DEVELOPMENT ENGAGEMENT LAB

Research and insights for development communications

# SPENDENBEREITSCHAFT FÜR INTERNATIONALE ENTWICKLUNGSHILFEORGANISATIONEN:

## ERGEBNISSE EINER UMFRAGESTUDIE UM POTENTIELLE SPENDER ZU GEWINNEN, FRÜHERE SPENDER ZURÜCKZUGEWINNEN UND AKTUELLE SPENDER ZU MOTIVIEREN

**Dr. Steffen de Sombre**

**2 Februar 2020**

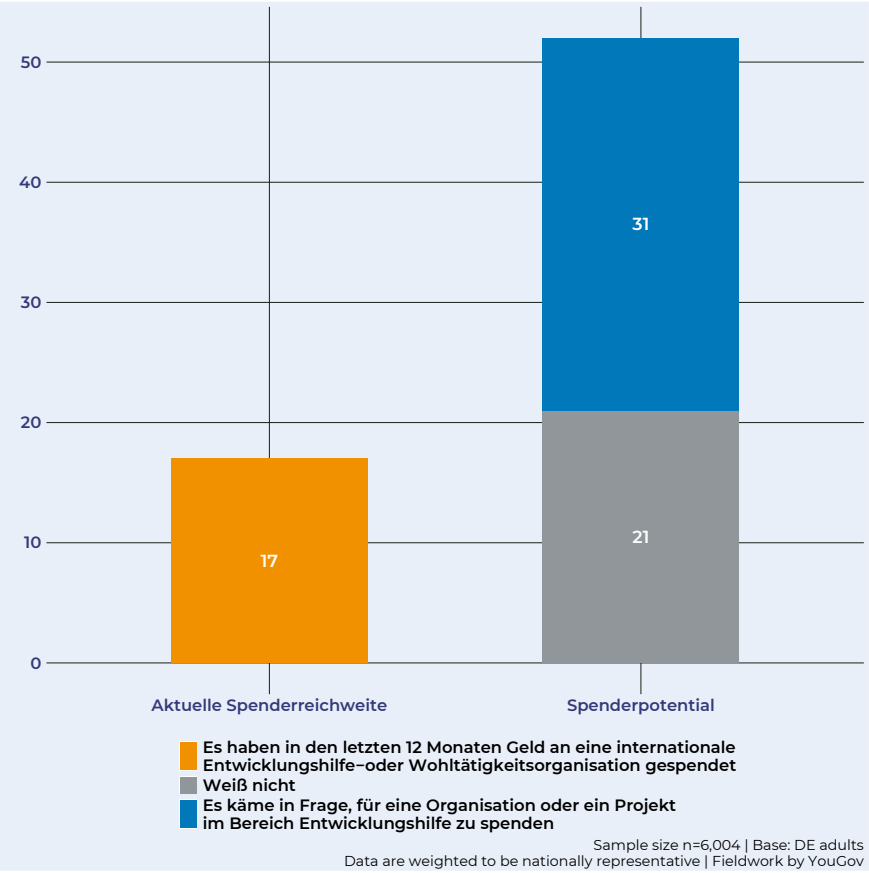
*Das vorliegende "DEL In Brief Nr. 2" beschäftigt sich mit potentiellen Spendern in Deutschland für Organisationen im Bereich Entwicklungszusammenarbeit. Die Anzahl der Spender für diesen Zweck ist in Deutschland in den letzten sechs Jahren kontinuierlich zurückgegangen. Um diesen Trend umzukehren und die Spendeneinnahmen von Organisationen zu stabilisieren, sollten potentielle (Neu-)Spender gewonnen, Altspender reaktiviert und Anreize für regelmäßige Spenden geschaffen werden. Die vorliegenden Ergebnisse wollen dazu einen Beitrag leisten.*

Der Anteil der Bevölkerung in Deutschland, der innerhalb von 12 Monaten an eine internationale Entwicklungshilfe- oder Wohltätigkeitsorganisation spendet, ist in Deutschland in den letzten 6 Jahren kontinuierlich zurückgegangen. Ähnliche Rückgänge der Spenderreichweite sind auch in Großbritannien und den USA zu verzeichnen. Aktuell spenden in Deutschland 17 Prozent der Bevölkerung für die Bekämpfung globaler Armut. Im Vergleich zu den derzeitigen Spendern, ist die Gruppe der potentiellen Spender deutlich größer: Für 31 Prozent der Bevölkerung käme eine Spende für ein Projekt oder eine Organisation im Bereich Entwicklungshilfe in Frage Grafik 1), überdurchschnittlich häufig für 18- bis 29-Jährige (37 Prozent), höher Gebildete (43 Prozent) und Personen aus Haushalten mit hohem Einkommen (39 Prozent), aber auch für Frauen tendenziell häufiger als für Männer (33 Prozent gegenüber 29 Prozent).

