



BILANZ DES HELFENS 2014

Berliner Pressekonferenz

5. März 2014

Agenda

1 Methodik GfK CharityScope

2 Bilanz des Helfens 2014

2.1 Eckdaten zum Spendenverhalten

2.2 Spendenanstoß und Spendenzweck

2.3 Spendenjahr 2013: Einflussfaktoren

Agenda

1 Methodik GfK CharityScope

2 Bilanz des Helfens 2014

2.1 Eckdaten zum Spendenverhalten

2.2 Spendenanstoß und Spendenzweck

2.3 Spendenjahr 2013: Einflussfaktoren

GfK CharityScope: die Methodik im Überblick

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. 60% Online (Anteil steigend), ca. 40% Paper & Pencil) in Form eines Tagebuchs, das von den Panelteilnehmern selbst kontinuierlich geführt wird



Hochrechnung

Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand 2013: 67,8 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahre hochgerechnet



Stichprobe

Kontinuierliches Panel von 10.000 deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren (Stand 2013)



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

Agenda

1 Methodik GfK CharityScope

2 Bilanz des Helfens 2014

2.1 Eckdaten zum Spendenverhalten

2.2 Spendenanstoß und Spendenzweck

2.3 Spendenjahr 2013: Einflussfaktoren

Kernergebnisse zum Spendenverhalten 2013 (1/2)

1 Eckdaten zur Marktentwicklung

- Das Spendenvolumen erreichte im Jahr 2013 mit €4,7 Mrd. Rekordniveau – selbst im Tsunami-Jahr 2005 wurde weniger gespendet als im vergangenen Jahr
- Das deutliche Plus von 13% gegenüber dem Vorjahr resultiert in erster Linie aus den Monaten Juni (Spenden für die Flut in Deutschland) und November (Spenden für die Opfer des Taifuns Haiyan)
- Die Anzahl der Spender liegt nur geringfügig über der des Vorjahres: Insgesamt 23,3 Mio. Personen – das sind 34% der deutschen Bevölkerung – haben im Jahr 2013 Geld gespendet. Im „Tsunami-Jahr“ 2005 haben dagegen noch 51% der Deutschen gespendet. Dass die Spendeneinnahmen dennoch auf Rekordniveau klettern konnten, ist auf eine deutliche Steigerung der durchschnittlichen Spendenhöhe von €29 auf 33 zurückzuführen
- Jüngere Menschen zeigen ihr Engagement stärker und zunehmend in Form einer Zeitspende

2

3

Kernergebnisse zum Spendenverhalten 2013 (2/2)

1

2 Spendenanstoß und Spendenzweck

- Regelmäßige Spenden nehmen zu. Der persönlich adressierte Brief und die Kollekte verlieren an Bedeutung
- Die Katastrophenhilfe kann deutliche Zuwächse verbuchen. Das geht vor allem zu Lasten der Kinder- und Jugendhilfe
- Die Spenden für Katastrophen wurden vor allem durch die Medien angestoßen

3 Einflussfaktoren

- Für die Flut in Deutschland wurden €265 Mio. gespendet
- Das Spendenvolumen für Katastrophenhilfe lag im November/Dezember 2013 (Taifun Haiyan) €251 Mio. über dem des Vorjahreszeitraums
- Die Spenden für die Katastrophenhilfe im November und Dezember wurden zu etwa 60% durch neue Spender bzw. Mehreinnahmen bei bestehenden Spendern generiert. Rund 40% gingen zu Lasten anderer Spendenzwecke (z.B. Kinder- und Jugendhilfe, Natur-/Tierschutz oder religiöse Zwecke)
- Die katholische Kirche und ihre Organisationen verzeichneten rückläufige Spendeneinnahmen

Agenda

1 Methodik GfK CharityScope

2 Bilanz des Helfens 2014

2.1 Eckdaten zum Spendenverhalten

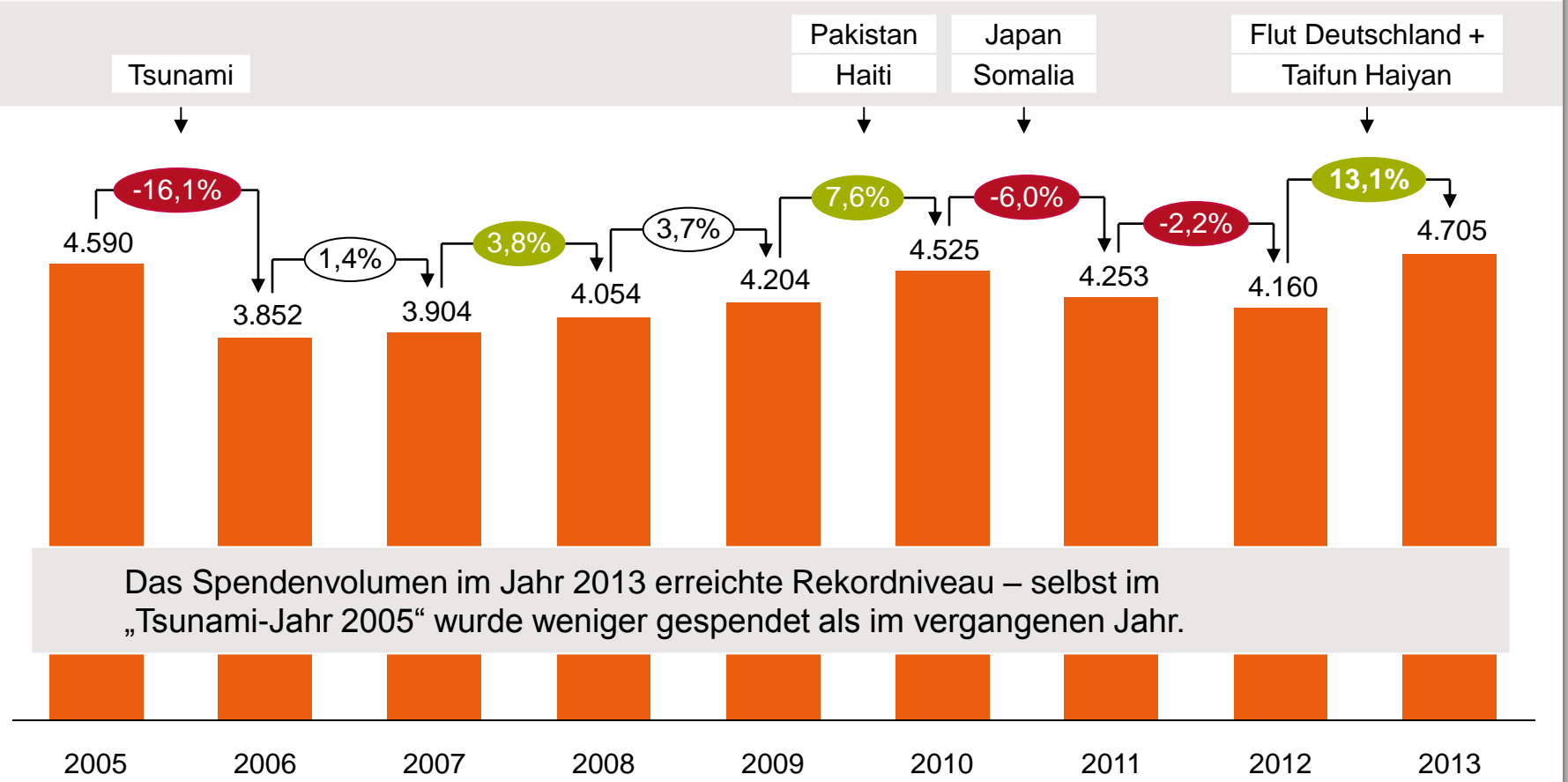
2.2 Spendenanstoß und Spendenzweck

2.3 Spendenjahr 2013: Einflussfaktoren

Das Spendenvolumen erreichte im Jahr 2013 mit €4,7 Mrd. Rekordniveau

Gesamtmarkt Spendeneinnahmen von privat
(Jahr 2013, in Mio. €)

