



Spendenzeitraum Jan-Dez 2019

Bilanz des Helfens 2020

**Berliner Pressekonferenz
03. März 2020**

GfK Charity Panel

Bianca Corcoran



Agenda



1. Methodik GfK Charity Panel

2. Spendenjahr 2019

2.1 Eckdaten zum Spendenverhalten

2.2 Spenderzielgruppen

2.3 Spendenanstoß und Spendenzweck

2.4 Spenden für Flüchtlingshilfe

2.5 Ausblick auf das Gesamtjahr

Der Spendenmarkt



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 €.¹

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 2019: 67,1 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahren hochgerechnet.

Stichprobe



Kontinuierliches Panel von privaten deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren (Stand 2019).

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

Der Spendenmarkt



Spendenjahr 2019 - Januar bis Dezember

Kernergebnisse Spendenverhalten

Januar bis Dezember 2019 (1/2)



Eckdaten zur Marktentwicklung

- Das ermittelte Spendenvolumen lag bis Dezember bei 5,1 Mrd. Euro. Das bedeutet ein Minus von 3,6% gegenüber dem Vorjahr. Es ist das fünft – beste Jahr seit Beginn der Erhebung vor 15 Jahren.
- Die Anzahl der Spendenden geht allerdings weiter zurück und fällt zum ersten Mal unter 20 Mio.. Klassische Geldspenden tätigen nur noch 19,5 Mio. Menschen. Das sind 1 Mio. private, dt. Personen (ab 10 Jahre) weniger als Vorjahreszeitraum.
 - Die Reichweite (Anteil der Spendenden an der Bevölkerung) liegt nur noch bei 29%. Das ist ein Rückgang von über einem Prozentpunkt gegenüber Vorjahr.
 - Die Spendenhäufigkeit erreicht im aufgelaufenen Jahr einen neuen Höchstwert. 7 mal pro Jahr wird gespendet.
 - Die durchschnittliche Spende liegt mit 37 Euro weiterhin auf einem hohem Niveau.
 - April, Mai, Oktober verbuchen zwar zweistellige Zuwachsraten, aber diese Gewinne werden durch Verluste in anderen Monaten (Februar, März, August, September und Dezember) kompensiert.

Kernergebnisse Spendenverhalten

Januar bis Dezember 2019 (2/2)



Eckdaten zur Marktentwicklung

- Den höchsten Anteil am gesamten Spendenvolumen hat mit 75,3% die **humanitäre Hilfe**. Sie stieg im Vergleich zum Vorjahr vom prozentualen Anteil her an. Absolut gesehen wurde das Niveau vom Vorjahr nicht erreicht (-58 Mio. Euro). Innerhalb der humanitären Hilfe sind es die **Not- und Katastrophenhilfe** und die Geldspenden für **Kinder- und Jugendhilfe**, sowie für **Hilfe gegen Krankheit/Behinderung**, die prozentual wachsen. Absolut gesehen nehmen die Geldspenden für die Not- und Katastrophenhilfe und für Hilfe gegen Krankheit/Behinderung zu.
- Geldspenden flossen zu 38% in internationale Projekte. Spenden an Projekte im Inland liegen bei 62%. Hier gab es kaum Veränderungen.
- Der persönlich adressierte Brief ist weiterhin wichtig und macht einen Anteil am Spendenvolumen von 19,3% aus.
- Nach wie vor ist der Anteil der Generation 60+ am Spendenaufkommen mit über der Hälfte (55%) des gesamten Spendenaufkommens am Größten.
 - Vor allem die Generation 70+ trägt weiterhin deutlich zum Spendenaufkommen bei. Knapp 50% der Personen in dieser Altersgruppe haben gespendet; im Durchschnitt 344 Euro pro Jahr. Damit macht diese Gruppe einen Anteil am Spendenmarkt (Einnahmen) von mittlerweile knapp 41% aus.
 - In der Altersgruppe 60-69 spenden ein Drittel (33%). Sie spenden pro Jahr im Durchschnitt nur 230 Euro.

