DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

Wir stärken **die Kultur des Gebens**

Pressemitteilung

Deutscher Fundraising Verband und Kantar TNS veröffentlichen Spendenmonitor 2016

Sinkende Spendeneinnahmen bei steigender Durchschnitts-Spendenhöhe

(Berlin, 19. Dezember 2016) Die neue Ausgabe des Spendenmonitors von Kantar TNS für das Jahr 2016 zeigt: Immer weniger Menschen in Deutschland spenden. Nachdem die Quote bereits im Vorjahr von 45 Prozent auf 42 Prozent gesunken war, ist sie nun noch einmal um weitere 4 Prozent nach unten gegangen. Auch das gesamte Spendenvolumen ist von 4 Milliarden Euro auf 3,6 Milliarden Euro zurückgegangen. Konstant geblieben ist dagegen die durchschnittliche Spendenhöhe pro spendender Person und Jahr, die 2016 bei 146 Euro lag. Die Spendenhöhe scheint sich nach dem deutlichen Anstieg im Vorjahr auf dem höheren Niveau manifestiert zu haben: Wem eine Organisation am Herzen liegt, der ist zunehmend bereit für diese Organisation auch etwas tiefer in die Tasche zu greifen. Untersucht wurde von TNS mittels eine repräsentativen Befragung der Zeitraum von Oktober 2015 bis Oktober 2016.

„Der Trend des letzten Jahres hinsichtlich sinkender Spenderzahlen scheint sich fortzusetzen“ sagt Arne Peper, Geschäftsführer des Deutschen Fundraising Verbands (DFRV), der Kantar TNS bei der Herausgabe des Spendenmonitors unterstützt. „Jedoch ist das Jahr 2016 ein eher normales Spendenjahr ohne medial stark kommunizierten Katastrophen wie z.B. das Erdbeben in Nepal 2015. Dies allein führt meistens schon zu sinkenden Spendeneinnahmen.“ Dazu passt, dass auch bei den Spendenzwecken die „Sofort- und Nothilfe“ anders als in den Vorjahren nicht mehr auf Platz eins liegt, sondern von der „Kinder- und Jugendhilfe“ überholt wurde. „Langfristig problematisch ist weiterhin die Altersstruktur der Spenderinnen und Spender. Zwar haben in diesem Jahr auch weniger Angehörige der Altersklasse 65+ gespendet, das Kernproblem liegt aber immer noch darin, dass sich die jüngeren Altersgruppen bislang zu wenig zum Spenden motivieren lassen. Nur 14 Prozent der 14 bis 29 Jährigen haben 2016 gemeinnützige Zwecke mit einer Spende unterstützt. Den Organisationen brechen langfristig die spendenden Menschen weg" sagt Arne Peper.

„Die Arbeit der sozialen Organisationen in Deutschland wird ganz überwiegend positiv wahrgenommen. Das ist die gute Nachricht für alle Haupt- und Ehrenamtlichen. Die schlechte Nachricht ist, dass dieses sich nicht immer in kontinuierliches und nachhaltiges Engagement von Spendern auszahlt, wie wir gerade jetzt sehen. Das Geld wird von etwa einem Fünftel der Spender nicht auf andere Spendenzwecke umverteilt sondern es wird dem Spendenmarkt gar nicht erst zugeführt, wenn es keine (medial wirksamen) Anlässe dafür gibt.“ erklärt Jan Borcherding von Kantar TNS.

Dabei ist die Wichtigkeit von gemeinnützigen Organisationen durch alle Altersgruppen hinweg anerkannt: 80 Prozent der Befragten sagen, dass gemeinnützige Organisationen schnelle und unbürokratische Hilfe bieten. Allerdings sehen die Befragten sich hierfür nicht unbedingt alleine in der Pflicht: Sowohl bereits aktive Spender als auch Nicht-Spender sind mit 78 Prozent mehrheitlich der Meinung, dass der Staat mehr für gemeinnützige Organisationen tun könnte, beispielsweise durch Förderprogramme, Steuererleichterungen oder Bürokratieabbau.

Wer sich entschieden hat zu helfen, tut dies außerdem nicht mehr alleine über eine finanzielle Unterstützung. Die Beliebtheit von Sachspenden steigt mehr und mehr an, was sich im vergangenen Jahr insbesondere an den Spenden für Flüchtlinge gezeigt hat.

Der Deutsche Fundraising Verband

Dem Deutschen Fundraising Verband gehören rund 1300 Mitglieder an. Er vertritt die Interessen sowohl der einzelnen Fundraiser als auch der im Dritten Sektor tätigen gemeinnützigen Organisationen und der sie unterstützenden Dienstleister in Deutschland, fördert die Professionalisierung des Berufszweigs sowie die Umsetzung ethischer Prinzipien in der Branche.

Der Spendenmonitor

Der „Deutsche Spendenmonitor“ von Kantar TNS dient gemeinnützigen Organisationen in Deutschland seit zwanzig Jahren als verlässliche Informationsquelle rund um das Thema Spenden in Deutschland.

Mit jährlich 4.000 zufällig ausgewählten Befragten ist er repräsentativ für die Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland ab 14 Jahren. Die Befragung findet einmal jährlich im Oktober/November in persönlich-mündlichen Interviews statt.

Steckbrief des „Deutschen Spendenmonitors“ von Kantar TNS

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland im Alter

	ab 14 Jahren
Stichprobenumfang	n = 4.063 Befragte
Ø Befragungslänge	Standardteile Classics und Image: ca. 20 Minuten inkl. Soziodemographie
Erhebungsmethode	persönlich-mündliche Befragung, CAPI-Omnibus
	(Computer Assisted Personal Interviewing)
Befragungszeitraum	22.09.-18.11.2016

Pressekontakt:

Arne Peper

Geschäftsführer

T: 0170-3179830

peper@fundraisingverband.de

www.fundraisingverband.de