Veränderungsrate in %



Das Spendenvolumen im Jahr 2013 erreichte Rekordniveau – selbst im „Tsunami-Jahr 2005“ wurde weniger gespendet als im vergangenen Jahr.

In acht von zwölf Monaten lag das Spendenvolumen über dem des Vorjahres – am deutlichsten im Juni und November

Spenden im Monatsverlauf

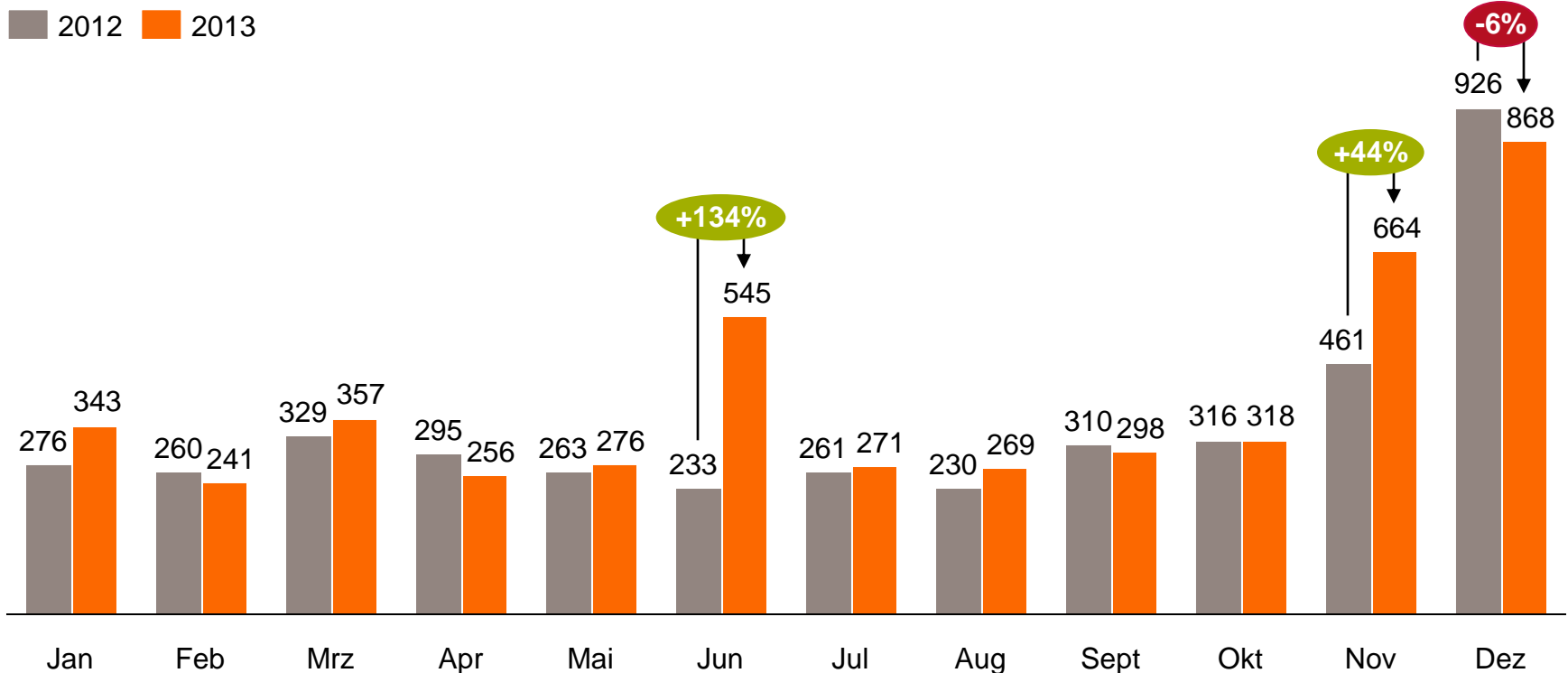
(Einnahmen in Mio. €)

Im Jahr 2013 lag das Spendenvolumen um +13,1% über dem Vorjahr

Flut Deutschland

Haiyan

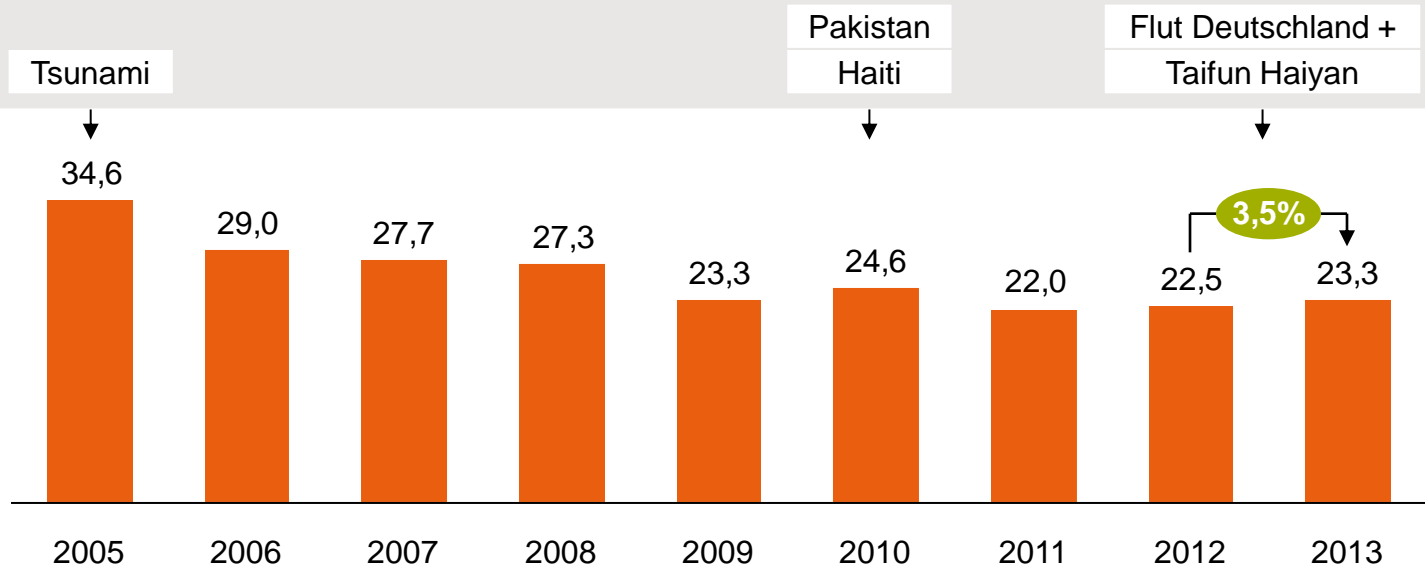
2012 2013



Die Anzahl der Spender liegt nur geringfügig über der des Vorjahres – die Durchschnittsspende stieg deutlich auf €33

Entwicklung von Spenderzahlen und Spendenhäufigkeit

Anzahl Spender im Jahr 2013 in Mio.