Der Spendenmarkt



2.1 Eckdaten zum Spendenverhalten

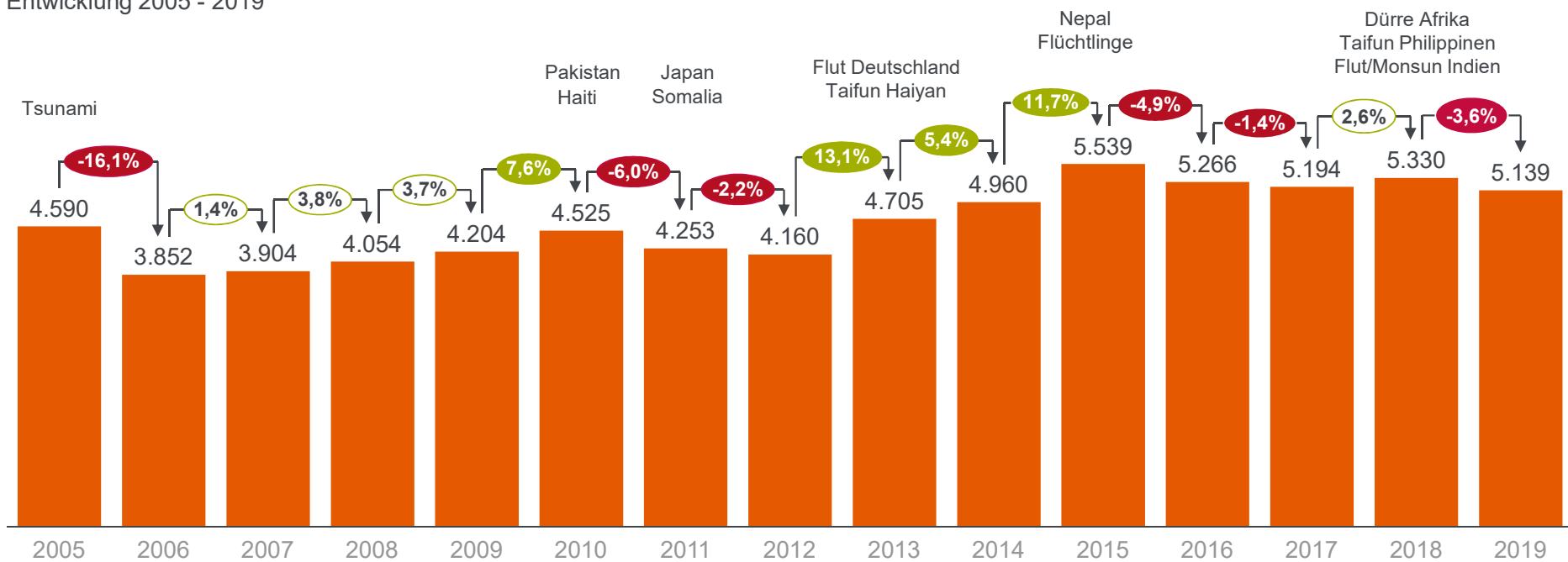
Geld - Spendeneinnahmen sinken

5 bestes Jahr



Gesamtmarkt Spendeneinnahmen von privat (in Mio. €)
Entwicklung 2005 - 2019

Waldbrände,
Fridays for Future,
div: Katastrophen

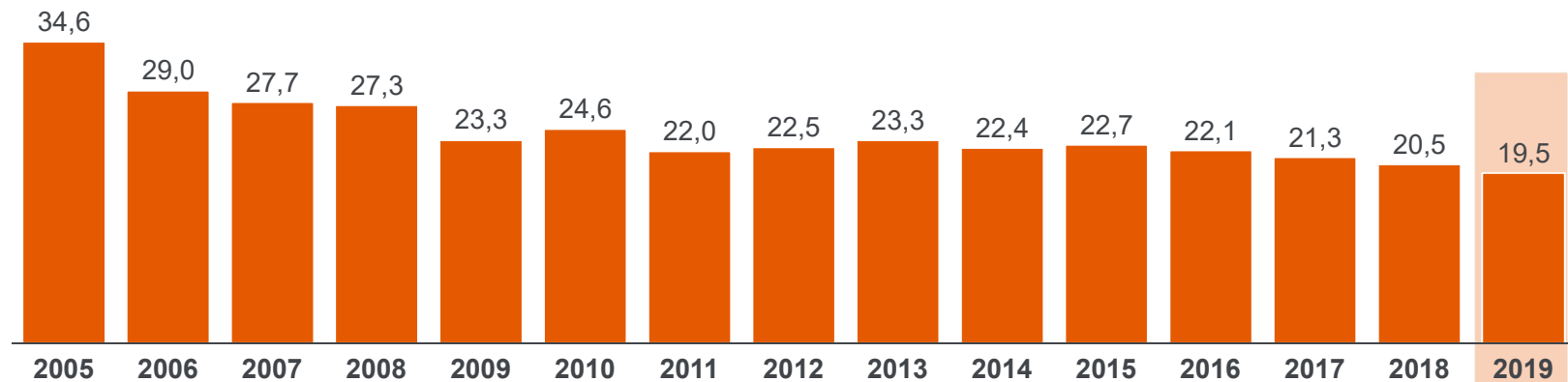


Erstmals unter 20 Mio. Spender

Dafür spenden diese so häufig wie noch nie



Entwicklung von Spenderzahlen, Spendenhäufigkeit und Durchschnittsspende
Entwicklung Anzahl Spender (in Mio.) pro Jahr; 2005 - 2019



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Anteil Spender an der Bevölkerung in %	50,9	42,6	40,6	40,1	34,3	36,1	32,4	33,2	34,3	33,0	33,6	32,7	31,5	30,5	29,1
Spendenhäufigkeit pro Spender p.a.	4,3	5,0	5,1	5,4	6,3	6,3	6,7	6,5	6,2	6,2	6,6	6,7	6,9	6,8	7,0
Durchschnittsspende pro Spendenakt in €	31	27	28	28	29	29	29	29	33	36	37	35	35	38	37

