

# Spendenjahr 2016

## Trends und Prognose



Berliner Pressekonferenz, 17. November 2016

# Agenda



---

## 1. Methodik GfK CharityScope

---

## 2. Spendenjahr 2016: Trends und Prognose

2.1 Eckdaten zum Spendenverhalten

2.2. Spendenanstoß, Spendenzweck und Spenderzielgruppen

2.3. Spenden für Flüchtlinge

2.4. Ausblick auf das Gesamtjahr

---

# 1. Methodik GfK CharityScope

---

# GfK CharityScope: 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 + 20% Paper & Pencil) in Form eines Tagebuchs, das von den Panelteilnehmern selbst kontinuierlich geführt wird.

## Hochrechnung



Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand 2016: 67,7 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahre hochgerechnet.

## Stichprobe



Kontinuierliches Panel von 10.000 deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren (Stand 2016).

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

---

## 2. Spendenjahr 2016: Trends und Prognose

---

# Kernergebnisse zum Spendenverhalten Jan.-Sept. 2016 (1/3)



## Eckdaten zur Marktentwicklung

- Das **Spendenvolumen** lag im Januar bis September 2016 bei **3,1 Mrd. Euro**. Das bedeutet ein Minus von 9,9% gegenüber dem Vorjahreszeitraum, der durch die Katastrophe in Nepal und die Flüchtlingswelle geprägt war. Damit wird aber immer noch das zweitbeste Ergebnis seit Erhebungsanfang erreicht.
- Ausschlaggebend für den deutlichen Rückgang sind sinkende Spenderzahlen und eine im Vergleich zum Vorjahreszeitraum geringere Durchschnittsspende. Die Spendenhäufigkeit stieg dagegen weiter an:
  - Die **Anzahl der Spender** liegt unter dem Vorjahreszeitraum: Insgesamt **17,8 Mio. Personen** – das sind 26% der deutschen Bevölkerung – haben von Januar bis September 2016 Geld gespendet. Im Vorjahr waren es 18,4 Mio. Personen.
  - Die **Spendenhäufigkeit** stieg von 5,3 Spenden pro Person auf 5,5 Spenden pro Person.
  - Die durchschnittliche Spende ging von 35 Euro auf 32 Euro zurück.

# Kernergebnisse zum Spendenverhalten: Jan.-Sept. 2016 (2/3)



## Spendenanstoß, Spendenzweck und Spenderzielgruppen

- **Verluste** im Spendenaufkommen verzeichnet vor allem der Bereich humanitäre Hilfe. Daneben muss auch der Tierschutz ein Minus verbuchen. **Kultur-/Denkmalpflege** konnte dagegen nach den Verlusten im Vorjahr wieder ein leichtes Plus verzeichnen.
- **Einen deutlich geringeren Anteil am Spendenvolumen hat die Not-/Katastrophenhilfe.** Diese Verluste betreffen vor allem die Monate Mai (2015: Erdbeben Nepal) und September (2015: Flüchtlingskrise in Deutschland). Das Spendenaufkommen für die Katastrophenhilfe liegt damit auf dem Niveau des Vergleichszeitraums im Jahr 2014, in dem auch keine großen medienwirksamen Katastrophen zu verzeichnen waren. Nur etwa ein Drittel der Verluste, die bei der Not-/Katastrophenhilfe von Januar bis September 2016 entstanden sind, verlagerten sich auf andere Spendenzwecke. Zwei Drittel der Verluste gingen dem Gesamtmarkt verloren, da die Spender entweder überhaupt nicht mehr spendeten oder ihr Budget entsprechend reduzierten.
- Insbesondere die **Altersgruppe der 40 bis 49-Jährigen** hat ihr Spendenvolumen deutlich reduziert: Der Anteil der Spender in der Altersgruppe und die Ausgaben pro Spender liegen weit unter dem Vorjahreszeitraum.

# Kernergebnisse zum Spendenverhalten: Jan.-Sept. 2016 (3/3)



## Spenden für Flüchtlinge und Ausblick

- Insgesamt **339 Mio. Euro** – das sind **11% des Spendenvolumens** – flossen im Januar bis September 2016 in die Hilfe für Flüchtlinge. Dabei entfallen 59% dieses Gesamtvolumens auf Flüchtlingsprojekte hier in Deutschland, 41% auf internationale Flüchtlingsprojekte.
- **Spenden für Flüchtlinge** kommen im Vergleich zu allen Spenden überproportional auch von unter 40-Jährigen. Menschen, die für lokale Flüchtlingsprojekte spenden, sind mit durchschnittlich 55 Jahren deutlich jünger als der Durchschnitt der Spender.
- Die bisherige Entwicklung lässt für das Gesamtjahr 2016 einen **Rückgang des Spendenvolumens** gegenüber dem von den Flüchtlingswelle und dem Erdbeben in Nepal geprägten Jahr 2015 erwarten. Nach aktueller Schätzung wird das Spendenvolumen im Jahr 2016 ein Niveau von etwa 5 Mrd. Euro erreichen. Die langfristig positive Entwicklung der Spendeneinnahmen wird sich aller Voraussicht nach auch im Jahr 2016 fortsetzen.