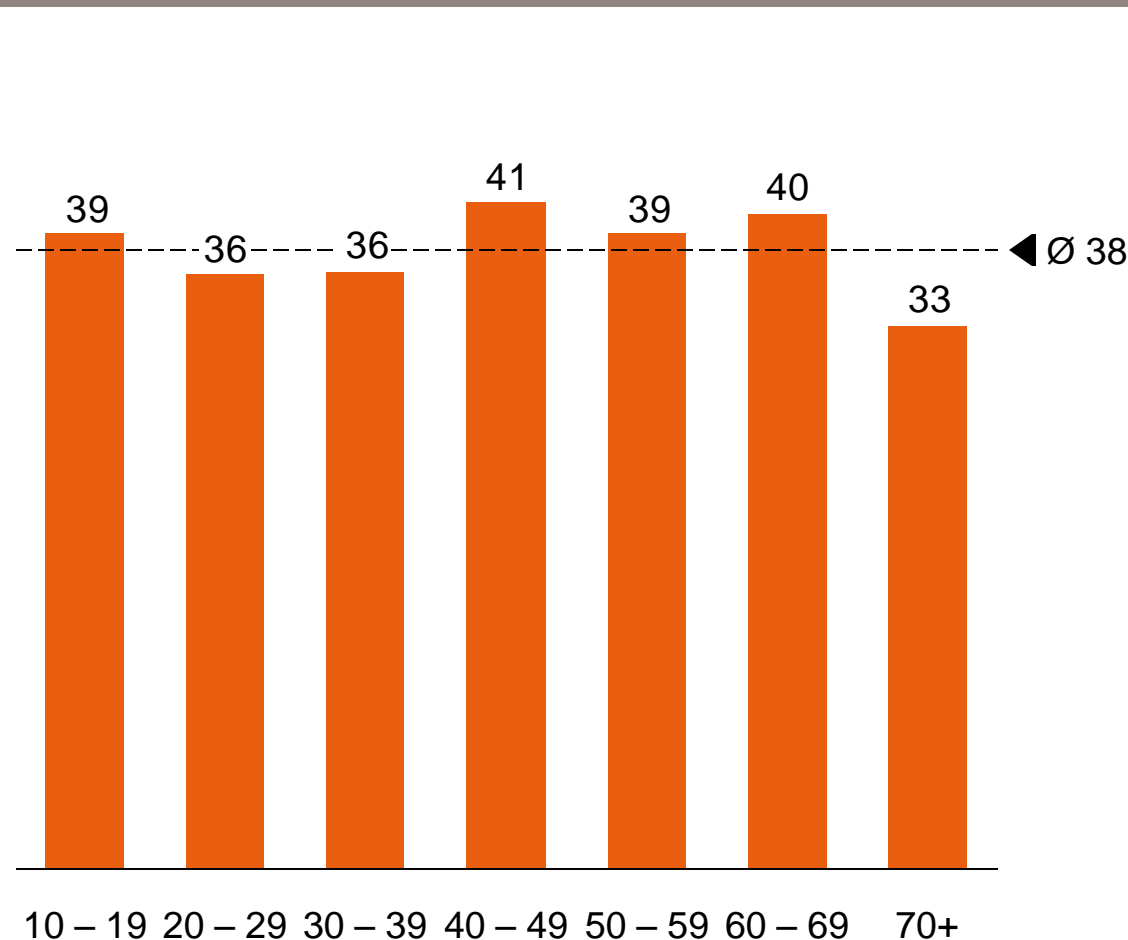


Anteil Spender an der Bevölkerung in %	50,9	42,6	40,6	40,1	34,3	36,1	32,4	33,2	34,3
Spendenhäufigkeit pro Spender	4,3	5,0	5,1	5,4	6,3	6,3	6,7	6,5	6,2
Durchschnittsspende pro Spendenakt in €	31,0	27,0	28,0	28,0	29,0	29,0	29,0	29,0	33,0

Jüngere Menschen zeigen ihr Engagement stärker und zunehmend in Form einer Zeitspende

Ehrenamtliche Tätigkeit im Jahr 2013

(Anteile in der jeweiligen Altersgruppe in %)



Veränderungen vs. Jahr 2012

- Der Anteil der im Ehrenamt Engagierten in der Bevölkerung ist im Jahr 2013 um einen Prozentpunkt gestiegen
- Bei unter 40-Jährigen stieg der Anteil ehrenamtlich Tätiger um drei Prozentpunkte auf 37%
- Bei über 40-Jährigen blieb der Anteil der „Zeitspender“ auf Vorjahresniveau bei 38%

