



„SPENDENJAHR 2012: TRENDS UND PROGNOSE“

Berliner Pressekonferenz
15. November 2012

Deutscher Spendenrat e.V.
GfK

Agenda

Methodik GfK CharityScope

Spendenjahr 2012: Trends und Prognose

- 1 Eckdaten zum Spendenverhalten: Januar bis September 2012
- 2 Spendenzweck und Spendenanstoß
- 3 Entwicklung in den Altersgruppen
- 4 Ausblick auf das Gesamtjahr 2012

Methodik GfK CharityScope

GfK CharityScope liefert fundiertes Wissen über den Spendenmarkt



Spendenjahr 2012
Trends und Prognose

GfK CharityScope erfasst das Spendenverhalten deutscher Privatpersonen

Es zeichnet sich aus durch:

- ➔ monatliche Erfassung
- ➔ repräsentative Stichprobe von 10.000 Personen ab 10 Jahren

GfK CharityScope umfasst

- ➔ freiwillige Spenden deutscher Privatpersonen an gemeinnützige Organisationen, Hilfs- und Wohltätigkeitsorganisationen und Kirchen

Nicht enthalten sind Erbschaften und Unternehmensspenden, Spenden an politische Parteien und Organisationen und gerichtlich veranlasste Geldzuwendungen.

Spendenjahr 2012: Trends und Prognose

Kernergebnisse zum Spendenverhalten



Spendenjahr 2012
Trends und Prognose

1. Eckdaten zur Marktentwicklung: Januar bis September 2012

- Die Deutschen haben von Januar bis September 2012 rund 2,5 Milliarden Euro gespendet. Damit liegt das private Spendenaufkommen um 5,5 Prozent unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums.
- Das Spendenaufkommen entspricht annähernd den Jahren 2007 bis 2009, in denen ähnlich wie im aktuellen Jahr keine größeren Katastrophen zu verzeichnen waren.
- Es zeichnet sich keine Trendwende bei der rückläufigen Entwicklung der Spenderzahlen ab.
- Die negative Entwicklung im aktuellen Jahr ist vor allem auf die Monate Juli und August zurückzuführen.

Kernergebnisse zum Spendenverhalten



Spendenjahr 2012
Trends und Prognose

2. Spendenzweck und Spendenanstoß

- Gegen den Trend verzeichnen Kultur-/Denkmalpflege und Tierschutz deutliche Gewinne.
- Das persönlich adressierte Mailing verliert im laufenden Jahr als Spendenanstoß an Bedeutung. Der Versand von Spendenmailings ging noch stärker zurück als das Spendenaufkommen.

3. Entwicklung in den Altersgruppen

- Neben der „Kernzielgruppe“ 70+ gewinnen die 50-59-Jährigen an Bedeutung für den Spendenmarkt. Die rückläufige Tendenz bei 60-69-Jährigen setzt sich fort.

4. Ausblick auf das Gesamtjahr 2012

- Die bisherige Entwicklung lässt einen Rückgang des Spendenvolumens für das Gesamtjahr 2012 erwarten. Dabei kommt es auch darauf an, wie gut es der Branche gelingt im wichtigsten „Spendenmonat“ Dezember noch möglichst viele Menschen zum Geben zu motivieren.