---

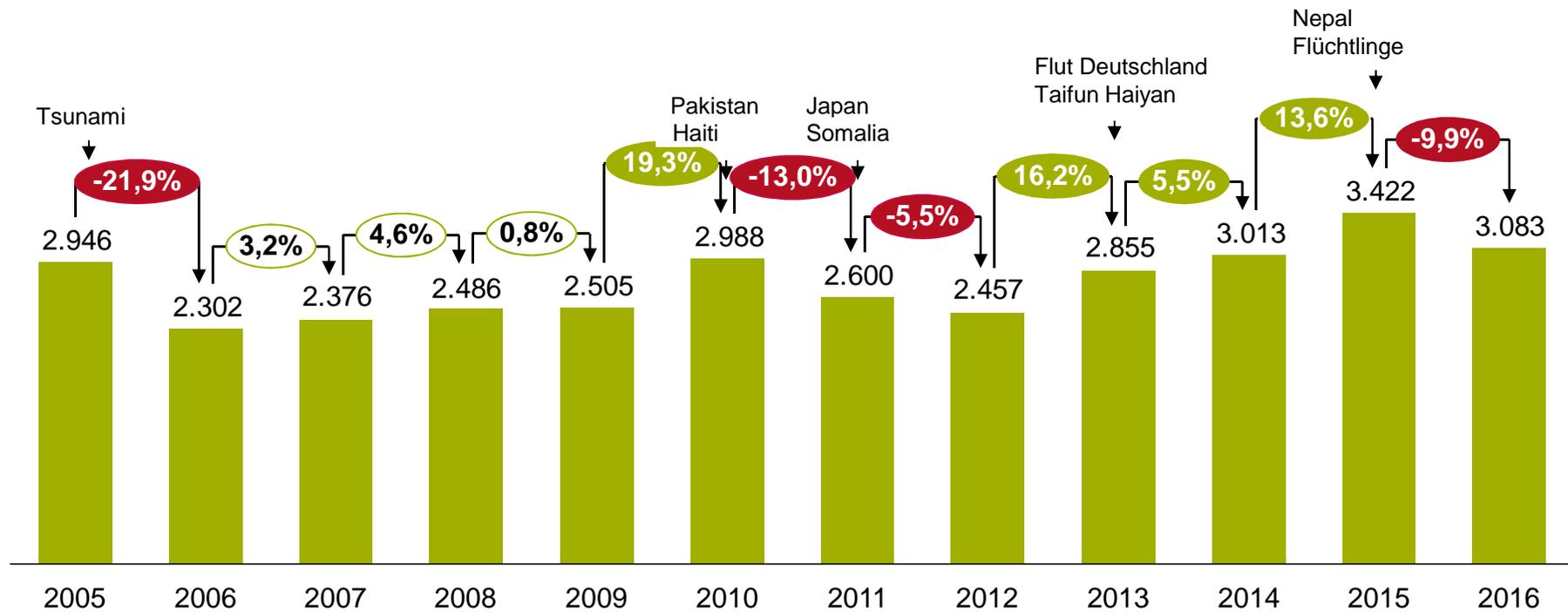
## 2.1. Eckdaten zum Spendenverhalten

---

# Spendeneinnahmen: zweitbestes Ergebnis seit Erhebungsbeginn trotz Rückgang um 9,9%



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



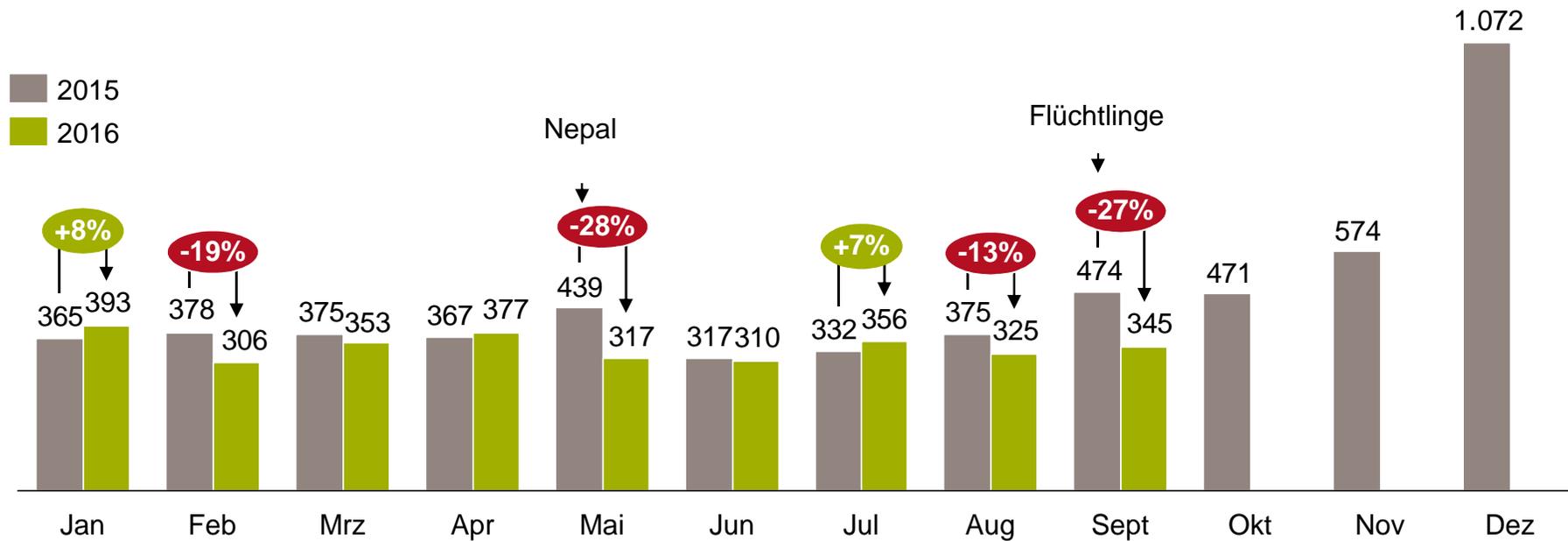
GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2016

# Spendenvolumen: im Mai und September deutlich unter Vorjahr



## Spenden im Monatsverlauf (Einnahmen in Mio. €)

Geldspenden Jan.-Sept. 2016 kumuliert: 3.083 Mio. Euro (entspricht -9,9% zum Vorjahr)