Agenda

1 Methodik GfK CharityScope

2 Bilanz des Helfens 2014

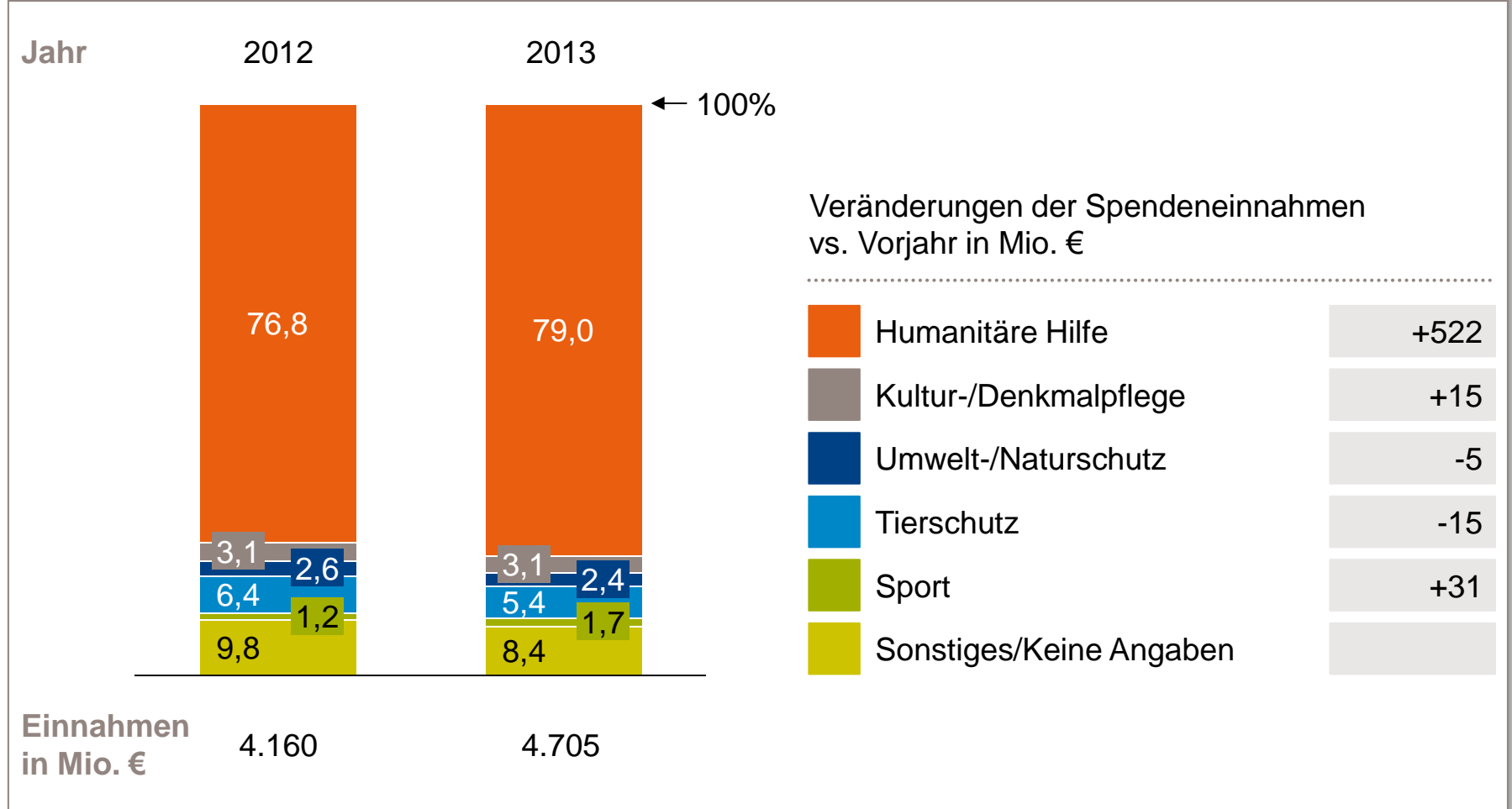
2.1 Eckdaten zum Spendenverhalten

2.2 Spendenanstoß und Spendenzweck

2.3 Spendenjahr 2013: Einflussfaktoren

Durch die Katastrophen gewann im Jahr 2013 die humanitäre Hilfe an Bedeutung

Spendenzwecke¹: Selbsteinschätzung der Befragten (Anteile an den Einnahmen in %)

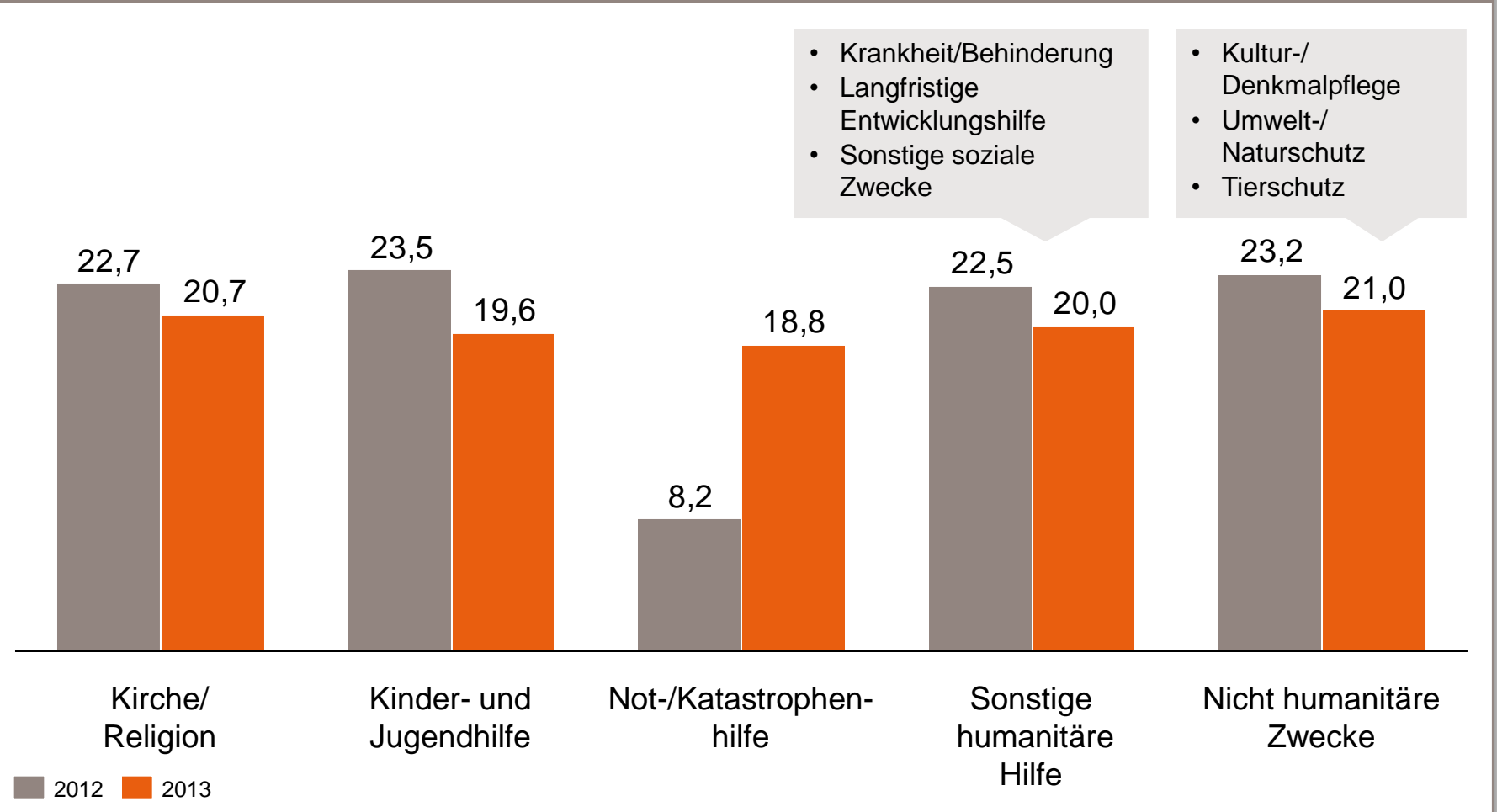


¹ Neue Klassifizierung der Spendenzwecke anhand der Angaben der Spender – nicht vergleichbar mit den Daten aus den Vorjahren
GfK Charity Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen

Die Katastrophenhilfe hat durch die Flut in Deutschland und den Taifun Haiyan an Bedeutung gewonnen

Spendenzwecke¹ nach Selbsteinschätzung der Spender

(Anteile an den Einnahmen in %)



¹ Neue Klassifizierung der Spendenzwecke anhand der Angaben der Spender – nicht vergleichbar mit den Daten aus den Vorjahren
GfK Charity Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen

Wer spendet wieviel?