wwAm häufigsten haben Personen in den letzten 12 Monaten nicht für Entwicklungszusammenarbeit gespendet, weil sie selbst nicht über so viel Geld verfügen (40 Prozent). Befürchtungen, dass ein erheblicher Teil des Geldes in den Taschen korrupter Politiker und Beamter landet (28 Prozent), die Überzeugung, dass Hilfsorganisationen zu viel Geld für die Verwaltung ausgeben (19 Prozent), und generell fehlendes Vertrauen in internationale Entwicklungshilfeorganisationen (18 Prozent), waren weitere häufig genannte Gründe, aus denen nicht gespendet wurde.

Um jenseits dieser generellen Befunde Hinweise zur Ansprache möglicher Spender zu gewinnen, ist es sinnvoll, verschiedene Gruppen von Nicht-Spendern zu unterscheiden. Entlang der Spendenbereitschaft und dem früheren Spendenverhalten lassen sich drei Potentialgruppen identifizieren:

## GRAFIK 1: SPENDERPOTENTIALE DEUTLICH GRÖSSER ALS DIE AKTUELLE SPENDERREICHWEITE




• Potentielle Neuspender (7 Prozent der Bevölkerung) – Personen, für die eine Spende in Frage kommt, die aber noch nie gespendet haben

• Altspender (10 Prozent der Bevölkerung) – Personen, für die eine Spende in Frage kommt und die früher einmal gespendet haben, aber nicht mehr in den letzten 12 Monaten

• Verlorene Spender (10 Prozent der Bevölkerung) – Personen, die schon einmal gespendet haben, für die das aber derzeit nicht in Frage kommt

### SPENDERPOTENTIALE

Potentielle Neuspender bieten bisher nicht erschlossene Potentiale für Organisationen im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit: Überdurchschnittlich groß sind die **Neuspenderpotentiale** dabei in der Gruppe der unter 30-Jährigen, in höheren Bildungsschichten und tendenziell unter Frauen. Während die Gruppe der Nicht-Spender insgesamt vor allem von Befürchtungen vom Spenden abgehalten werden, dass Mittel in den Taschen korrupter Beamter oder Politiker landen oder in hohem Maße für die Verwaltung ausgegeben werden, und sie Entwicklungs-hilfeorganisationen generell wenig vertrauen, spielen für potentielle Neuspender Informationsdefizite, also Unklarheiten darüber, wofür genau die Spende verwendet würde (15 Prozent), und darüber, wo die Spende am dringendsten gebraucht würde (12 Prozent) eine überdurchschnittlich große Rolle (Grafik 2). Für potentielle Neuspender unter 30 Jahren trifft das in besonderer Weise zu.

**ALTSPENDER**, also Personen, die früher mal gespendet haben – wenn auch nicht in den letzten 12 Monaten –, und die es in Erwägung ziehen, zukünftig wieder zu spenden, finden sich überdurchschnittlich häufig unter höher Gebildeten und unter Personen aus Haushalten mit hohem Einkommen. Die Unterschiede zwischen Männern und Frauen sowie zwischen den verschiedenen Altersgruppen sind dagegen gering. Für Altspender sind – wie für die Bevölkerung insgesamt – die wichtigsten Gründe, warum sie in den letzten 12 Monaten nicht gespendet haben, geringe eigene Mittel sowie Befürchtungen, dass Mittel in den Taschen korrupter Beamter oder Politiker landen oder in hohem Maße für die Verwaltung ausgegeben werden. Geringes generelles Vertrauen in Entwicklungshilfeorganisationen spielt dagegen nur eine untergeordnete Rolle. Überdurchschnittlich wichtig sind dagegen andere Prioritätensetzungen, also dass es für sie wichtiger ist, für andere Bereiche zu spenden, oder dass sie bereits an anderen Projekten beteiligt sind bzw. auf andere Weise ihren Beitrag leisten (jeweils 11 Prozent).