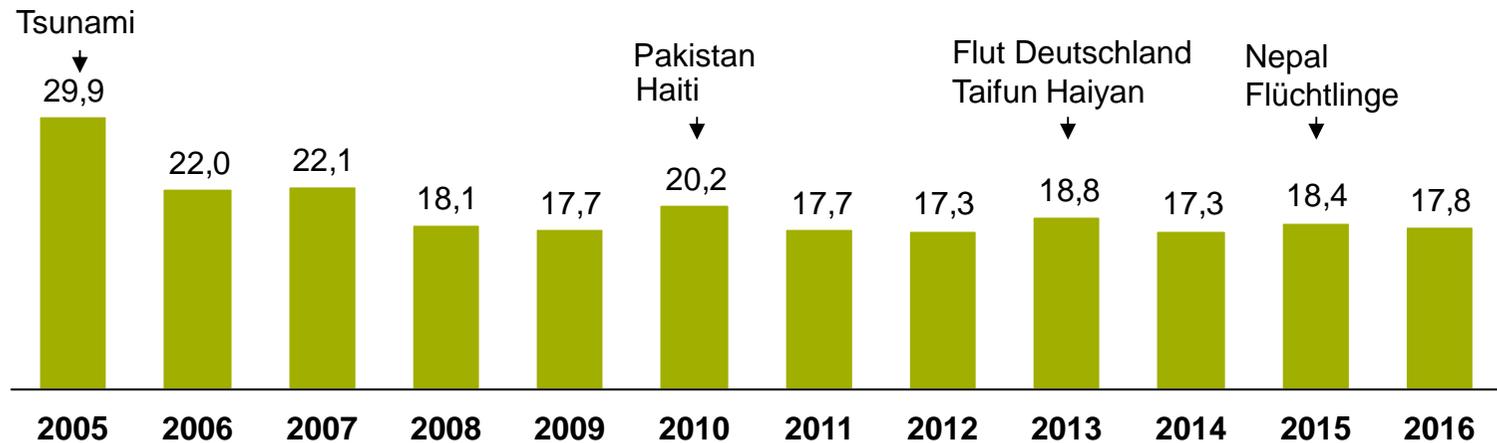
GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2016

# Weiter steigende Spendenhäufigkeit – mittelfristig stagnierende Spenderzahl



## Entwicklung von Spenderzahlen, Spendenhäufigkeit und Durchschnittsspende

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



Anteil Spender an der Bevölkerung in %	44,0	32,4	32,5	26,6	26,0	29,6	26,0	25,6	27,8	25,6	27,1	26,2
Spendenhäufigkeit pro Spender	3,2	4,1	4,0	5,2	5,2	5,2	5,4	5,4	5,1	5,1	5,3	5,5
Durchschnittsspende pro Spendenakt in €	31	26	27	26	27	29	27	26	30	34	35	32

GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2016

---

## 2.2. Spendenanstoß, Spendenzweck und Spenderzielgruppen

---

# Medien verlieren als Spendenanstoß an Bedeutung

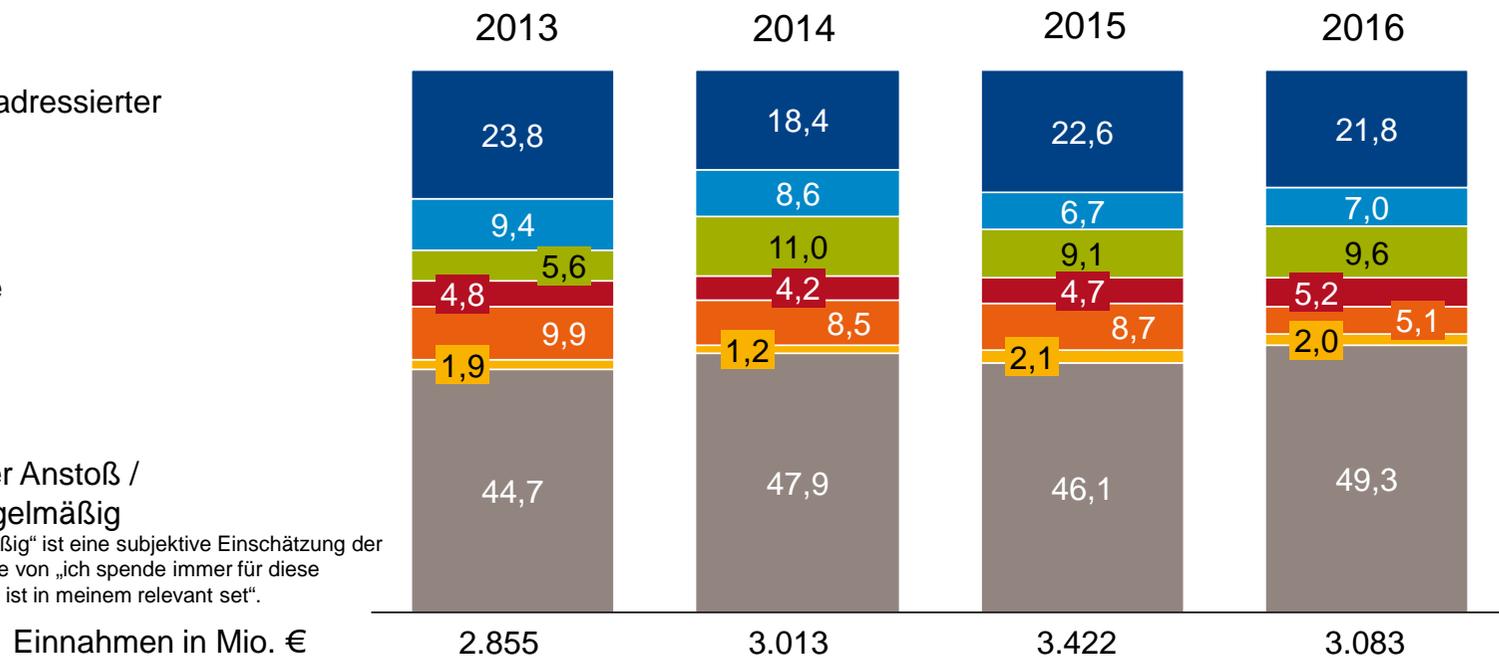


## Was hat den Anstoß zur Spende gegeben?

(Anteile an den Einnahmen in %)

Jan.-Sept.