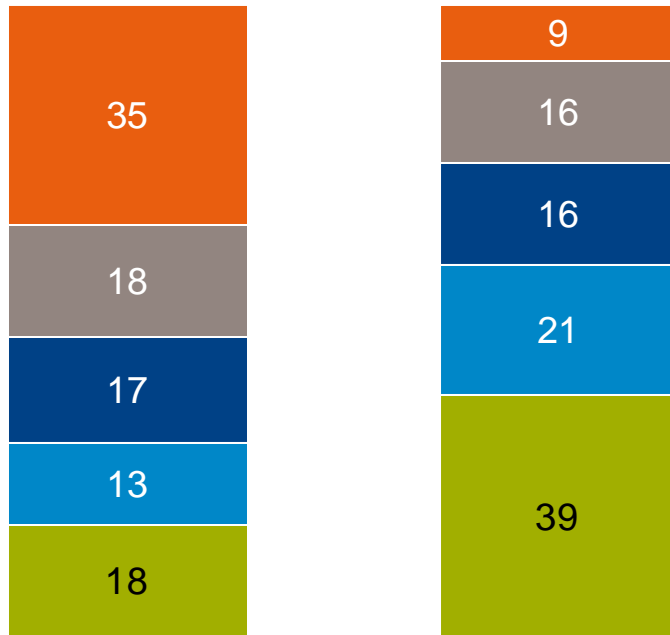
Anteile der Altersgruppen an den Spendeneinnahmen

(Anteile an den Spendeneinnahmen in %)