Spendenjahr 2012

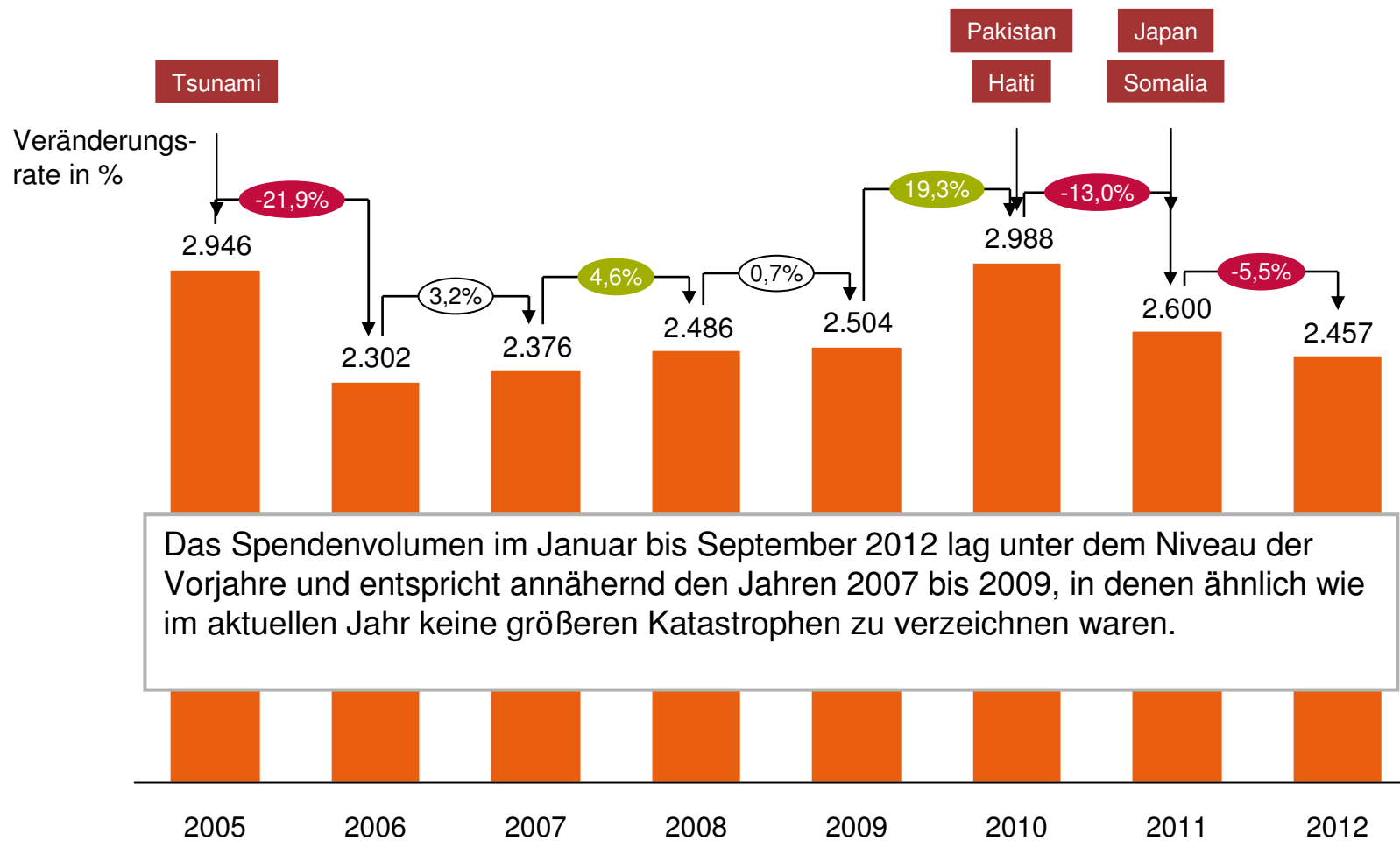
1. Eckdaten zur Marktentwicklung (Januar bis September 2012)

Das Spendenvolumen lag in den ersten drei Quartalen des Jahres 2012 um -5,5% unter dem Vorjahreszeitraum



Spendenjahr 2012
Trends und Prognose

Gesamtmarkt Spendeneinnahmen von privat
(Januar bis September)