**VERLORENE SPENDER**, d.h. Personen, die früher mal gespendet haben, aber nicht in den letzten 12 Monaten und für die eine Spende derzeit auch nicht in Frage käme, haben überdurchschnittlich häufig Zweifel an der Wirksamkeit von Entwicklungs-zusammenarbeit und den Wirkmöglichkeiten von NGOs. Sie haben im Vergleich

zum Rest der Bevölkerung überdurchschnittlich häufig kein Vertrauen in internationale Entwicklungshilfeorganisationen und berichten überdurchschnittlich häufig davon, bereits schlechte Erfahrungen mit Spenden gemacht oder davon gehört zu haben.

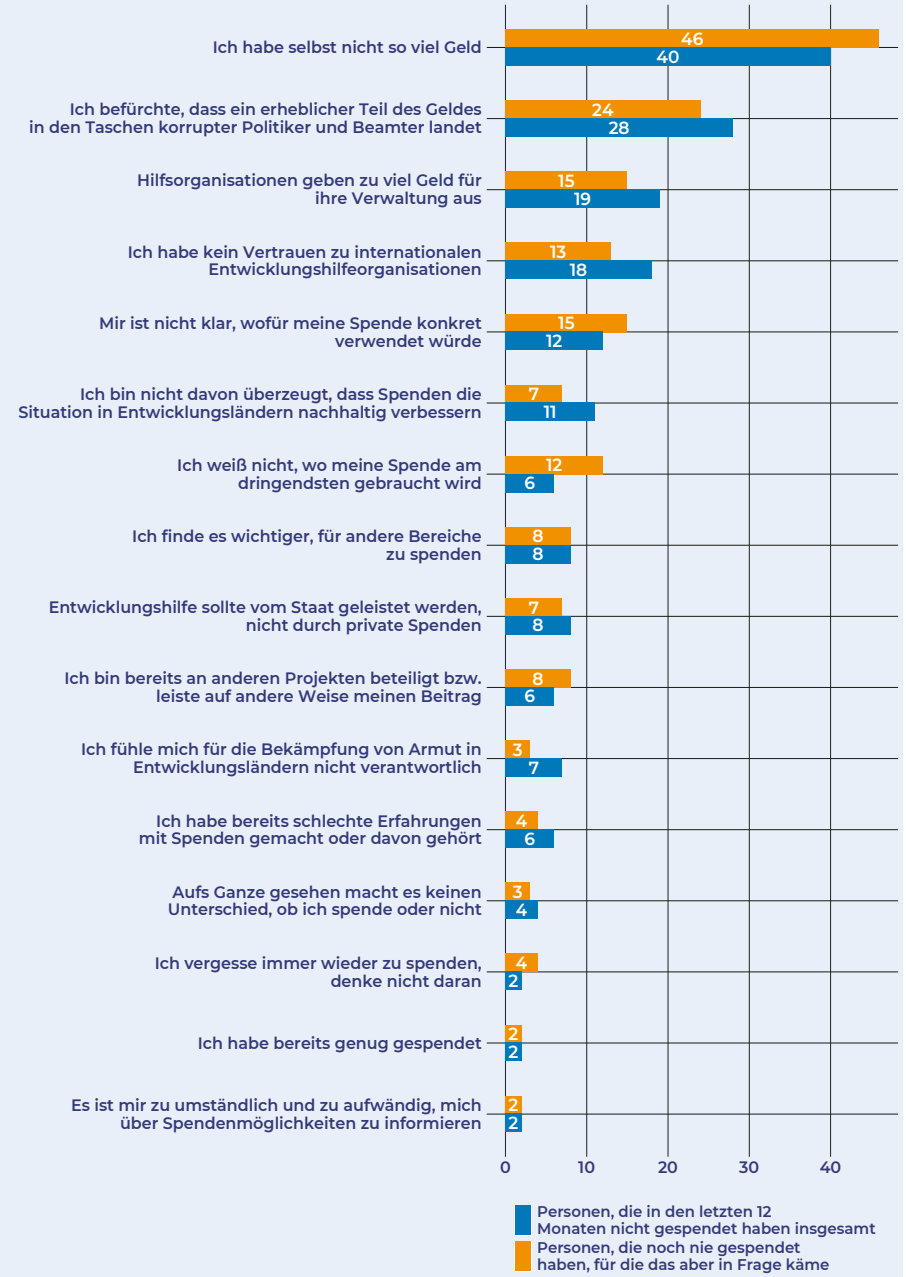
## SPENDER BINDEN: VERSTETIGUNG VON SPENDEN UND SPENDER INFORMIEREN

Für Organisationen kommt es aber nicht nur darauf an, die Zahl der Spender zu erhöhen, sondern ebenso darauf, Spender zu binden und sie zu regelmäßigen Spende zu bewegen. Zur Verstetigung des Spendenaufkommens würde eine Erhöhung des Anteils der Spender beitragen, die per Dauerauftrag oder Einzugsermächtigung spenden, auch wenn dies schon der derzeit mit Abstand häufigste Weg ist, auf dem gespendet wird (25 Prozent der Spender in den letzten 12 Monaten). Für ein Drittel der potentiellen Spender käme es in Frage auf diese Weise zu spenden, überdurchschnittlich häufig für 18- bis 29-Jährige (47 Prozent). Tatsächlich nutzen 18- bis 29-Jährige Spender diesen Weg aber nur unterdurchschnittlich häufig (19 Prozent).