Anteile an den Spendeneinnahmen

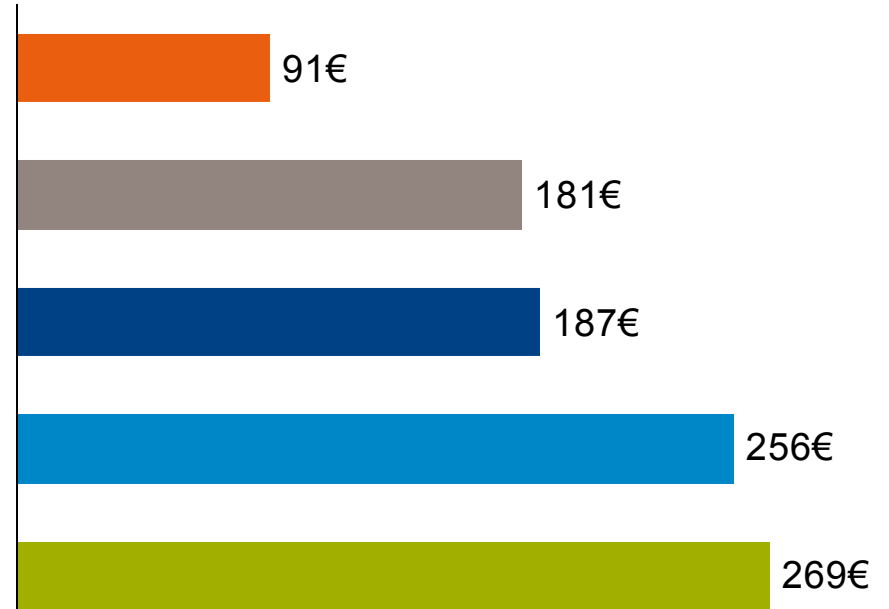
Bevölkerung
ab 10 Jahre

Alle Spenden
Jahr 2013



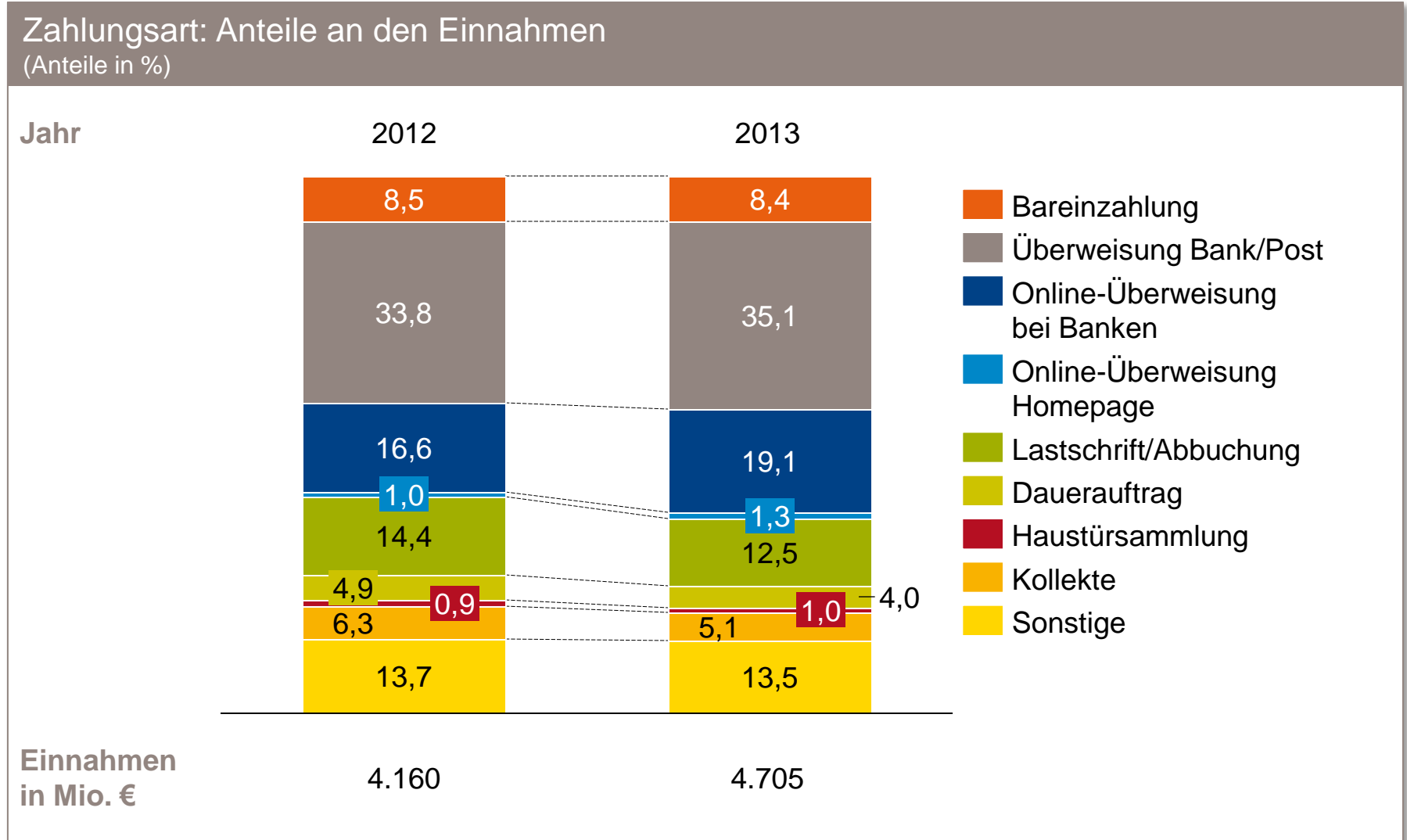
Ø-Spendenvolumen pro Spendergruppe

Spender 2013



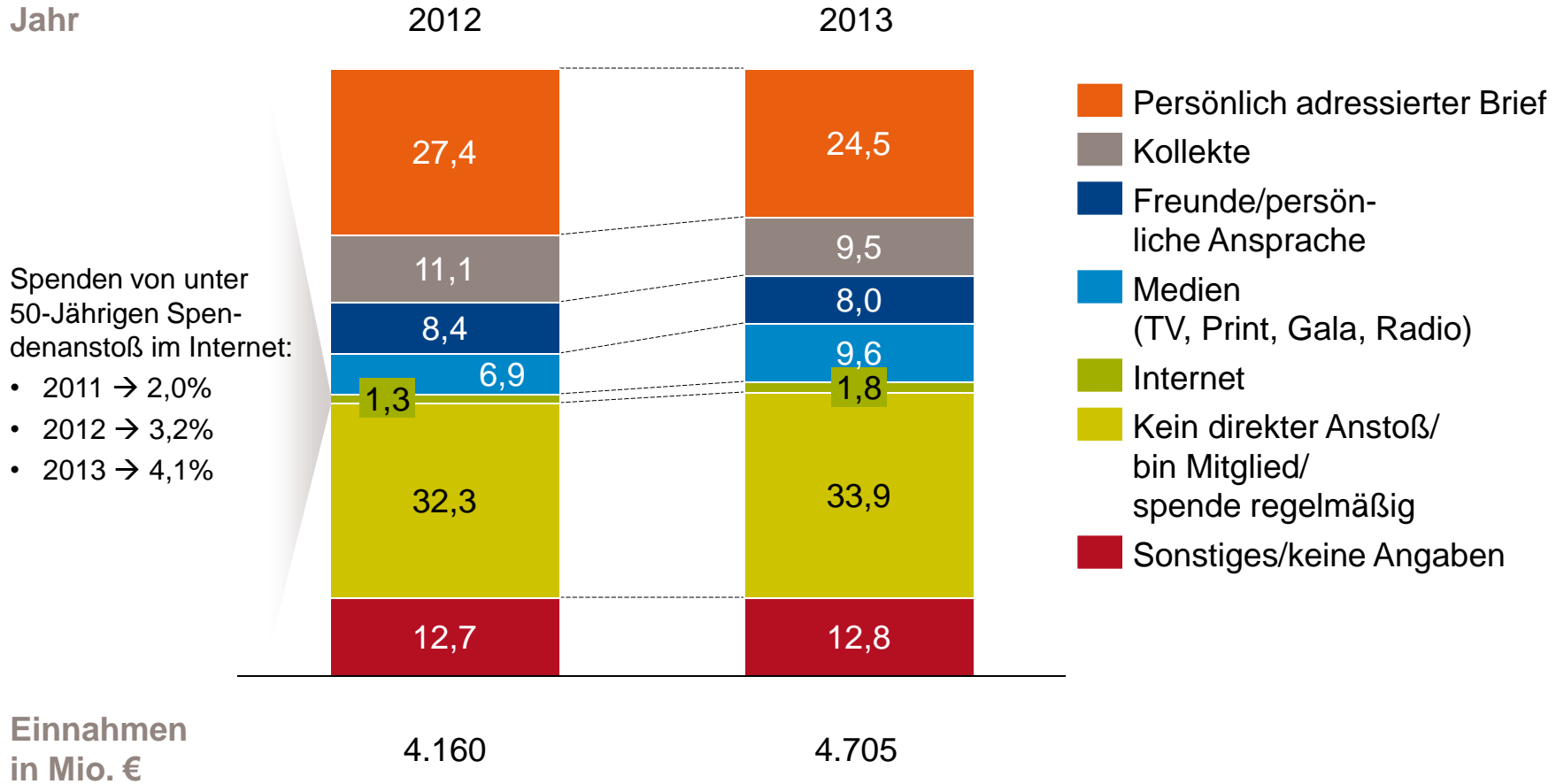
■ Bis 39 Jahre
 ■ 40 – 49 Jahre
 ■ 50 – 59 Jahre
 ■ 60 – 69 Jahre
 ■ 70+ Jahre

Rund 54% der Spendeneinnahmen über (Online-) Banküberweisung – mit steigender Bedeutung



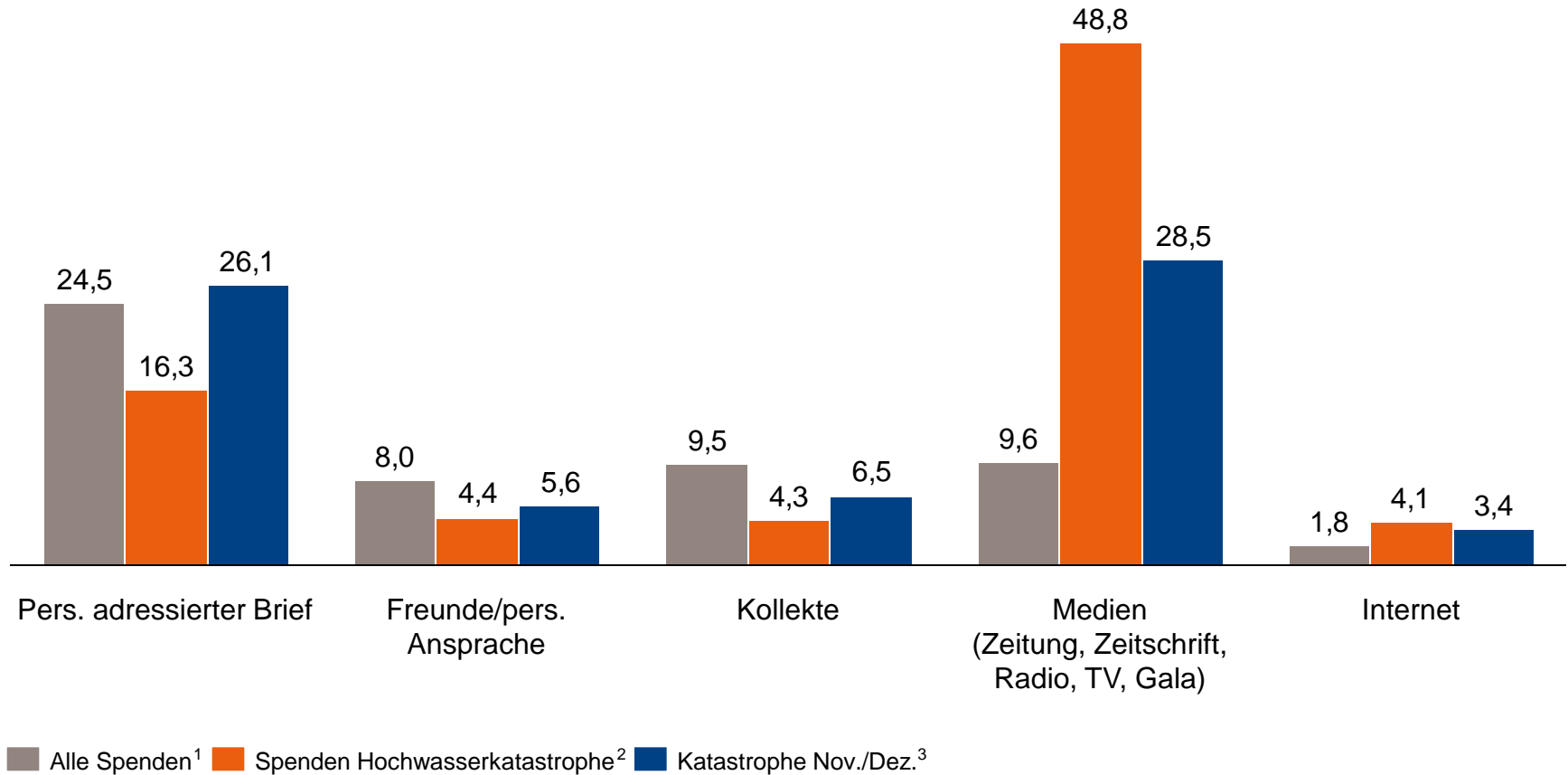
Medien und Internet haben als Anstoß für die Spende an Bedeutung gewonnen