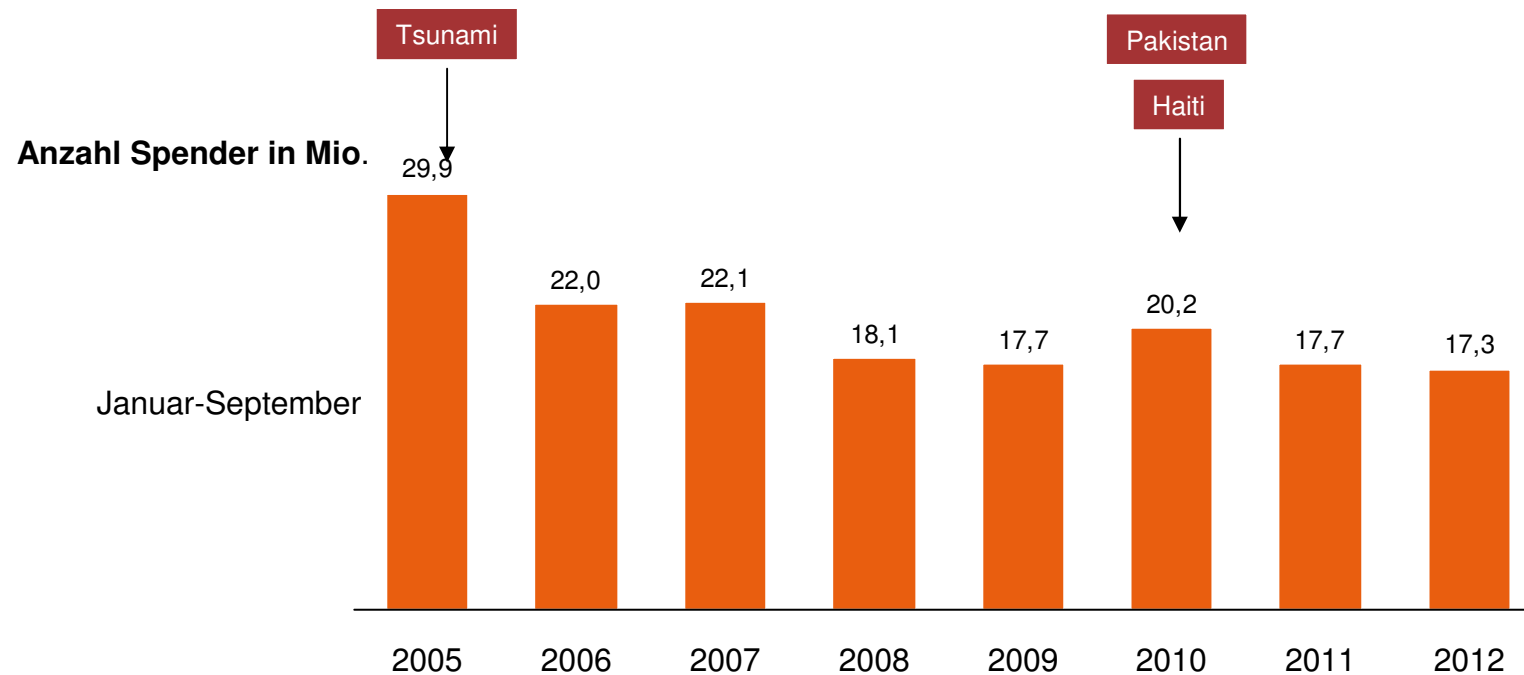
Das Spendenvolumen im Januar bis September 2012 lag unter dem Niveau der Vorjahre und entspricht annähernd den Jahren 2007 bis 2009, in denen ähnlich wie im aktuellen Jahr keine größeren Katastrophen zu verzeichnen waren.