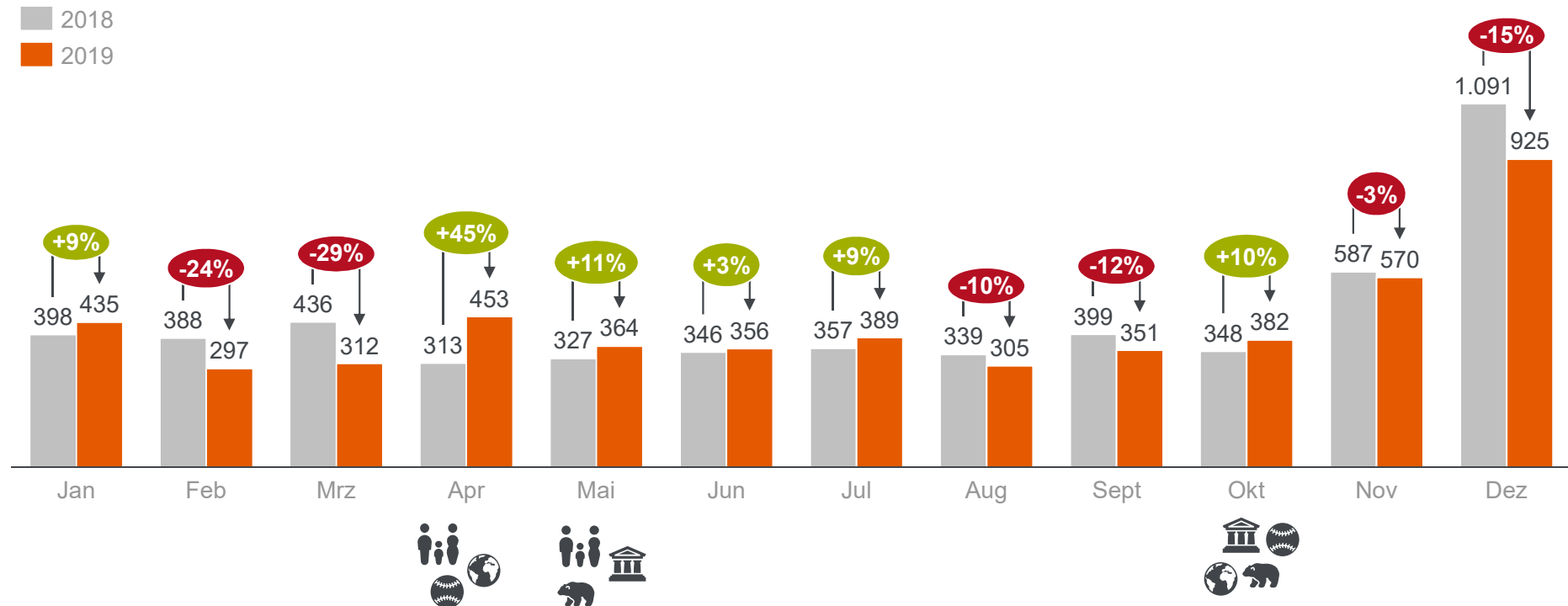
Dezember unter Vorjahresniveau

Große Monatsschwankungen in diesem Jahr



Spenden im Monatsverlauf (Einnahmen in Mio. €)

Entwicklung 2019 vs. 2018; Geldspenden 2019 kumuliert: 5.139 Mio. € (entspricht -3,6% zum Vorjahr)