- persönlich adressierter Brief
  - Kollekte
  - Freunde
  - persönliche Ansprache
  - Medien
  - Internet
  - kein direkter Anstoß / spende regelmäßig
- „spende regelmäßig“ ist eine subjektive Einschätzung der Spender im Sinne von „ich spende immer für diese Organisation, sie ist in meinem relevant set“.

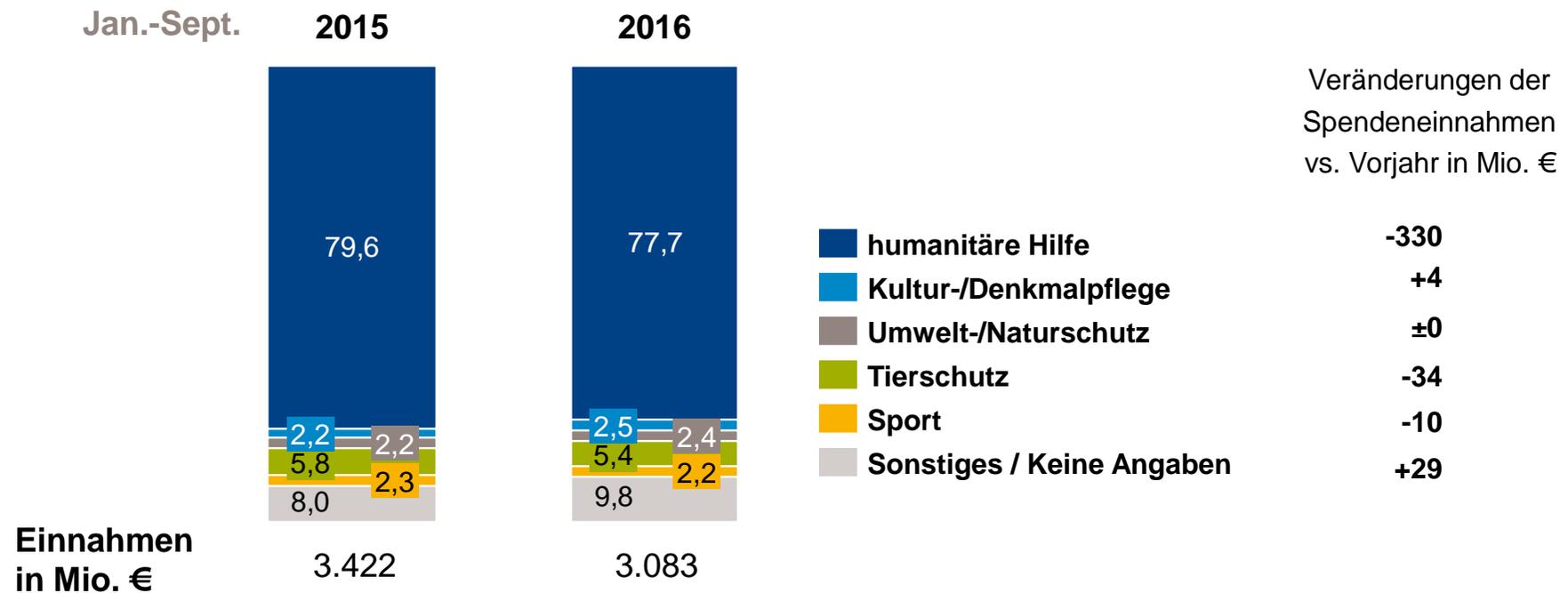


GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2016

# Verluste 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 2016

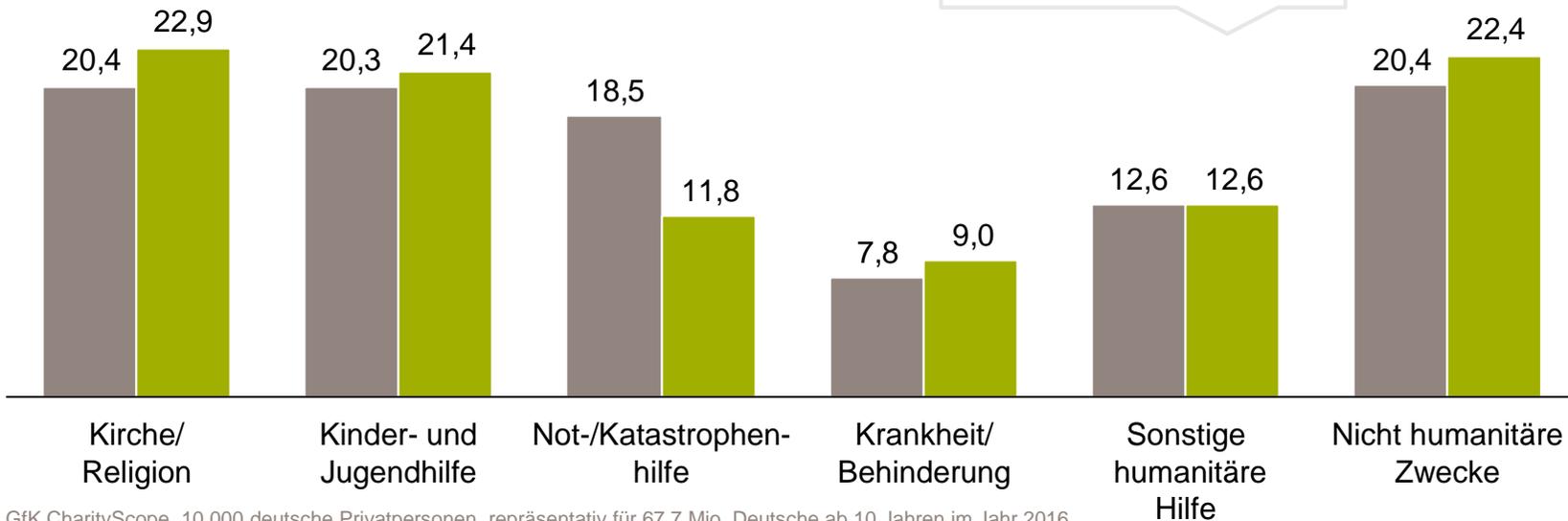
# Not- und Katastrophenhilfe mit deutlich geringerem Anteil am Spendenvolumen als im Vorjahreszeitraum



