

PRESSEMITTEILUNG

Spendenaufkommen legt 2010 deutlich zu

Studie der GfK Panel Services Deutschland im Auftrag des Deutschen Spendenrats e.V. zur „Bilanz des Helfens“

Berlin, 1. April 2011 – Die Spendenbereitschaft der Deutschen hat im Jahr 2010 deutlich zugenommen. Gegenüber dem Vorjahr stieg das Spendenvolumen um fast 9 Prozent auf rund 2,3 Milliarden Euro. Das ist das Ergebnis der „Bilanz des Helfens“, einer vom Deutschen Spendenrat e.V. bei der GfK Panel Services Deutschland im Auftrag gegebenen Studie, die regelmäßig den Spendenmarkt analysiert.

Das private Spendenaufkommen der Deutschen entwickelte sich vor allem in der ersten Jahreshälfte 2010 mit einer Steigerungsrate von 19 Prozent deutlich positiv. Speziell das Erdbeben in Haiti sorgte im Januar 2010 für einen Schub an Geldzuwendungen. Im zweiten Halbjahr fiel die Steigerung mit nur knapp 2 Prozent moderat aus, trotz der hohen Spendenbereitschaft für die Opfer der Überschwemmungskatastrophe in Pakistan. Im Vorjahr war in diesem Zeitraum angesichts der Naturkatastrophen in Südostasien, wie der schwere Wirbelsturm auf den Philippinen und das Erdbeben auf Sumatra, allerdings ein hohes Maß an privaten Zuwendungen eingegangen. Insgesamt stieg das Spendenaufkommen für Hilfsorganisationen, gemeinnützige Organisationen und Kirchen im Jahr 2010 um 185 Millionen Euro. Speziell die Not- und Katastrophenhilfe konnte deutlich mehr Geldmittel verbuchen.

Im letzten Jahr leisteten 21 Prozent der Deutschen im Alter von über zehn Jahren mindestens einmal eine Geldspende, durchschnittlich in Höhe von knapp 28 Euro. Die Spenderquote stieg somit um einen Prozentpunkt und auch die durchschnittliche Spendenhöhe legte um knapp einen Euro zu. Insgesamt spendeten 13,4 Millionen Personen. Deutlich zugenommen hat die Zahl der Neuspender. Fast 32 Prozent aller Zuwendungen stammten von Personen, die in den zwölf Monaten zuvor nicht gespendet hatten. Dies entspricht einer Steigerung von knapp 9 Prozentpunkten. Die Neuspender sind deutlich jünger und verfügen über eine höhere Schulbildung als die regelmäßigen Spender. Für fast die Hälfte der Neuspender sind Katastrophen der Auslöser für ihre finanzielle Hilfe. Entsprechend konzentrieren sich ihren Zuwendungen im Schnitt auf eine Organisation und knapp zwei Spenden im Jahr.

Deutscher Spendenrat e.V.
Unter den Linden 14
10117 Berlin

Telefon: (0 30) 726 16 80 16
Telefax: (0 30) 726 16 80 17
E-Mail: info@spendenrat.de
www.spendenrat.de

Spendenaufrufe im Fernsehen wirken stärker

Persönlich adressierte Spendenaufrufe per Post sind immer noch der stärksten Auslöser für Zuwendungen. Insgesamt 28 Prozent der gespendeten Geldsummen lassen sich auf diese Art der Werbung zurückführen. Weitere 21 Prozent kommen durch regelmäßige Spenden zusammen, knapp 9 Prozent werden über Kollekten in Kirchen gesammelt. Deutlich zugelegt hat im letzten Jahr die Wirkung von TV-Beiträgen, TV-Werbung sowie Spendengalas. Während im Jahr 2009 nur rund 2 Prozent der Spendensumme durch das Fernsehen initiiert wurde, stieg der Anteil im Jahr 2010 auf 7 Prozent. Vor allem Neuspender und Personen unter 60 Jahren lassen sich hierdurch motivieren.

Zur Studie

Die „Bilanz des Helfens“ ist ein Teilergebnis der Studie GfK Charity*Scope, die auf kontinuierlichen schriftlichen Erhebungen bei einer repräsentativen Stichprobe von 10.000 Panelteilnehmern basiert. Mit GfK Charity*Scope ermittelt die GfK Panel Services Deutschland im Auftrag des Deutschen Spendenrats e.V. fortlaufend Daten zum Spendenverhalten von privaten Verbrauchern in Deutschland. Unter anderem werden Spendenvolumen, Spendenhöhe und bevorzugte Tätigkeitsbereiche abgefragt. Als Spende zählen die von deutschen Privatpersonen freiwillig getätigten Geld-, Sach- und Zeitspenden an gemeinnützige Organisationen, Hilfs- sowie Wohltätigkeitsorganisationen und Kirchen. Ausgeschlossen sind Spenden an politische Parteien sowie Spenden, die gerichtlich angeordnet werden.

Weitere Informationen:

Roland Adler, GfK Panel Services Deutschland,
Tel: +49 911 395-4157, roland.adler@gfk.com

Daniela Felser, Deutscher Spendenrat e.V.,
Tel: +49 30 726 1680-16, felser@spendenrat.de

Zum Deutschen Spendenrat

Der Deutsche Spendenrat e.V. ist ein gemeinnütziger Dachverband von 70 Spenden sammelnden, gemeinnützigen Organisationen aus den Bereichen soziale und humanitäre Hilfe, Umwelt und Tierschutz sowie Kunst- und Kultur. Mitglieder sind u.a. DLRG, World Vision, Bethel, Die Heilsarmee in Deutschland, Deutsches Kinderhilfswerk. Er vertritt diese gegenüber der Öffentlichkeit sowie staatlichen, politischen und privaten Gremien. Die Mitglieder verpflichten sich auf einen gemeinsamen Standard in Handeln und Transparenz durch Anerkennung einer einheitlichen Selbstverpflichtungserklärung. Weitere Informationen finden Sie unter www.spendenrat.de.

Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe bietet das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Marktentscheidungen zu treffen. Ihr umfassendes Angebot beinhaltet Informations- und Beratungsservices in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media. Weltweit ist die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2010 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,29 Milliarden Euro. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_gruppe

V.i.S.d.P.

GfK SE, Corporate Communications

Marion Eisenblätter

Nordwestring 101

90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-2645

Fax +49 911 395-4041

public.relations@gfk.com