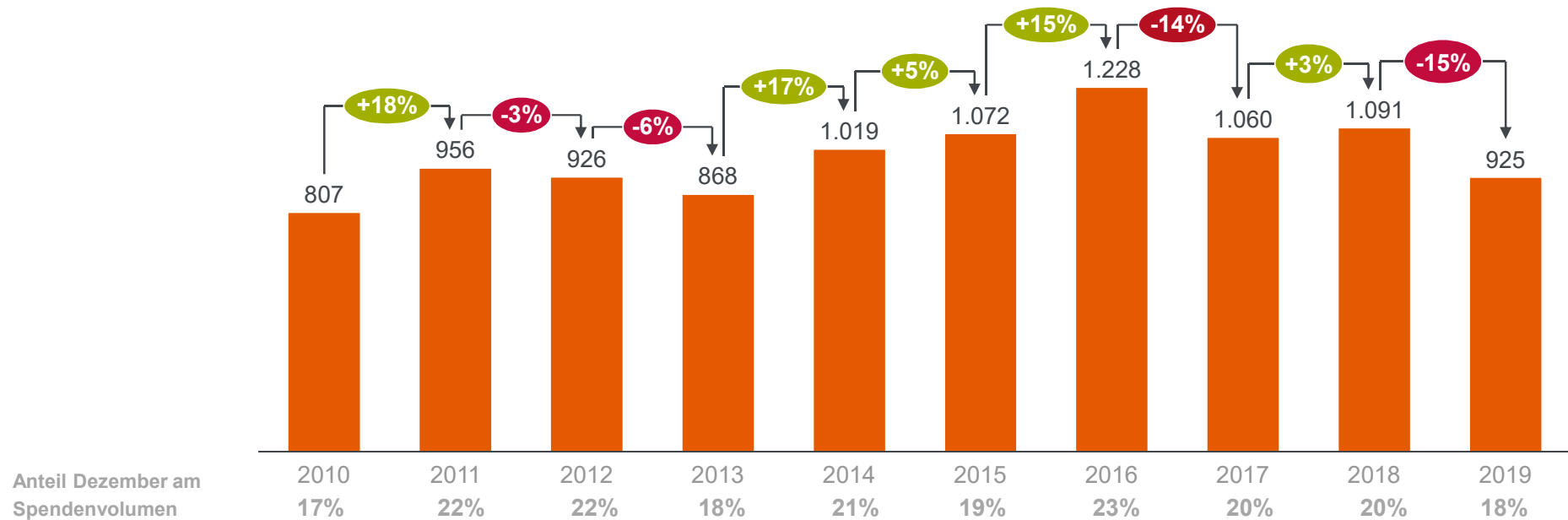


Dezember bringt 18%

... des Jahresvolumens



Spenden im Dezember (Einnahmen in Mio. €)
Entwicklung Dezember 2010 - 2019



Der Spendenmarkt



2.2 Spenderzielgruppen

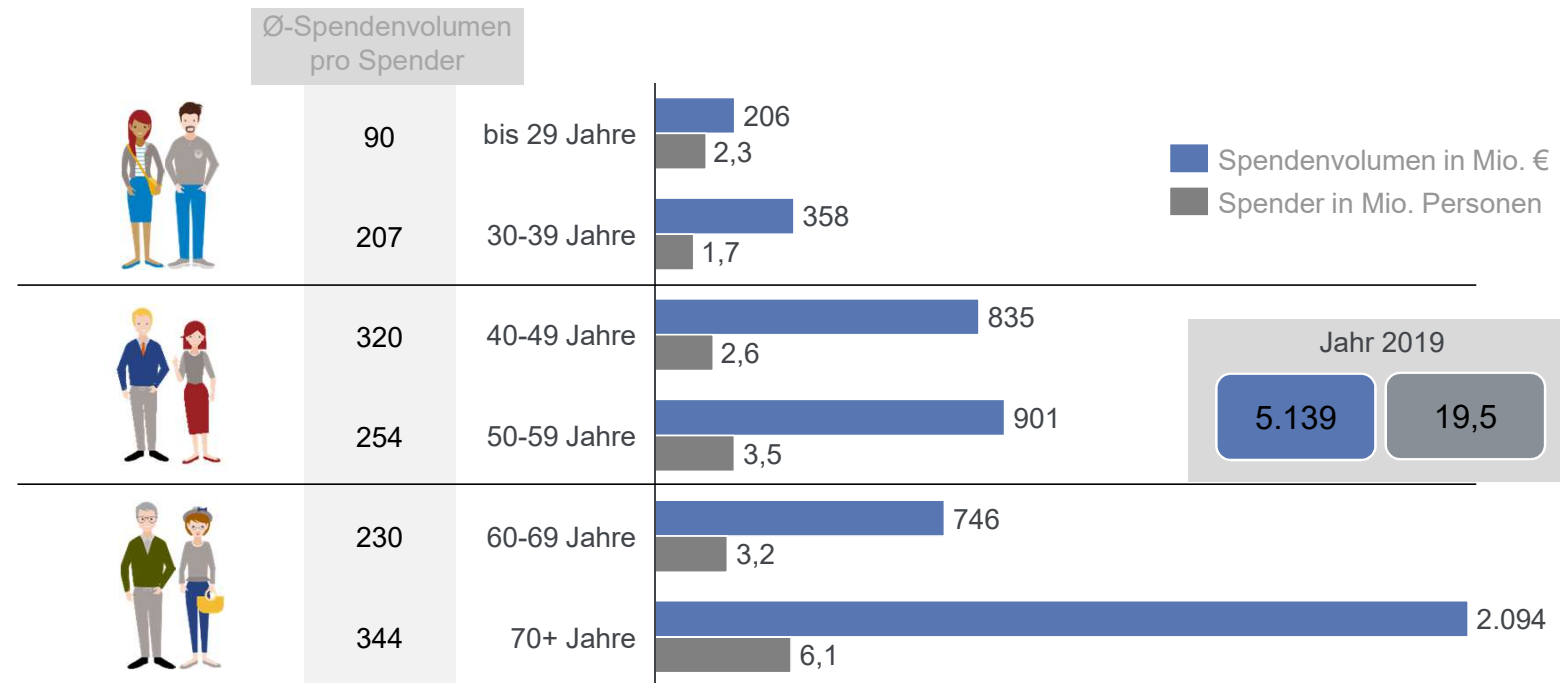
Altersgruppe 70+ spendet im Ø 344 € p.a.



Altersgruppen 50-69 spenden deutlich weniger als 70+

Spendenvolumen und Spender im Jahr 2019 nach Altersgruppen

Ø-Spendenvolumen pro Spender 2019 in €

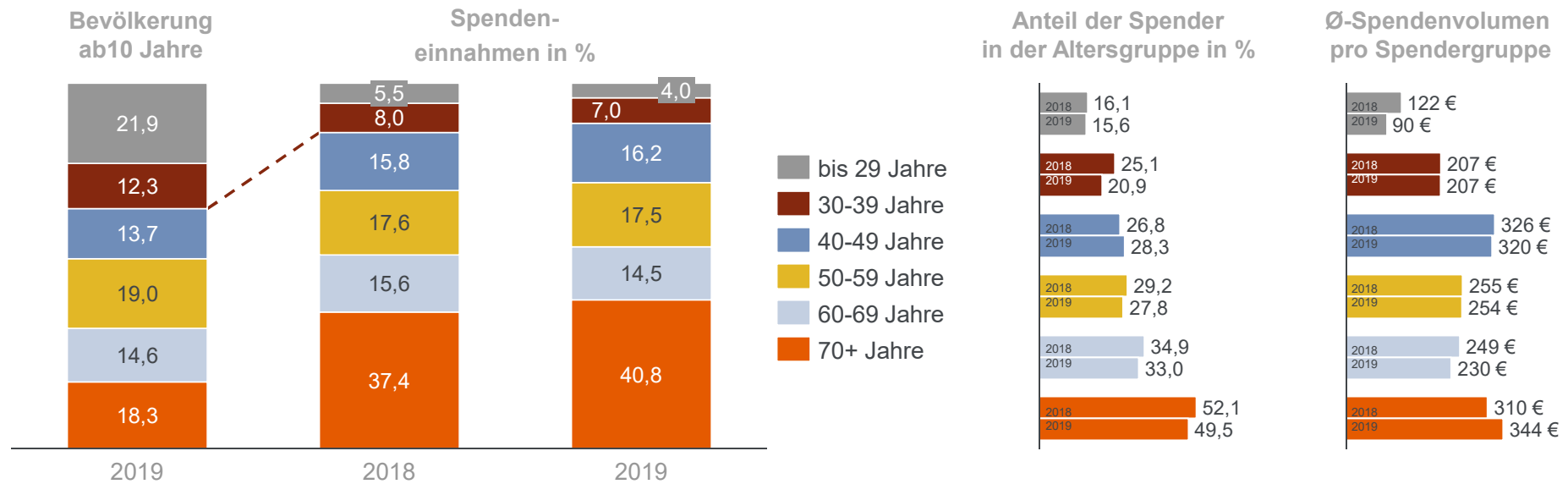


Ältere Spender deutlich überproportional



... bei steigendem Ø Spendenvolumen

Bedeutung der Altersgruppen nach Spendeneinnahmen, Spender und Ø Spendenvolumen
Entwicklung 2019 vs. 2018; Anteil Bevölkerung ab 10 Jahren 2019