Was hat den Anstoß zur Spende gegeben?
(Einnahmen, Anteile in %)



Spenden für die Katastrophen des Jahres 2013 wurden überdurchschnittlich über die Medien initiiert

Zugangswege bei Spenden für die Katastrophen 2013
(Anteile an den Spendeneinnahmen in %)



¹ Differenz zu 100%: andere Zugangswege, keine Angaben zu den Zugangswegen
² Definition „Spenden für die Hochwasserkatastrophe nationale oder lokale Projekte + Katastrophenhilfe
³ Definition: Spenden für Katastrophenhilfe November/Dezember 2013
 GfK Charity Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen

Agenda

1 Methodik GfK CharityScope

2 Bilanz des Helfens 2014

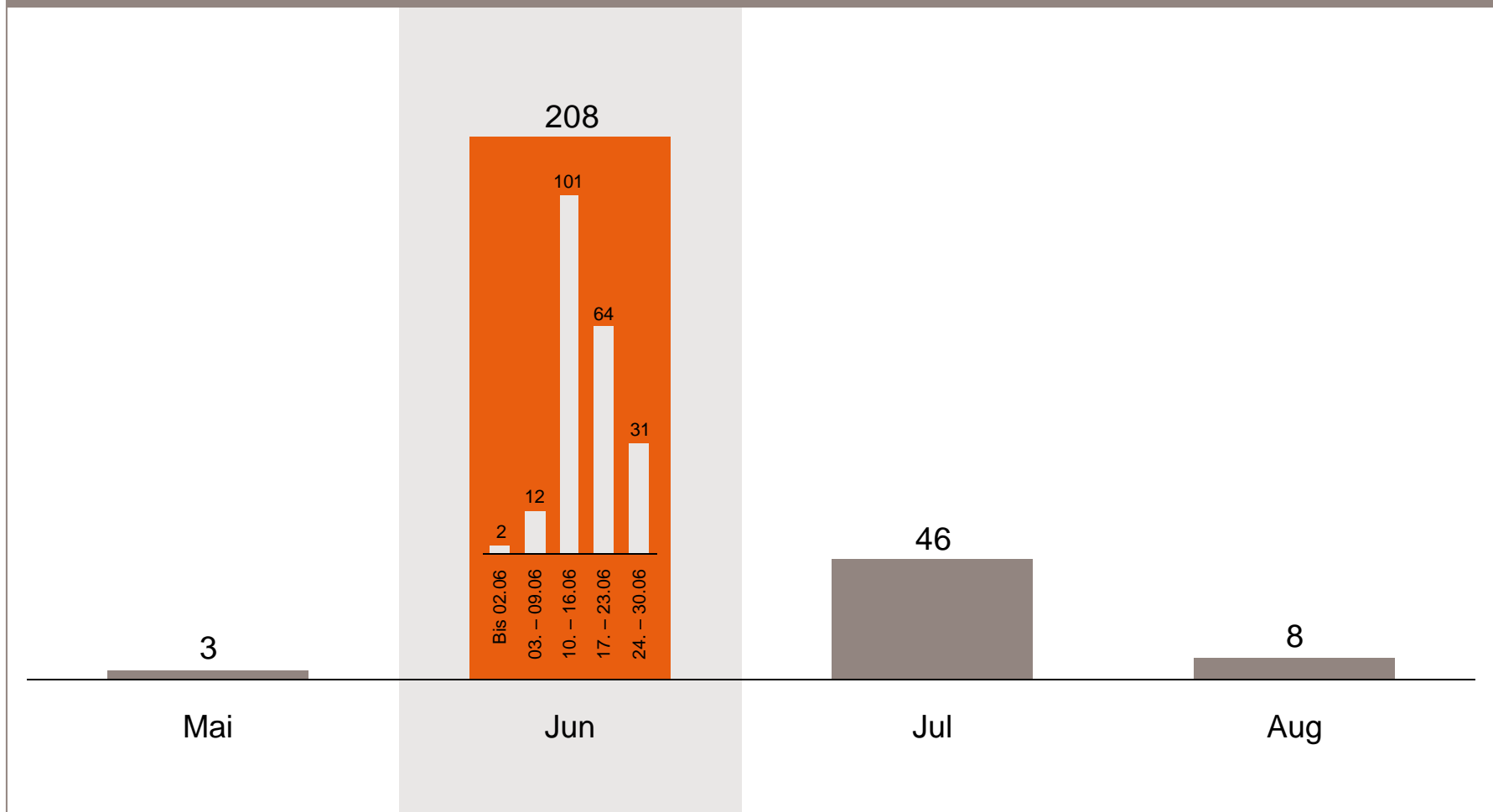
2.1 Eckdaten zum Spendenverhalten

2.2 Spendenanstoß und Spendenzweck

2.3 Spendenjahr 2013: Einflussfaktoren

€265 Mio. wurden direkt für die Flut in Deutschland gespendet, davon allein im Juni 2013 €208 Mio.