Es zeichnet sich keine Trendwende bei der rückläufigen Entwicklung der Spenderzahlen ab



Entwicklung von Spenderzahlen und Spendenhäufigkeit

Spendenjahr 2012
Trends und Prognose



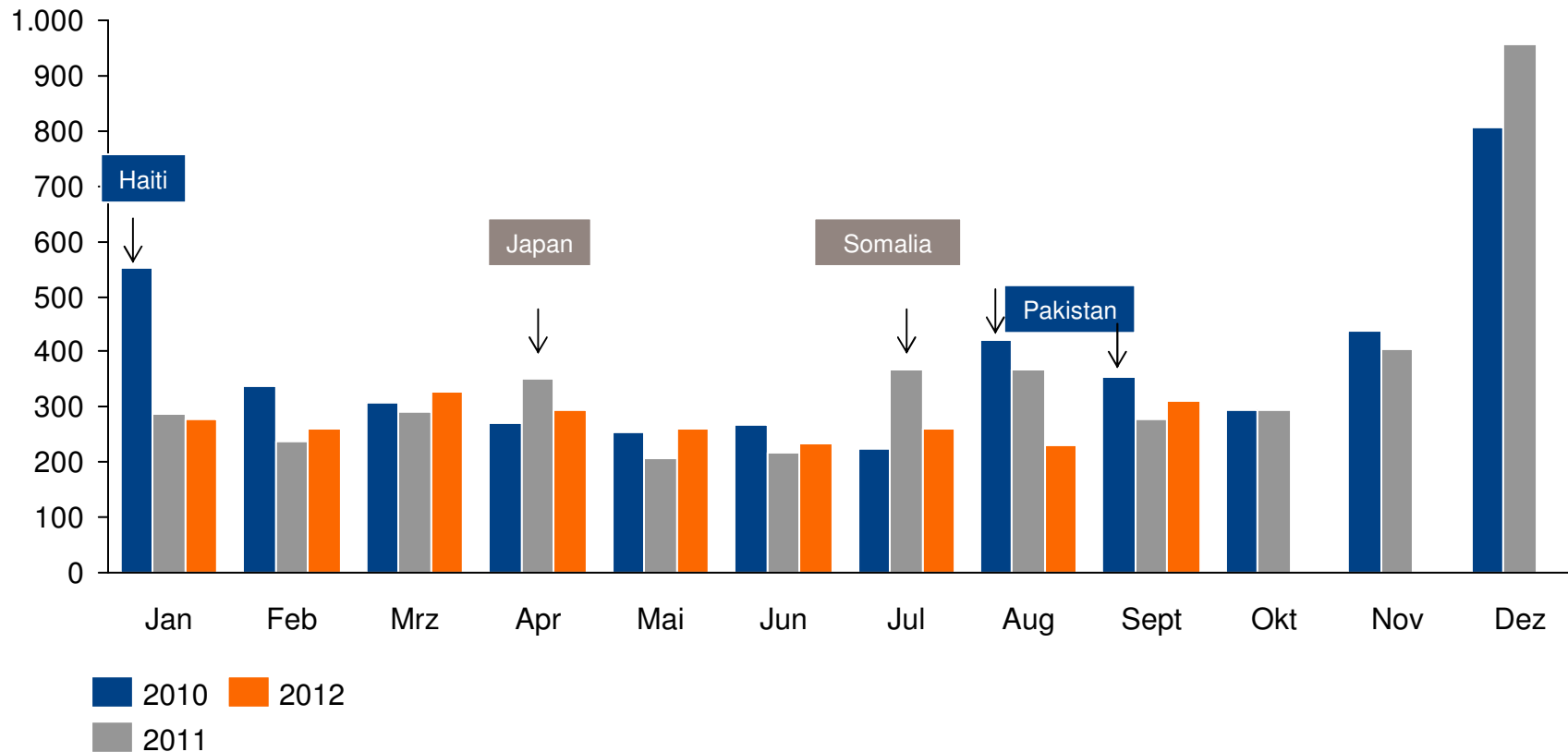
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Spendenhäufigkeit pro Spender	2,0	2,4	2,4	3,0	4,3	4,3	4,5	4,5
Durchschnittsspende pro Spendenakt	31 €	25 €	27 €	26 €	27 €	29 €	27 €	26 €

Die negative Entwicklung im aktuellen Jahr ist vor allem auf die Monate Juli und August zurückzuführen