Der Spendenmarkt



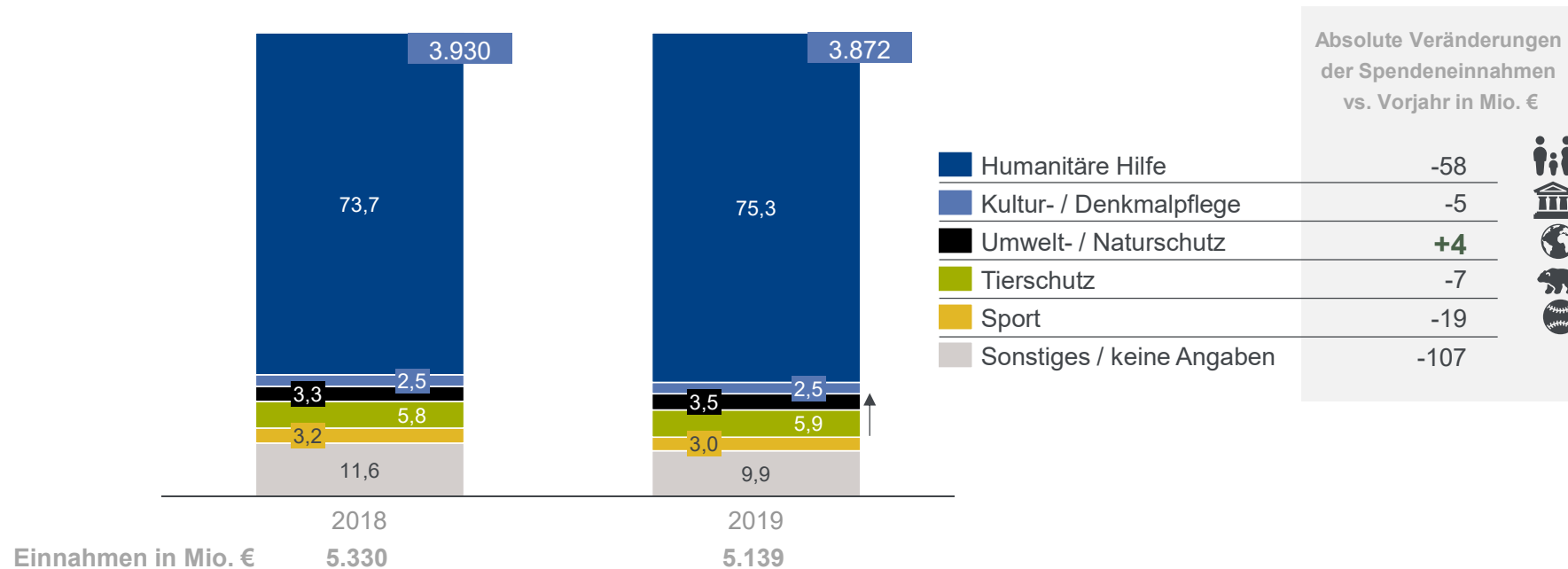
Spendenanstoß und Spendenzweck

Humanitäre Hilfe gewinnt prozentual

... im rückläufigen Spendenmarkt



Spendenzwecke nach Selbsteinschätzung der Spender
Anteile an den Einnahmen in %; 2019 vs. 2018

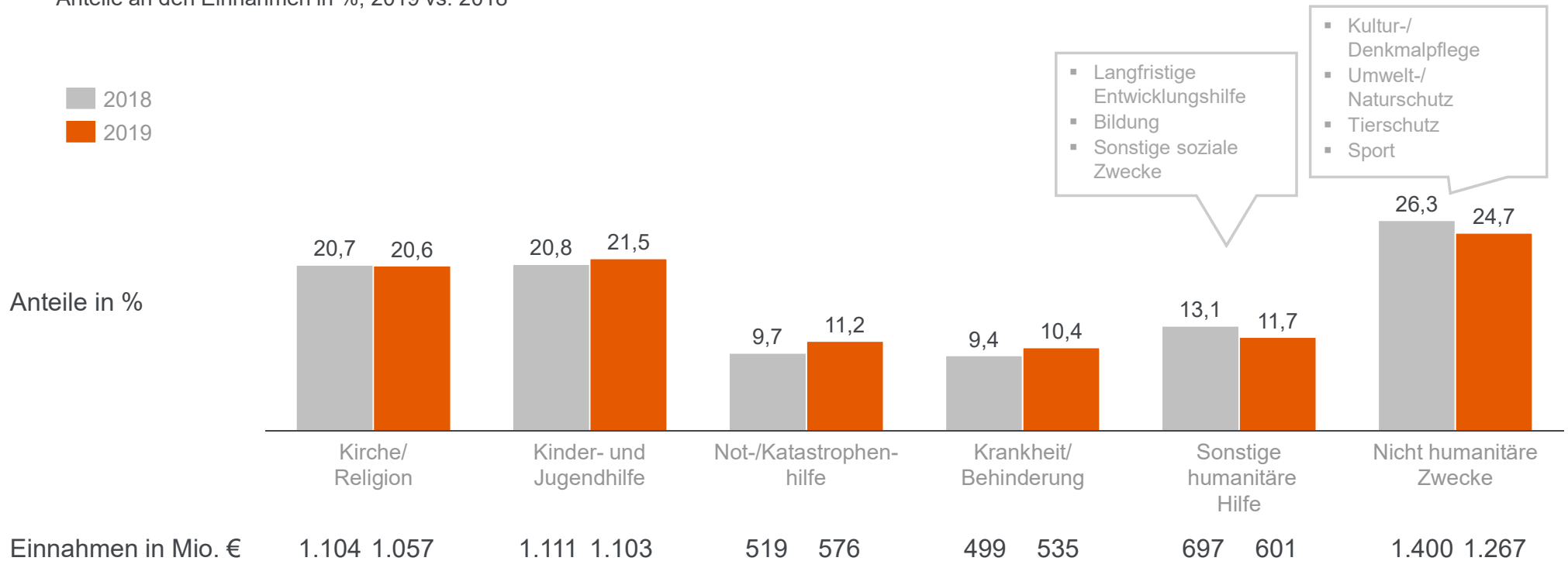


Not- und Katastrophenhilfe steigt

... aber auch Hilfe für Kinder und bei Krankheit



Spendenzwecke nach Selbsteinschätzung der Spender
Anteile an den Einnahmen in %; 2019 vs. 2018