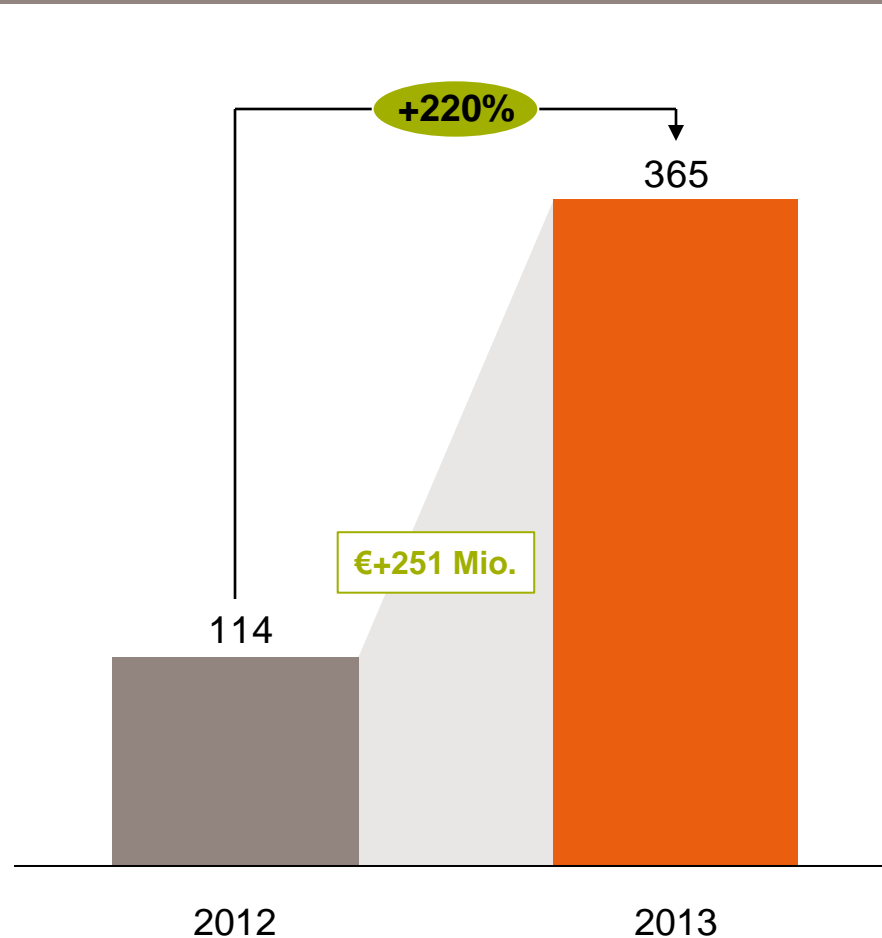
Spenden für die Hochwasserkatastrophe¹ in Deutschland
(Einnahmen in Mio. €)



¹ Definition „Spenden für die Hochwasserkatastrophe nationale oder lokale Projekte + Katastrophenhilfe
GfK Charity Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen

Im November/Dezember wurden €251 Mio. mehr für Katastrophenhilfe gespendet als im Vorjahreszeitraum

Spenden für Katastrophenhilfe¹ im November/Dezember (Einnahmen in Mio. €)



Spenden für Katastrophenhilfe November/Dezember 2013

€+251 Mio. vs. Nov./Dez. 2012

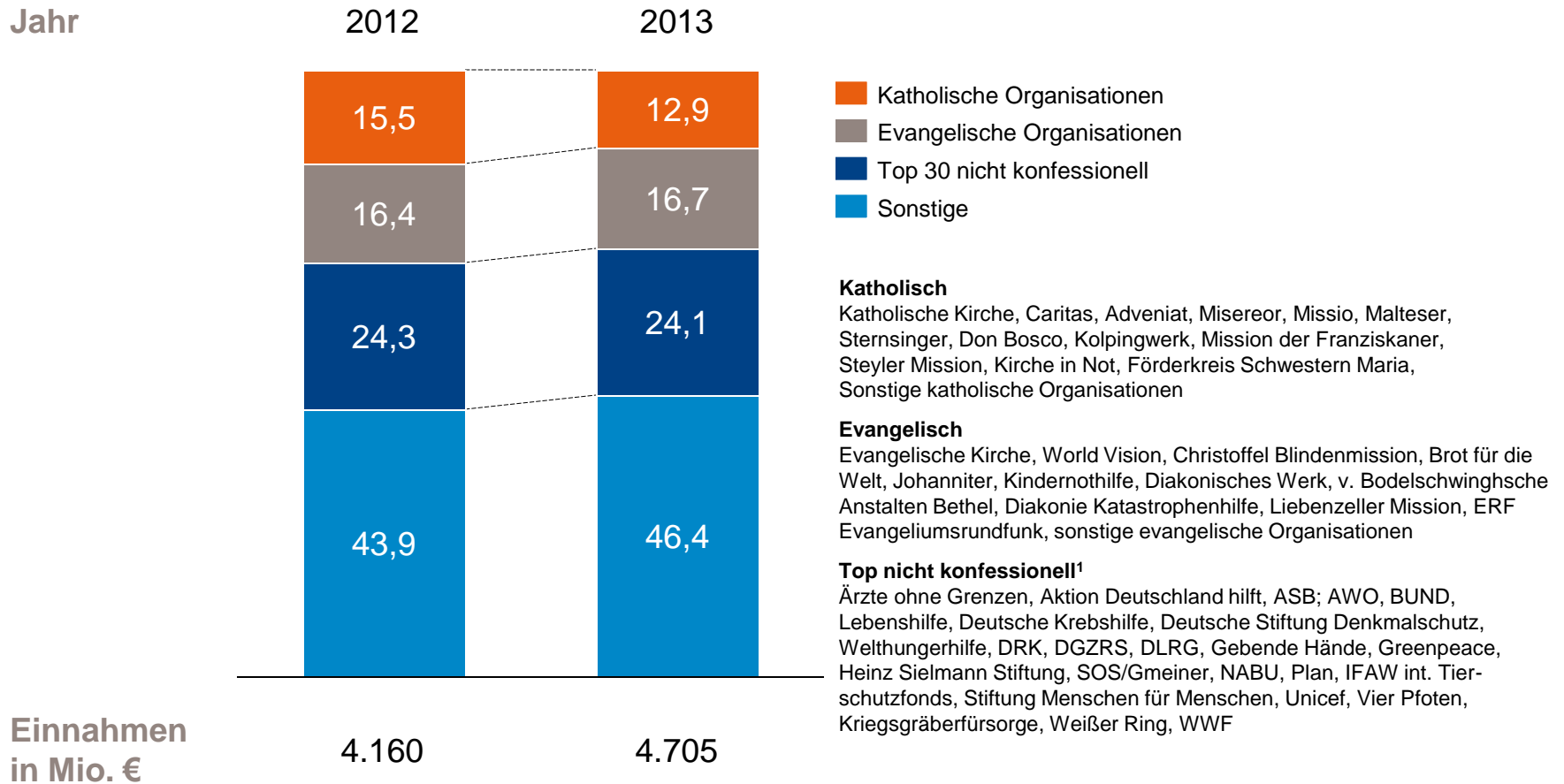
€+155 Mio. durch neue Spender
oder höhere Spenden
bestehender Spender

€+ 95 Mio. durch Verschiebungen
zwischen den Spenden-
zwecken, das heißt Verluste
für andere Spendenzwecke

¹ Definition: Spenden für Katastrophenhilfe November/Dezember 2013
GfK Charity Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen

Die katholische Kirche und ihre Organisationen verzeichneten rückläufige Spendeneinnahmen

Organisationstypen: Anteile an den Einnahmen (Anteile in %)



¹ Top 30 nicht konfessionelle Organisationen entsprechend dem in GfK CharityScope gemessenen Spendenvolumen
GfK Charity Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen


Ihre Ansprechpartner




Daniela Felser 

Geschäftsführerin

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



Gertrud Bohrer 

Key Account Manager
Consumer Panels

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