Spendenjahr 2012
Trends und Prognose

Spenden im Monatsverlauf
(Einnahmen in Mio. €)



GfK Charity Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen

Der Versand von Spendenmailings ging im laufenden Jahr noch stärker zurück als das Spendenaufkommen



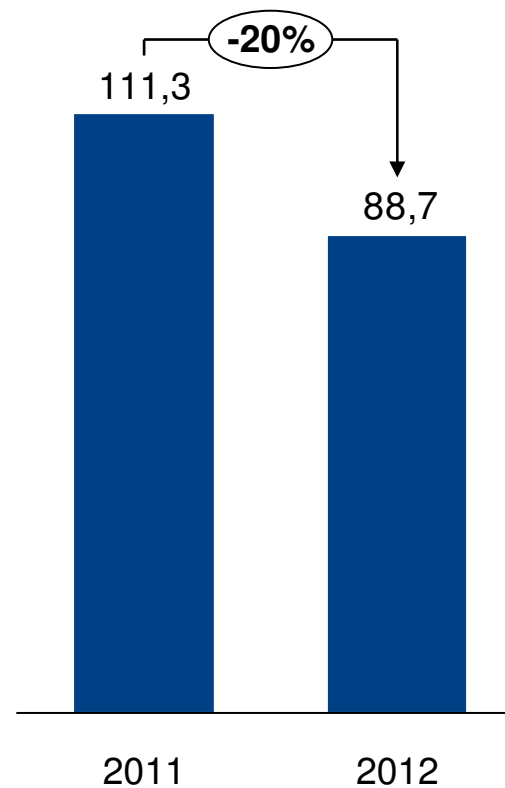
Entwicklung Spendenvolumen und Mailing-Auflage vs. 2011 (Einnahmen in Mio. €)