## Spendenzwecke nach Selbsteinschätzung der Spender

(Anteile an den Einnahmen in %)

■ Jan.-Sept. 2015  
■ Jan.-Sept. 2016



- Langfristige Entwicklungshilfe
- Bildung
- Sonstige soziale Zwecke

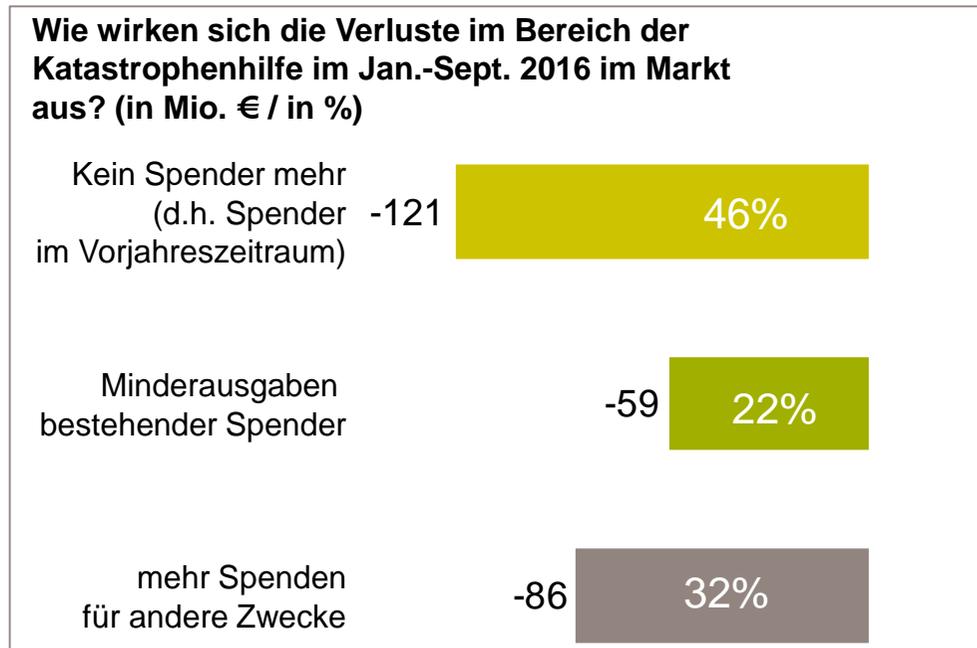
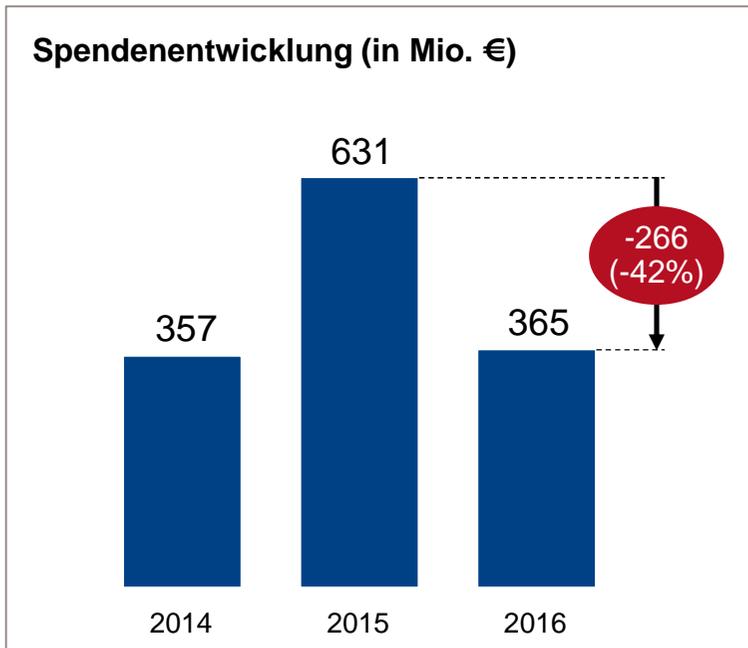
- Kultur-/Denkmalpflege
- Umwelt-/Naturschutz
- Tierschutz
- Sport

GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2016

# Verluste im Bereich Katastrophenhilfe: Nur etwa ein Drittel werden auf andere Spendenzwecke verlagert

## Spenden für Not-/Katastrophenhilfe

Januar – September 2016 vs. Januar – September 2015



GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2016

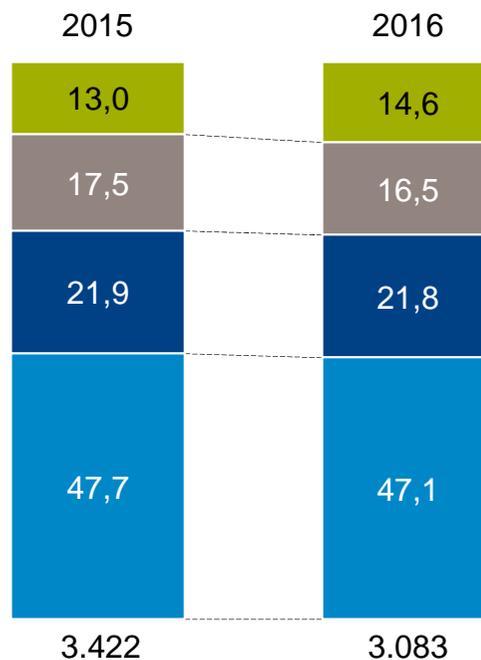
# Katholische Organisationen mit leicht steigender Bedeutung im Januar bis September 2016



## Organisationstypen

(Anteile an den Einnahmen in %)

Jan.-Sept.



- 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. Bodelschwingsche Anstalten Bethel, Diakonie Katastrophenhilfe, Liebenzeller Mission, ERF Evangeliumsrundfunk, sonstige evangelische Organisationen

### Top nicht konfessionell<sup>1</sup>

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. Tier-schutzfonds, Stiftung Menschen für Menschen, Unicef, Vier Pfoten, Kriegsgräberfürsorge, Weißer Ring, WWF

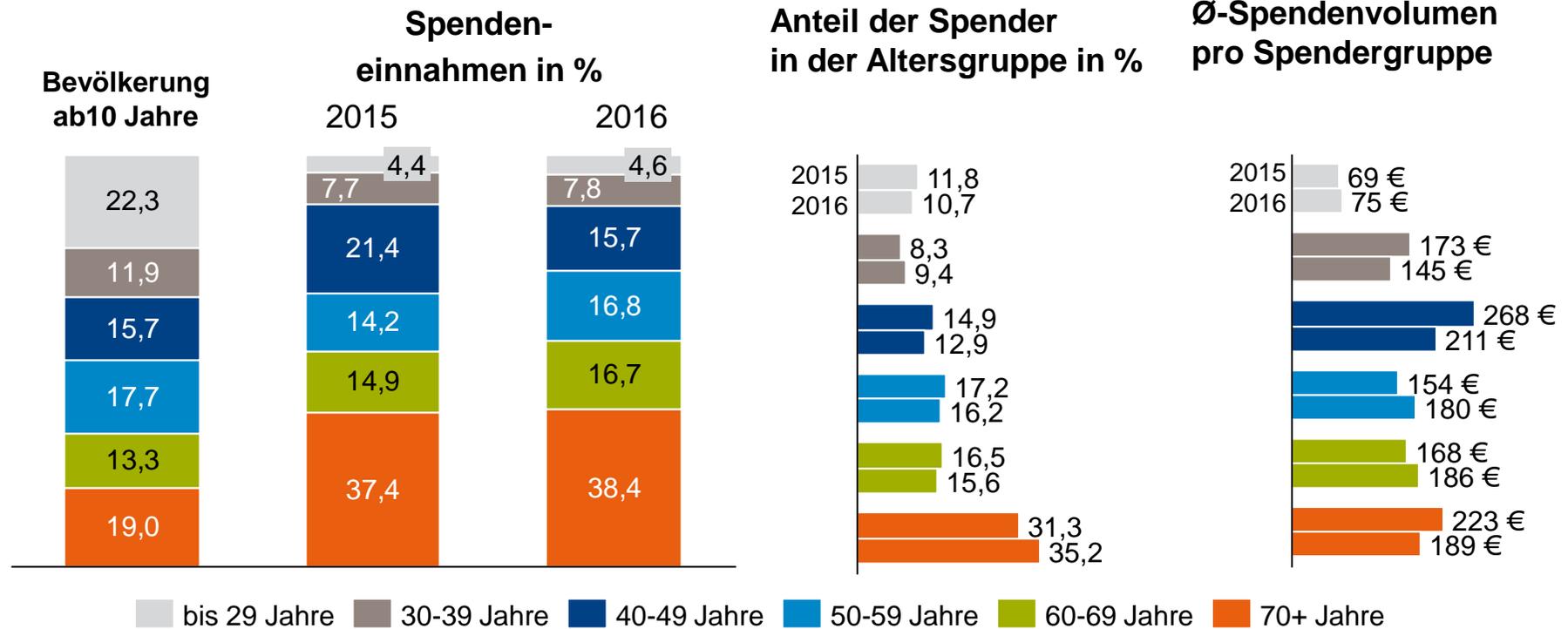
<sup>1</sup> Top 25 nicht konfessionelle Organisationen entsprechend dem in GfK CharityScope gemessenen Spendenvolumen

GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2016

# Spendenbudget sinkt bei 40-49-Jährigen 70+ weiterhin die spendenfreudigste Gruppe



Jan.-Sept.



GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2016

---

## 2.3. Spenden für Flüchtlinge

---

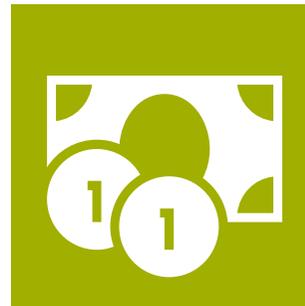
# Spenden für Flüchtlinge (im In- und Ausland)



Januar bis September 2016

**339 Mio. Euro**

11,0% des  
Spendenvolumens



**2,9 Mio. Menschen**

16,3% aller Spender  
4% der Deutschen  
über 10 Jahre

**2,6 Spenden**  
pro Spender für  
Flüchtlinge



**45 Euro**

deutlich höher als die  
Durchschnittsspende  
im Markt (32 Euro)

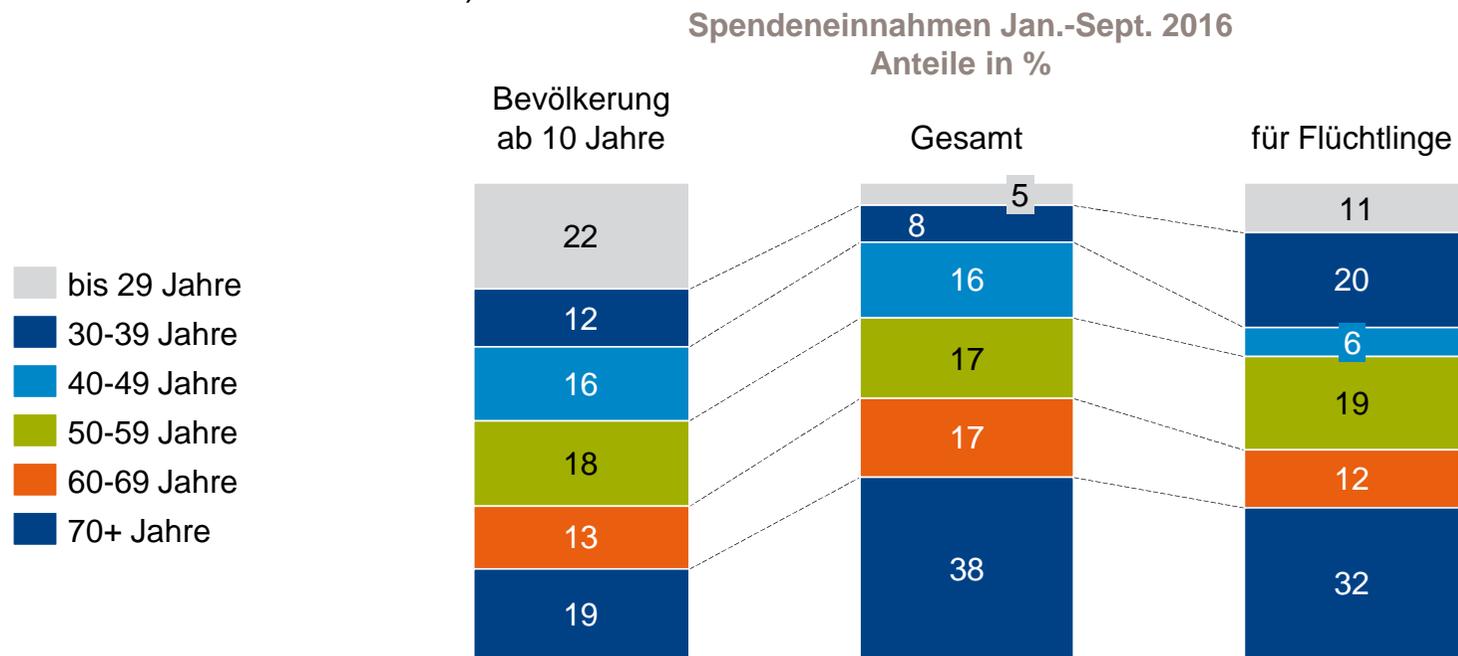
Zeiträume jeweils Januar bis September  
GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2016