Als Hauptgründe gegen die Erteilung eines Dauerauftrags oder einer Einzugsermächtigung wird von potentiellen Spendern ins Feld geführt wird, dass sie jedes Mal neu über eine Spende entscheiden möchten (65 Prozent), dass sie keine dauerhaften finanziellen Verpflichtungen eingehen (51 Prozent) oder nicht an eine bestimmte Organisation gebunden sein möchten (43 Prozent). Grundlegende Einwände, dass sie z.B. ihre Kontodaten nicht preisgegeben möchten (28 Prozent) oder dass sie generell nicht möchten, dass automatisch Geld vom Konto abgebucht wird (31 Prozent), spielen nur eine nachgeordnete Rolle.

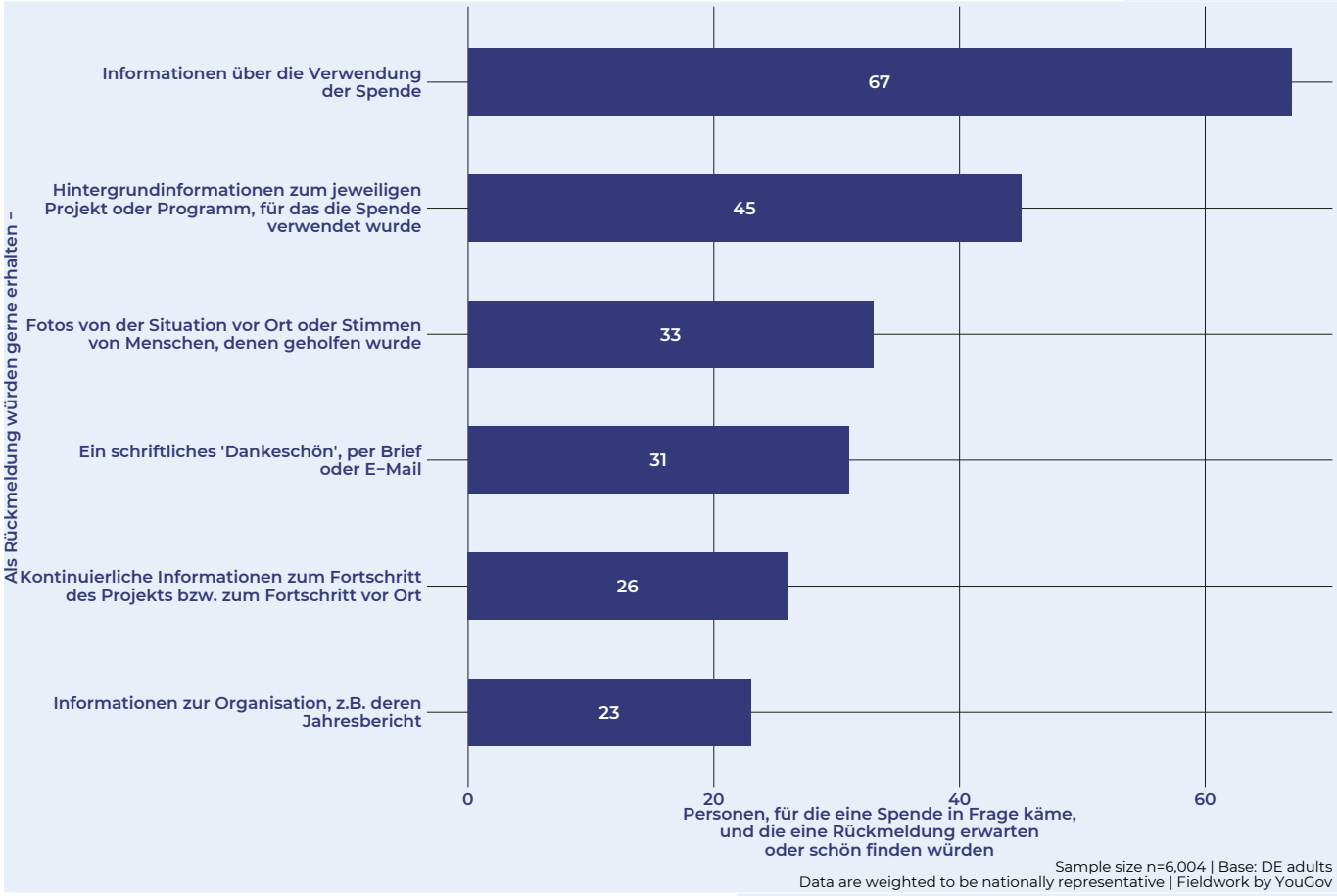
Um Spender zu binden, sollten Spendenorganisationen auch Sorgen im Hinblick auf die Wirksamkeit und die Verwendung gespendeter Gelder adressieren. Generell würde sich eine deutliche Mehrheit der potentiellen Spender im Nachgang einer Spende eine Rückmeldung wünschen (51 Prozent), oder sogar ausdrücklich erwarten (27 Prozent). Mit Abstand am häufigsten wären dabei Informationen über die Verwendung der Spende erwünscht (67 Prozent),