Spendenjahr 2012
Trends und Prognose

Spendenvolumen Januar – September
In Mio. Euro



Spendenmailings Januar – September
In Mio. Stück





Spendenjahr 2012

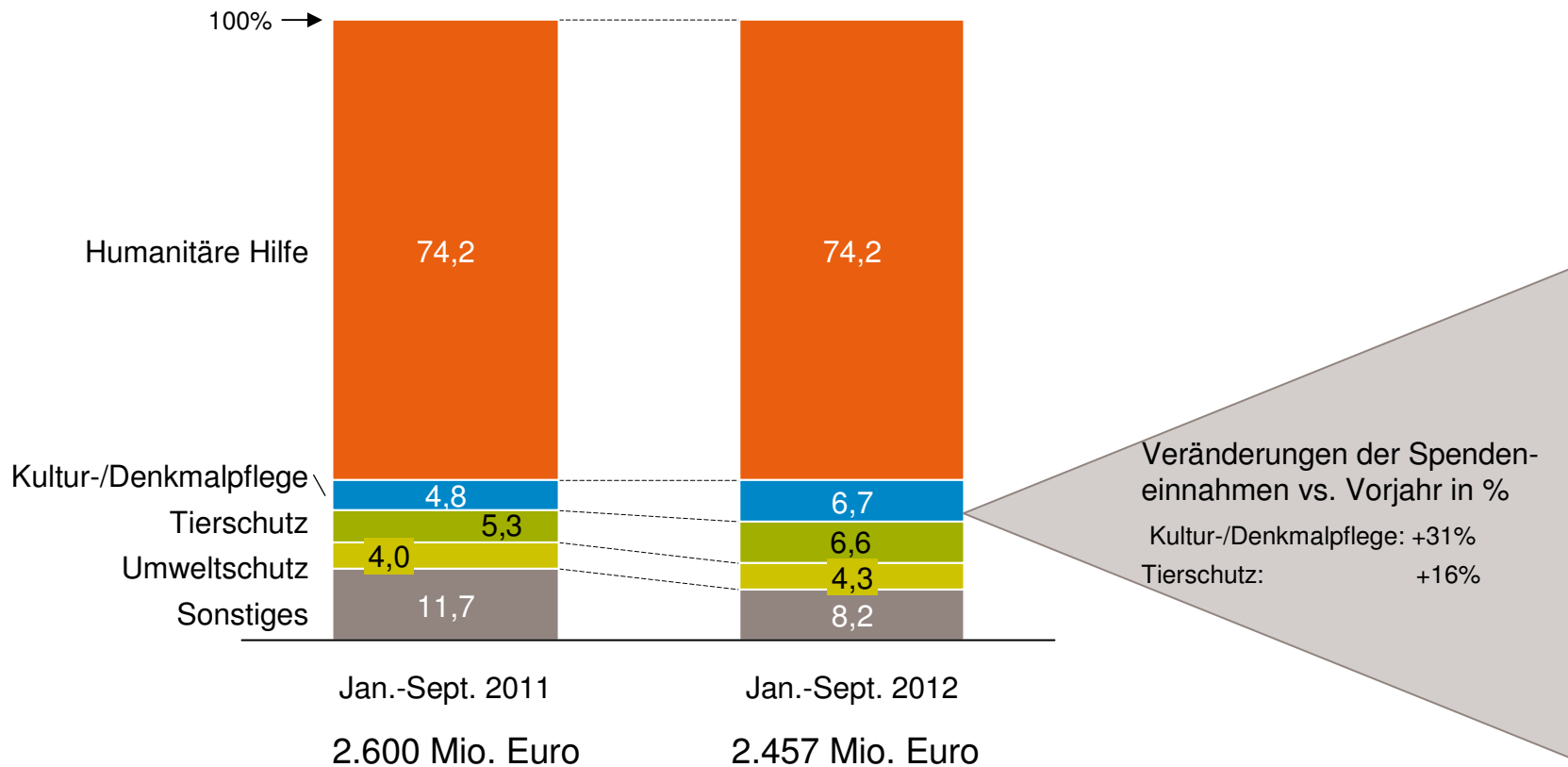
2. Spendenzweck und Spendenanstoß (Januar bis September 2012)

Gegen den Trend verzeichnen Kultur-/Denkmalpflege und Tierschutz deutliche Gewinne