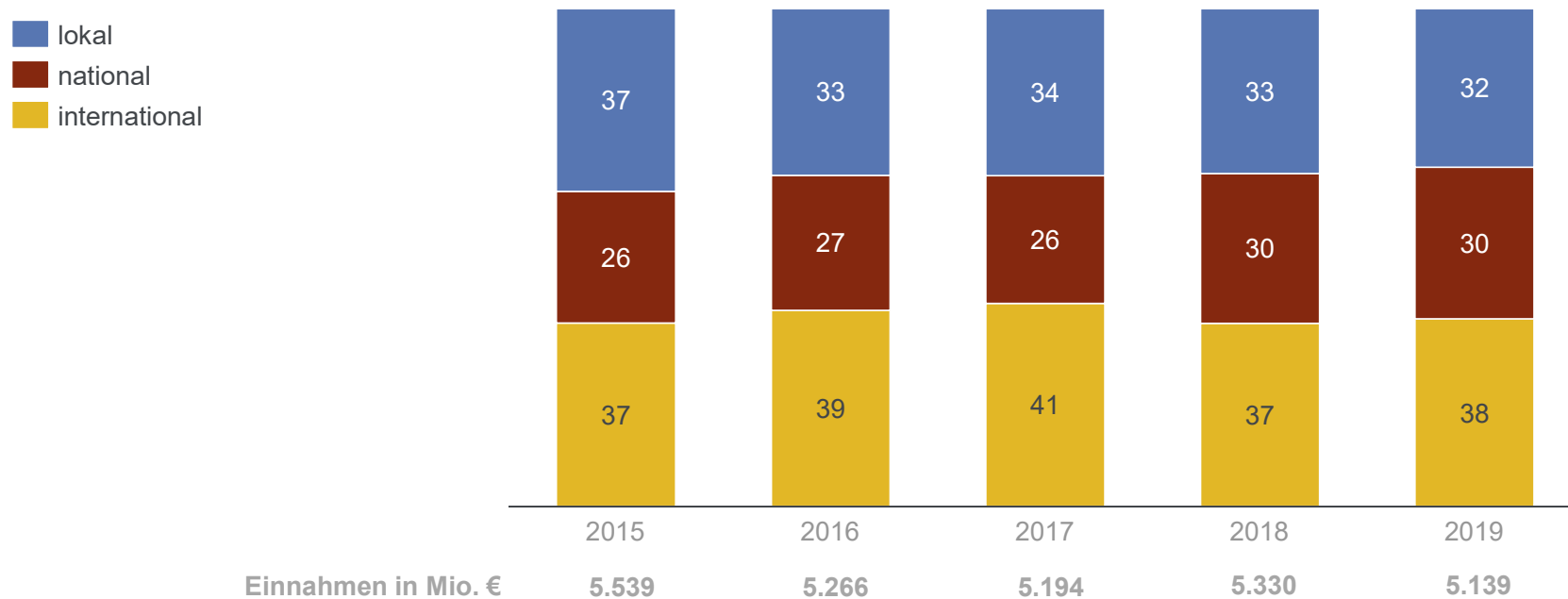


Nationale Projekte werden stärker

Unterstützt als internationale, aber kaum Veränderung



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



Definition lt. Tagebuch

Wir zeigen Aggregationen

Wodurch aufmerksam geworden

persönlich adressierter Brief

- **Persönlich** adressierten Brief erhalten

Kollekte

- Aufruf durch Kirche (Kirchenkollekte)

Freunde

- Hinweis von Freunden

Soziales Netzwerk

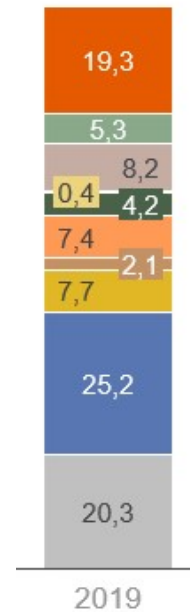
Soziales Netzwerk (z.B. Facebook)

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

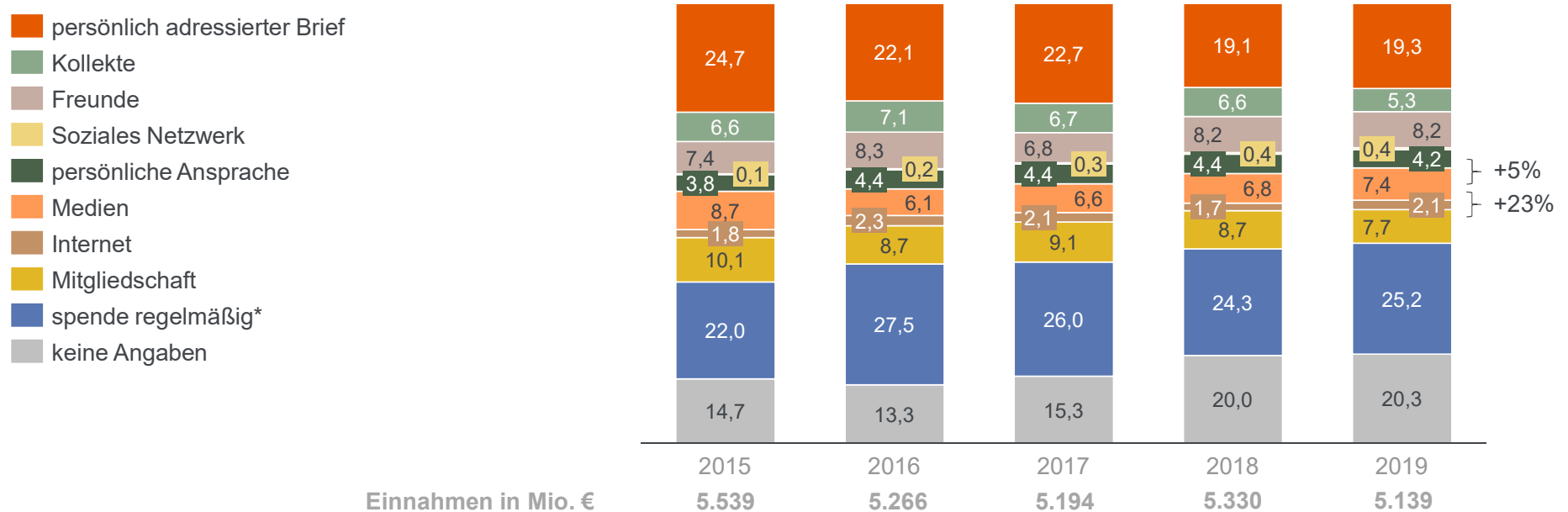
- Aufruf durch Schule
- Kleidersammlung/Sammelcontainer
- **Postwurfsendung**
- telefonische Spendenaufruf
- Sonstige
- keine Angaben

Mailing weiterhin wichtig

... bleibt aber unter 20%; ¼ spendet regelmäßig



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“.

