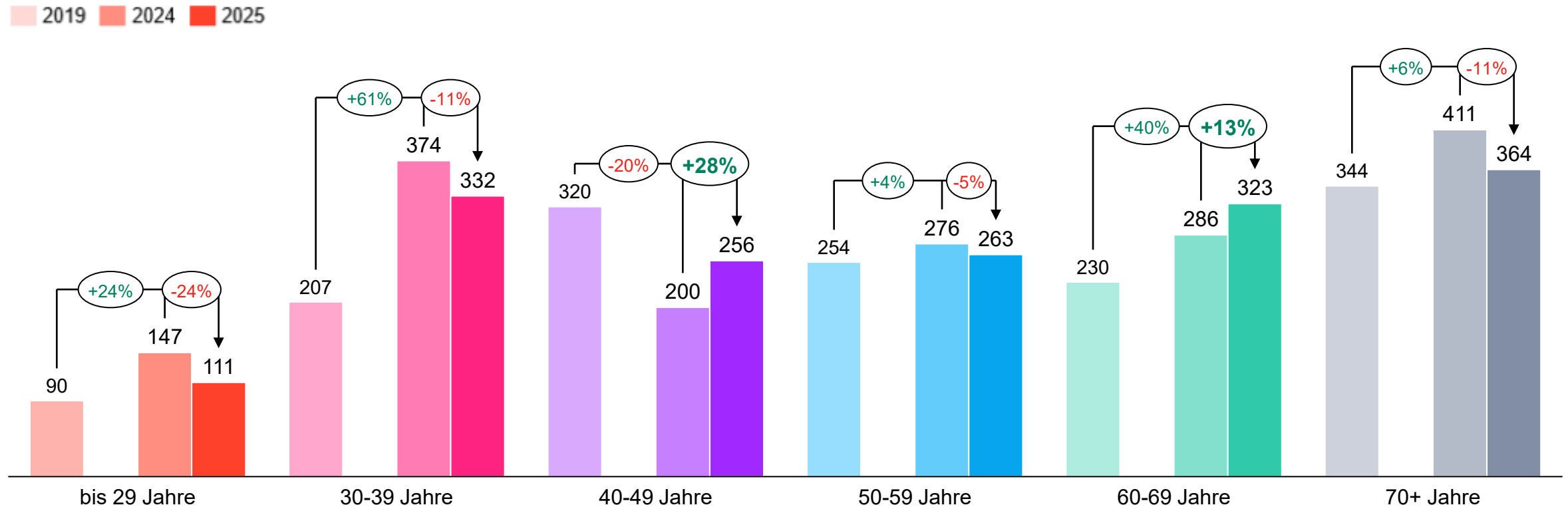
Welche Bedeutung (%) haben die einzelnen Altersgruppen in Bezug auf die Spendeneinnahmen?



* Die Wiederaufbau-Generation (74+) in der Bevölkerung ist innerhalb von zwei Jahren um eine Million Personen geschrumpft – ein demografischer Rückgang von fast 10 %.

Höhere Durchschnittsspenden pro Spender pro Jahr in den Altersgruppen 40-49 und 60-69

Wieviel spenden die einzelnen Altersgruppen im Durchschnitt pro Jahr in €?

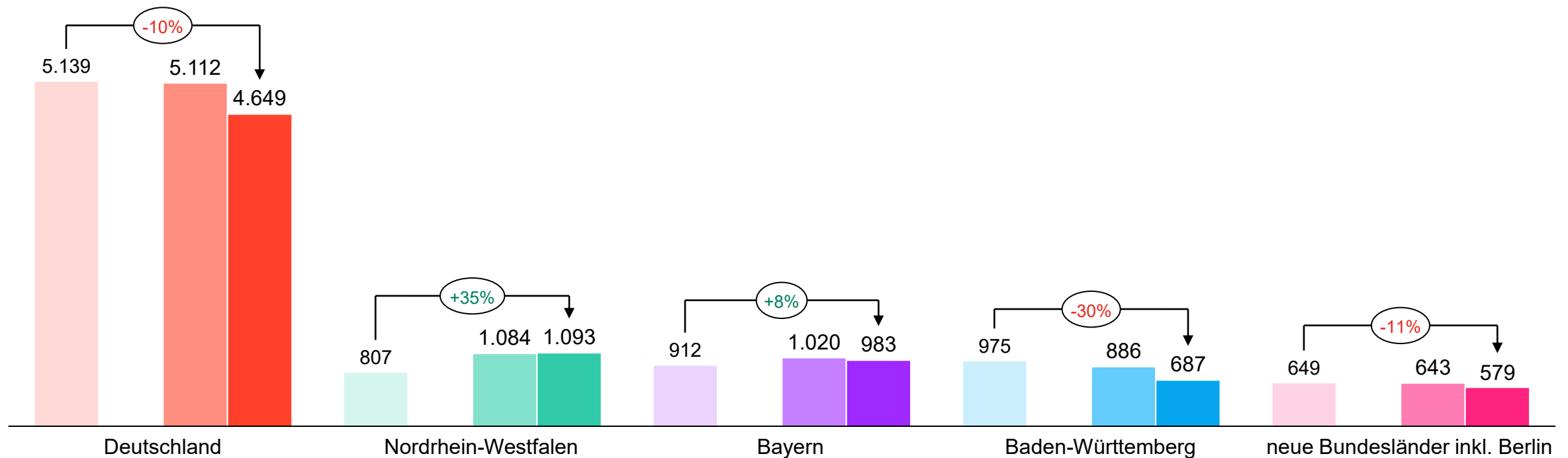


06 Überblick Regionen

2025 vs. 2019: Steigende Spendeneinnahmen in NRW und Bayern

Wie entwickeln sich die Spendeneinnahmen regional?

2019 2024 2025



Ihre Ansprechpartnerinnen



DEUTSCHLAND

Bianca Corcoran

Account Director

+49 911 95034741

Bianca.corcoran-schliemann@yougov.com



DEUTSCHLAND

Melanie Wolff

Senior Analytics Manager

+49 911 88187216

melanie.wolff@yougov.com

YouGov CP Germany GmbH

YouGov CP Germany GmbH
Sophie-Germain-Strasse 3 -5
90443 Nürnberg

Alle Rechte, insbesondere die des Eigentums an den dargestellten Daten, obliegen – wenn nicht anders vermerkt oder vom Kunden zur Verfügung gestellt – der YouGov CP Germany GmbH. Legitimierte Nutzer erhalten ein Nutzungsrecht.

Eine Publikation, werbemäßige Verwendungen oder eine anderweitige Weitergabe an Dritte bedarf auch in diesem Fall und ausnahmslos der schriftlichen Zustimmung der YouGov CP Germany GmbH / 2025.

Dies gilt auch für eine Nutzung unserer Lieferungen unter Verwendung von Künstlicher Intelligenz (KI), sofern nicht jegliche Weitergabe an den KI-Anbieter oder sonstige Dritte ausgeschlossen ist. Wir erinnern daran, dass lediglich eine unternehmenseigene KI, bei der die Nutzung unserer Lieferungen zu Trainingszwecken ausgeschlossen ist, diesen Anforderungen entspricht.

Wir behalten uns eine Aktualisierung dieser Regelungen ausdrücklich vor.

Ein Verstoß dagegen kann zu Schadensersatzansprüchen durch die YouGov CP Germany GmbH führen.