Spendenzwecke Januar – September
Anteile an den Einnahmen in %



Spendenjahr 2012
Trends und Prognose



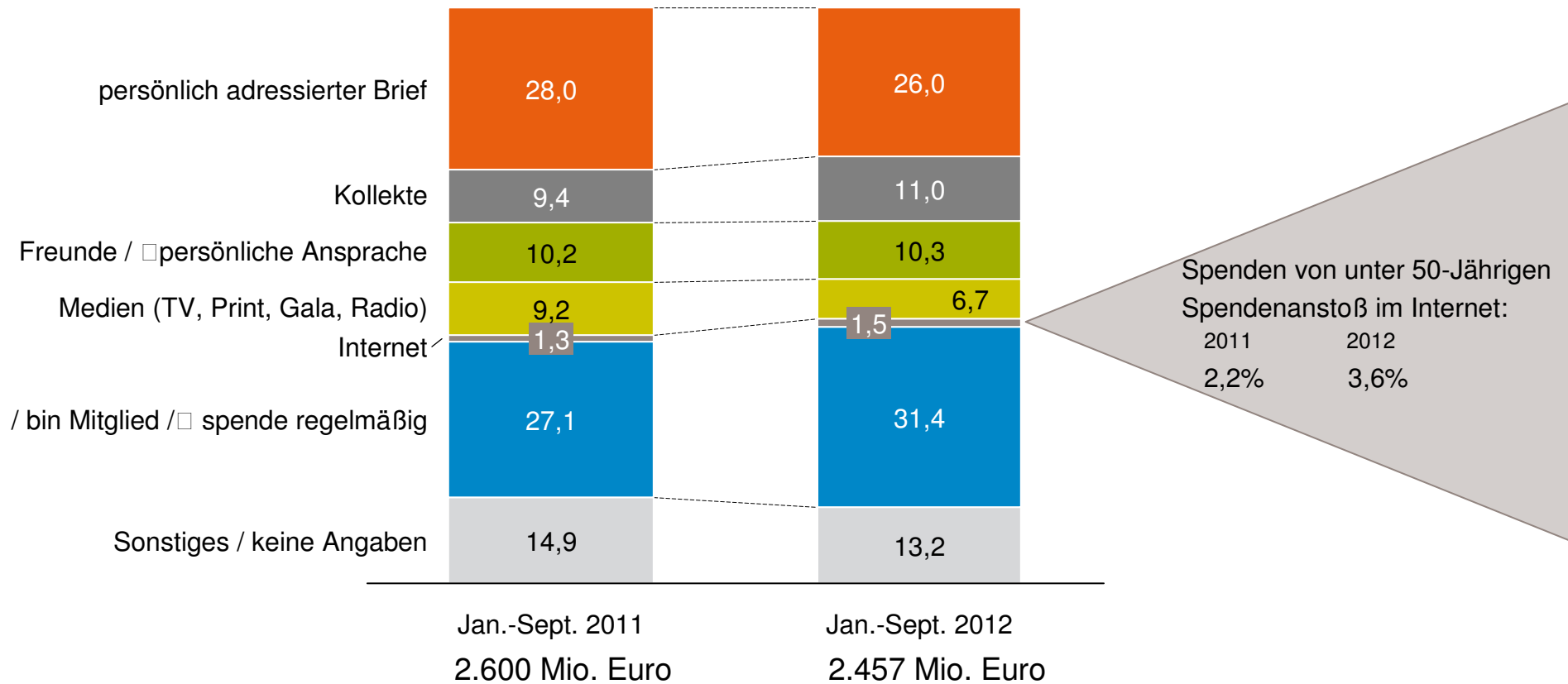
Das persönlich adressierte Mailing verliert im laufenden Jahr als Spendenanstoß an Bedeutung



Spendenjahr 2012
Trends und Prognose

Was hat den Anstoß zur Spende gegeben?

(Einnahmen Januar bis September, Anteile in %)