Definition lt. Tagebuch

Unterschied



Spendenanstoß

Wodurch sind Sie aufmerksam geworden zu spenden?

Ausschlaggebender Grund

Was hat den Ausschlag gegeben, dass Sie sich für die Spende bei dieser Organisation entschieden haben.

Spendenaufruf wird wichtiger

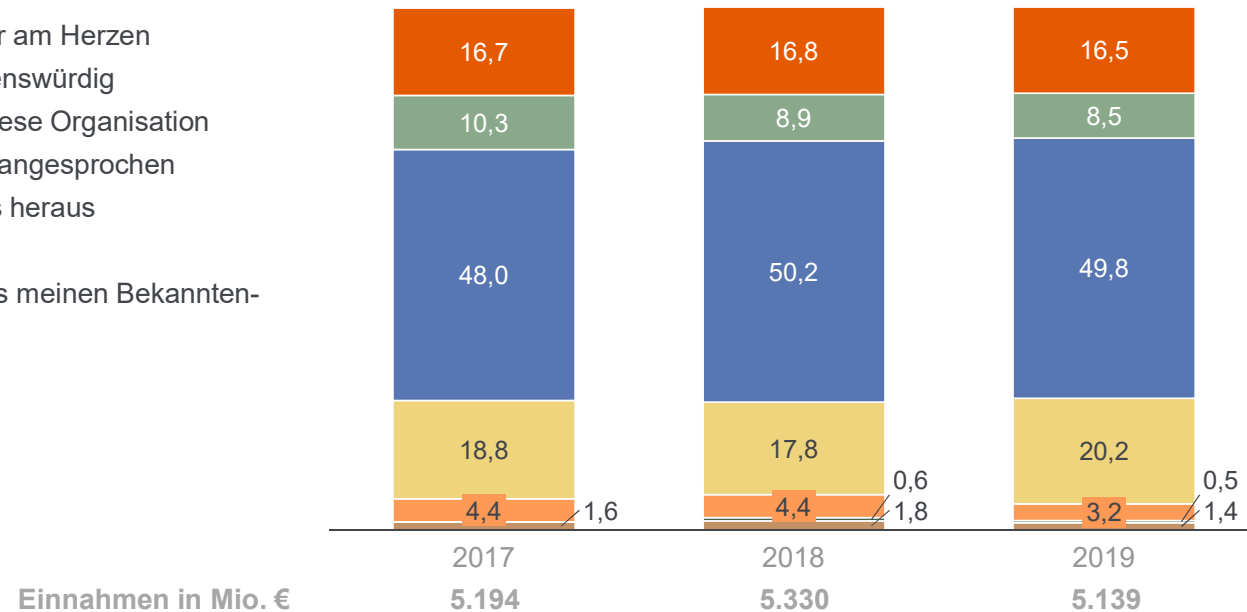


Lediglich 0,5% der Einnahmen erfolgen aus steuerlichen Gründen

Ausschlaggebender Grund zur Spende

Entwicklung 2017 – 2019; Anteile an den Einnahmen in %, ohne K.A.

- das konkrete Projekt liegt mir am Herzen
- die Organisation ist vertrauenswürdig
- ich spende regelmäßig für diese Organisation
- der Spendenaufruf hat mich angesprochen
- aus einem spontanen Impuls heraus
- aus steuerlichen Gründen
- mir selbst oder Personen aus meinem Bekanntenkreis wurde bereits geholfen



Wachstum bei den Top 25

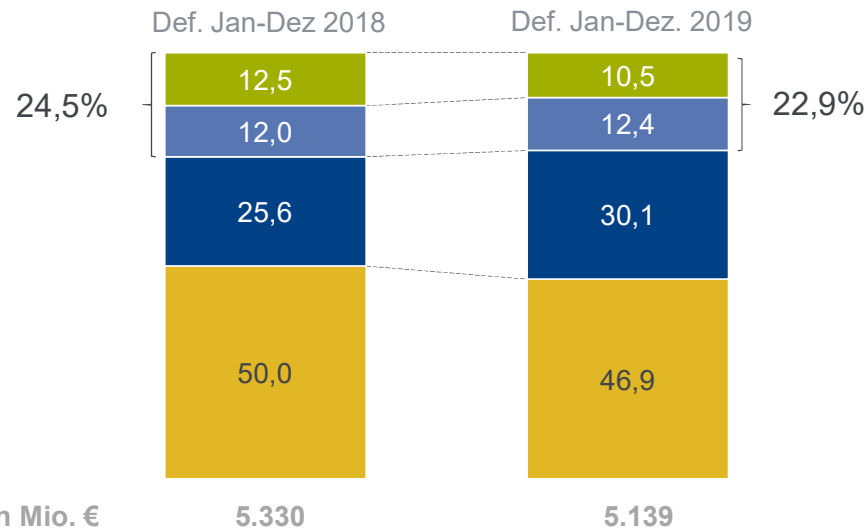
...im sinkenden Markt



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)¹


Ärzte ohne Grenzen, Aktion Deutschland hilft, Arbeiter Samariter Bund, Bund Naturschutz, Deutsche Krebshilfe, DRK, Welthungerhilfe, DAHW, Deutsche Arthrose Hilfe, DGZRS, DLRG, Gebende Hände, Greenpeace, SOS/Gmeiner, St. Josef Indianer HW, NABU, Plan, IFAW int. Tierschutzfonds, Sternstunden, Unicef, Vier Pfoten, Volksbund Kriegsgräber, World Vision, WWF, Zeugen Jehovas