© GfK 2016 | Spendenjahr 2016: Trends und Prognose | 17. November 2016

# Spenden für Flüchtlinge kommen eher auch von unter 40-Jährigen



## Verteilung Alter der Spender (Anteile an den Einnahmen in %)

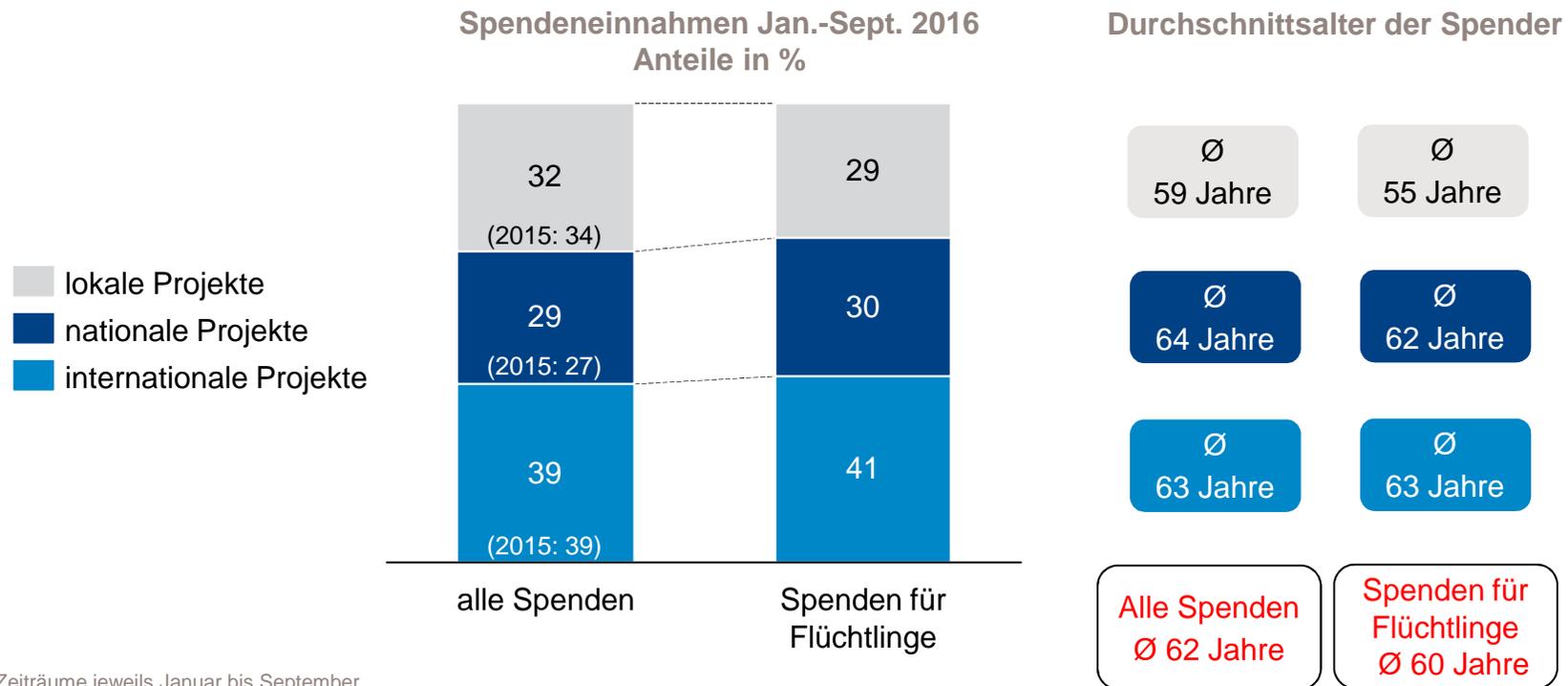


GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2016

# Spender für lokale Flüchtlingsprojekte deutlich jünger als Durchschnittsspender



## Anteil lokaler, nationaler und internationaler Projekte am Spendenvolumen



Zeiträume jeweils Januar bis September  
GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2016

© GfK 2016 | Spendenjahr 2016: Trends und Prognose | 17. November 2016

# Geldspender für Flüchtlinge sind im Vergleich zu allen Spendern...



---

## 2.4. Ausblick auf das Gesamtjahr

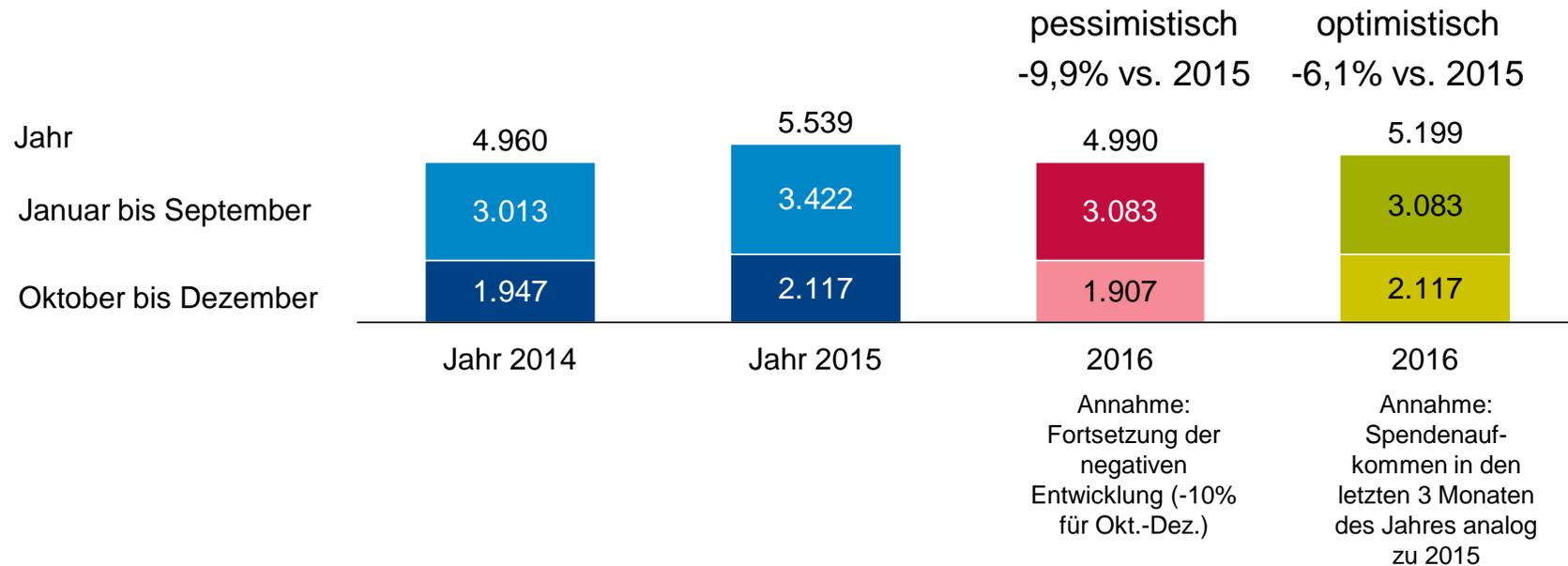
---

# Spendenaufkommen erzielt zweitbestes Ergebnis der letzten 10 Jahre – trotz leichten Rückgangs



## Ausblick: Gesamtjahr 2016

(Entwicklung der Einnahmen in €)



GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,7 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2016

## Ihre Ansprechpartner



**Daniela Felser**  
Geschäftsführerin  
Deutscher Spendenrat e.V.  
+49 30 467 05 200  
Mobil: +49 (0) 175 22 401 78  
[felser@spendenrat.de](mailto:felser@spendenrat.de)



**Gertrud Bohrer**  
Senior Manager  
Consumer Panels  
+49 911 395 3501  
[gertrud.bohrer@gfk.com](mailto:gertrud.bohrer@gfk.com)