Spendenjahr 2012

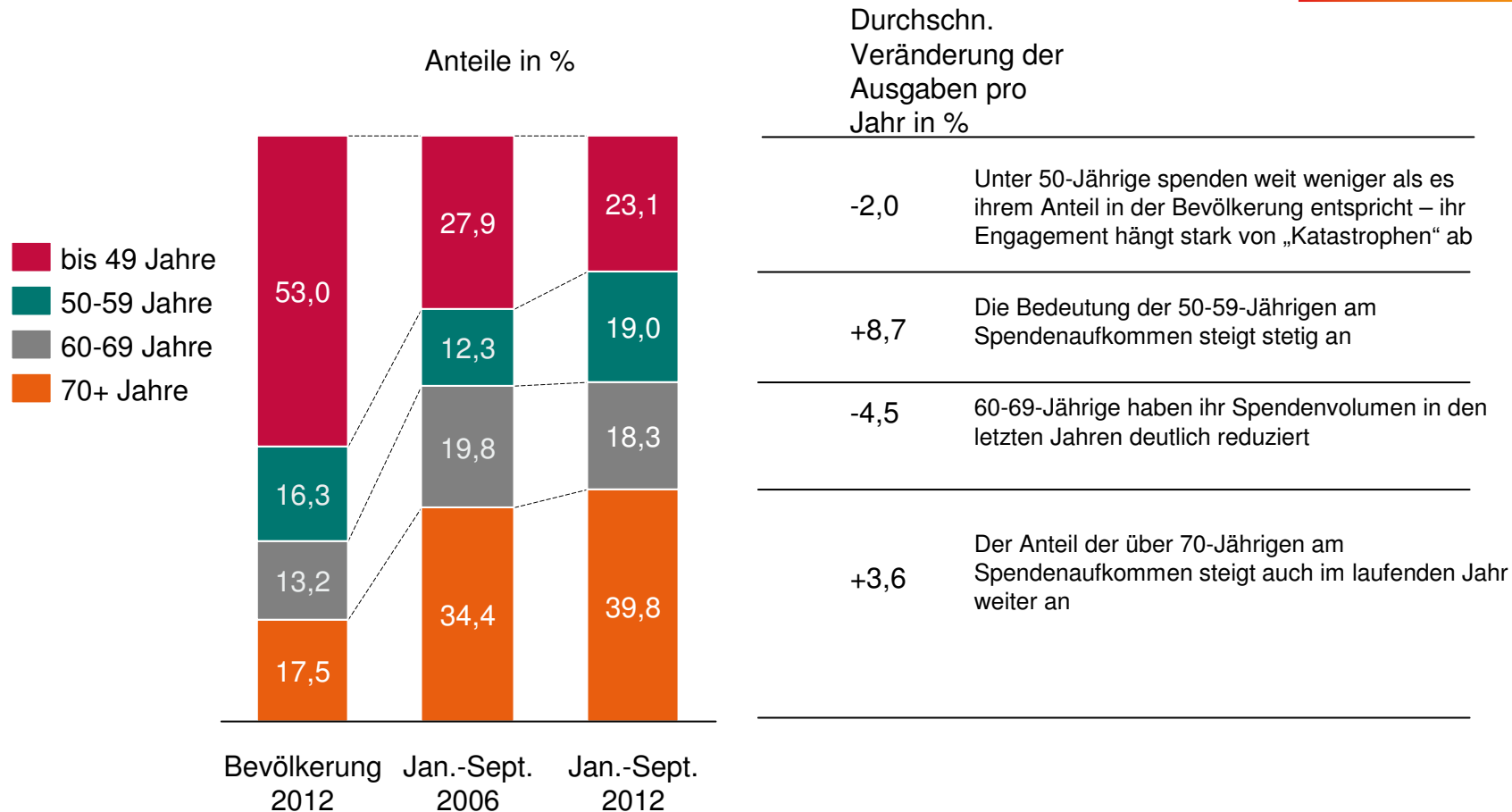
3. Entwicklung in den Altersgruppen

Neben der „Kernzielgruppe“ 70+ gewinnen die 50-59-Jährigen an Bedeutung für den Spendenmarkt



Bedeutung der Altersklassen am Spendenaufkommen

Spendenjahr 2012
Trends und Prognose





Spendenjahr 2012

4. Ausblick auf das Gesamtjahr 2012

Die bisherige Entwicklung lässt einen Rückgang des Spendenvolumens für das Gesamtjahr 2012 erwarten



Spendenjahr 2012
Trends und Prognose

Ausblick Gesamtjahr 2012

Basis der Schätzung: Anteil Januar – September am Spendenaufkommen des Jahres (Zeitreihe ab 2005)

	Jahre	Effekt	Werte	Annahme
Höchste Werte	2005,2010 2008	Katastrophen (Tsunami, Haiti, Pakistan)	64-66% 61,3%	Pessimistische Schätzung: Anteil Jan.- Sept.. = 61,3%(da keine großen Katastrophen von Jan.-Aug.2012)
Niedrigste Werte	2009	keine	59,6%	Optimistische Schätzung: Anteil Jan.-Sept.. = 59,6%

Ausblick:

(Annahme: keine großen Katastrophen im weiteren Jahresverlauf)



Ihre Ansprechpartner



Deutscher Spendenrat e.V.



Daniela Felser
Geschäftsführerin

+ 49 (30) 467 05 200
Felser@spendenrat.de

GfK



Gertrud Bohrer
Key Account Manager
Consumer Panels

+ 49 (911) 395 3501
gertrud.bohrer@gfk.com