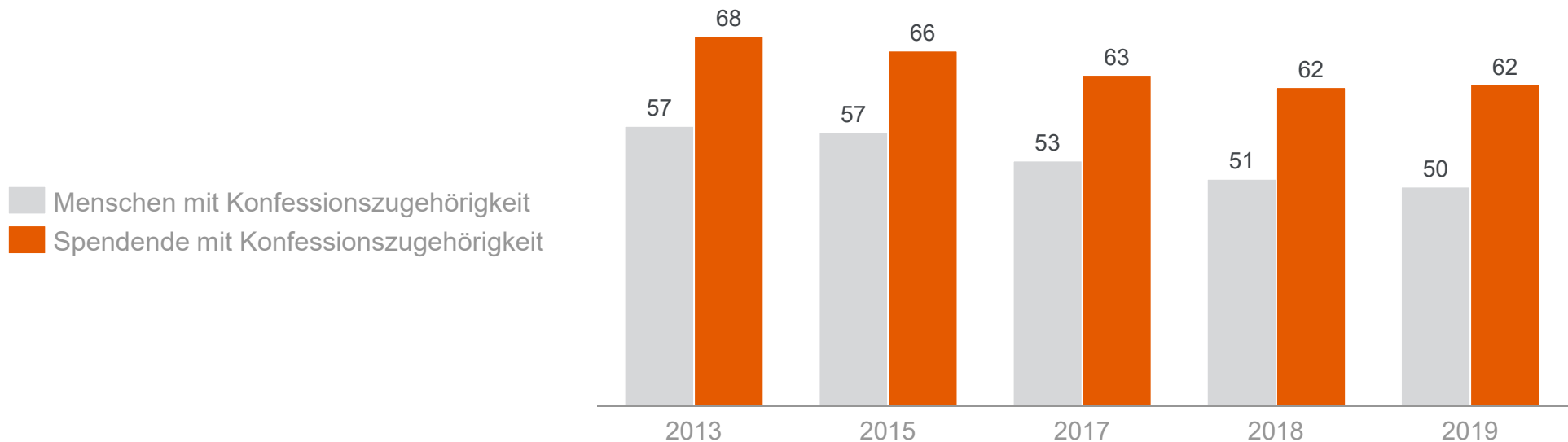
¹ Top 25 nicht konfessionelle Organisationen entsprechend dem in GfK Charity Panel gemessenen Spendenvolumen

Die Konfessionszugehörigkeit nimmt ab

Bei den Menschen, die spenden, ist der Anteil relativ stabil



Frage nach der Konfessionszugehörigkeit, Befragung aus dem Januar 2020 
Entwicklung Jahre 2013 – 2019; Anteile an der privaten dt. Bevölkerung/an allen Spendenden, in %



Der Spendenmarkt



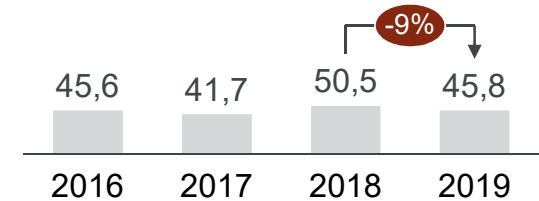
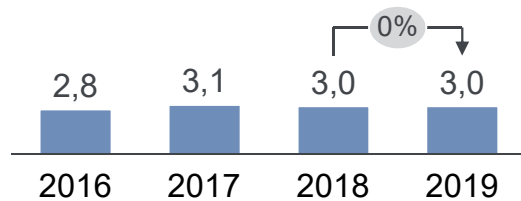
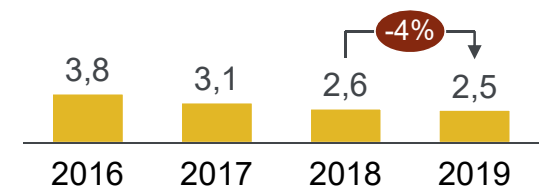
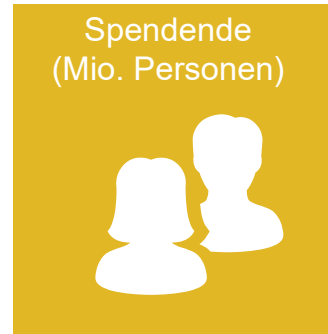
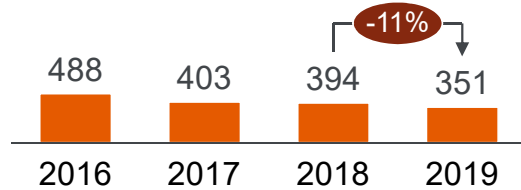
2.4 Spenden für Flüchtlingshilfe

Geldspenden für Flüchtlinge rückläufig

Es werden rund 46 Euro im Durchschnitt gespendet



Januar - Dezember



Kernergebnisse Spendenverhalten

Januar bis Dezember 2019



Eckdaten zur Marktentwicklung

- Im Zeitraum Januar bis Dezember wird weiterhin 3 mal für Geflüchtete gespendet.
- Insgesamt 351 Mio. Euro – das sind knapp 7% des gesamten Spendenvolumens – flossen 2019 in die Hilfe für Flüchtlinge. Damit geht das Spendenvolumen um 11% zurück.
- Die Anzahl der Spendenden geht im Vergleich zu Vorjahreszeitraum um 4% zurück. Diejenigen, die spenden, spenden auch noch weniger (das war im letzten Jahr umgedreht). So wurden im Durchschnitt nur noch rund 46 Euro statt 51 Euro (2018) gespendet. Dies ist ein Rückgang von 9%.

Ihre Ansprechpartner



Dr. Max Mälzer
Geschäftsführer
Deutscher Spendenrat e.V.

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

maelzer@spendenrat.de



Bianca Corcoran-Schliemann
Account Director
GfK SE

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

Bianca.corcoran-schliemann@gfk.com