**GRAFIK 2:** GRUNDE, AUS DENEN POTENTIELLE SPENDER BISLANG NICHT GESPENDET HABEN




Sample size n=6,004 | Base: DE adults
Data are weighted to be nationally representative | Fieldwork by YouGov

## GRAFIK 3: WUNSCH NACH INFORMATION ÜBER VERWENDUNG DER SPENDE




Hintergrundinformationen zum Projekt oder Programm, in dessen Rahmen die Spende verwendet wurde (45 Prozent). Im Vergleich am wenigsten häufig werden dagegen Informationen zur Organisation, also z.B. deren Jahresbericht gewünscht (23 Prozent, Grafik 3).

Vor ihrer Spende hat sich nur jeder dritte Spender der letzten 12 Monate eingehend über die jeweilige Organisation bzw. das jeweilige Projekt informiert, weitere 47 Prozent haben sich kurz informiert. In deutlich überdurchschnittlichem Anteil haben sich Spender ab 60 Jahre eingehend informiert (42 Prozent).

Auf der einen Seite wünschen sich Spender also Informationen über die Verwendung der Spende und Hintergrundinformationen zum Projekt, in dessen Rahmen die Spende verwendet wurde, auf der anderen Seite sind Informationsdefizite auch für potentielle Neuspender einer der Hauptgründe, aus denen sie nicht gespendet haben. Organisationen, die ihren (potentiellen) Spendern mehr konkrete Informationen darüber geben, wie Spendengelder verwendet werden, könnten auf diesem Weg deshalb sowohl derzeitige Spender binden, als auch neue Unterstützer gewinnen.

**BASIS DER ANALYSEN:**

Die Befragung für das Herbst-Panel des Development Engagement Lab wurde Ende September/Anfang Oktober 2019 von YouGov durchgeführt. Die Analyse stützt sich auf 6.004 Online-Interviews mit der deutschen Bevölkerung ab 18 Jahre.

You can find out more information about DEL research at
**developmentcompass.org**

by following us on Twitter
**@DevEngageLab**

or by contacting
**del@ucl.ac.uk**

This brief is brought to you by the Development Engagement Lab (DEL) based at UCL and University of Birmingham. DEL is funded by the Bill & Melinda Gates Foundation. The views expressed in this publication are the authors' alone and are not necessarily the views of the Gates Foundation, UCL, University of Birmingham or partner organisations.

© Copyright Development Engagement Lab 2018-2023. London: University College London and University of Birmingham.

UCL

UNIVERSITY OF BIRMINGHAM