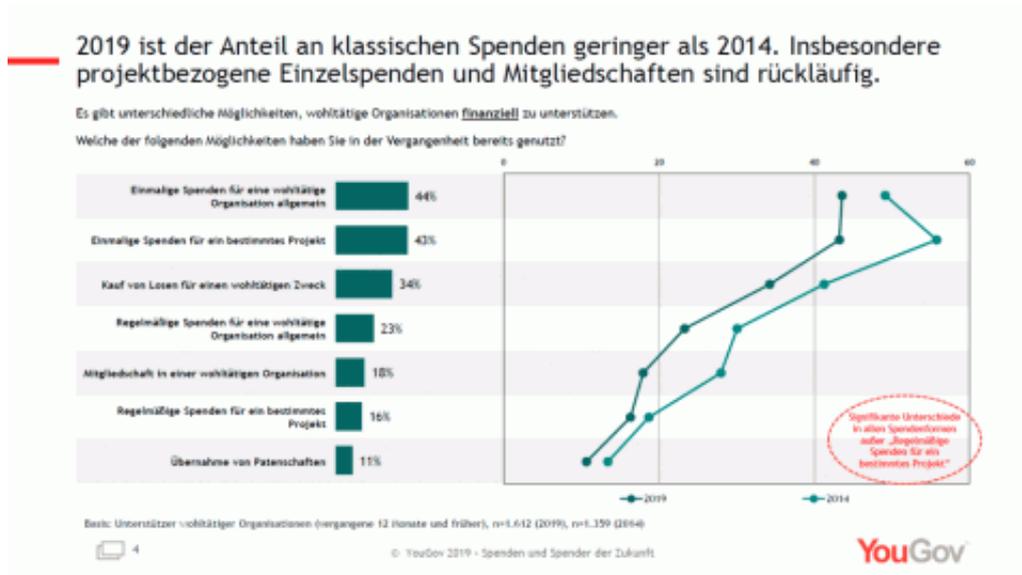


# AKADEMISCHES

## Spenden ist keine Pflicht mehr



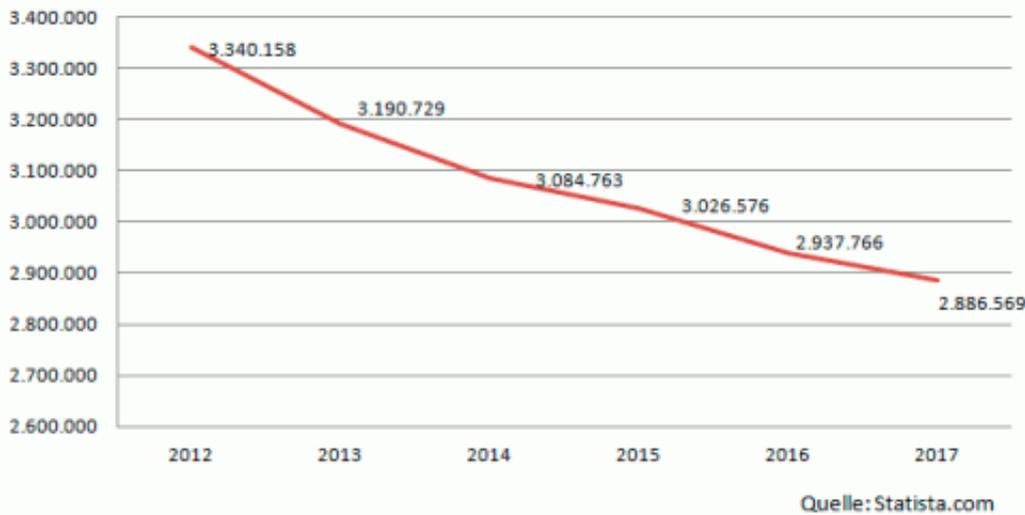
Die Bereitschaft zu spenden hat deutlich abgenommen.  
Bild: YouGov

**Das Umfrageportal YouGov widmet sich immer wieder dem Thema Spenden. In einer aktuellen Studie wird eine zunehmende Zurückhaltung beim Spenden gegenüber dem Jahr 2014 festgestellt. Wir haben die Studie näher unter die Lupe genommen.**

Viele Studien stellten in den letzten Jahren ein Sinken der Spenderzahlen und damit auch weniger Spendenbereitschaft fest. Die Studie „Spenden und Spender der Zukunft“ der internationalen Data and Analytics Group YouGov macht da keine Ausnahme. Aktuell ist sich danach nur jeder sechste Deutsche (17 Prozent) sicher, in Zukunft eine wohltätige Organisation finanziell zu unterstützen. Fast die Hälfte (48 Prozent) ist bereit, vielleicht oder wahrscheinlich etwas zu spenden. Jeder Dritte (35 Prozent) hat nicht vor, künftig zu spenden.

Für diese Studie wurden 2.500 Personen ab 16 Jahren im April 2019 repräsentativ für die deutsche Bevölkerung befragt. Eine vergleichbare Studie wurde in Teilen bereits 2014 durchgeführt, weshalb stellenweise ein Vergleich möglich ist. Danach sank der Anteil finanzieller Unterstützer um fünf Prozentpunkte. Haben 2014 noch 49 Prozent angegeben, in der Vergangenheit bereits einmalige Spenden für wohltätige Organisationen getätigt zu haben, sind es heute nur noch 44 Prozent. Besonders deutlich wird dieser Negativtrend im Bereich der einmaligen Spenden für ein bestimmtes Projekt: Spendete hier 2014 noch etwas mehr als die Hälfte (56 Prozent) der Deutschen, sind es nur noch 43 Prozent. Auch andere Bereiche wie zum Beispiel der Kauf von Losen für einen wohltätigen Zweck oder die Mitgliedschaft in einer wohltätigen Organisation sind stark zurückgegangen. (siehe Grafik).

## Entwicklung der Anzahl der Fördermitglieder beim Deutschen Roten Kreuz



Das Deutsche Rote

Kreuz verzeichnet immer weniger Fördermitglieder.

Bild: Statista.com/Fundraiser-Magazin

### Weniger Fördermitglieder

Das deckt sich auch mit Zahlen zum Deutschen Roten Kreuz, die in den letzten Jahren kontinuierlich Fördermitglieder verloren, wie das Bild zeigt. 453.589 Fördermitglieder verlor die traditionsreiche Organisation zwischen 2012 und 2017. Ein alarmierender Trend. Die YouGov-Studie gibt allerdings darauf auch eine Antwort. Gerade jüngere Menschen sehen es heute nicht mehr als Pflicht an, solche Organisationen durch eine Spende zu unterstützen. Bei den Jüngeren (16 bis 34 Jahre) liegt das Pflichtbewusstsein zur Spende mit 34 Prozent deutlich niedriger als bei den über 54-Jährigen, die das noch mit 39 Prozent bejahen. Gleichzeitig zeigt sich aber auch, dass die Hauptspenderzielgruppe der Älteren im Gegensatz zu den Jüngeren wesentlich skeptischer gegenüber Spendenorganisationen ist.

### Mehr Vertrauen, wenig Erfahrung

Eine ähnliche Studie aus dem Jahr 2015 ergab, dass jüngere Menschen auch den Organisationen deutlich mehr Verwaltungskosten zugestehen. Nennt die Gruppe der 16- bis 33-Jährigen im Schnitt 20 Prozent als noch legitim, sind es bei den 50- bis 68-Jährigen nur 16 Prozent und bei den 69- bis 92-Jährigen noch knapp 14 Prozent, die eine Organisation für interne Zwecke verwenden sollte. Das kann ein Beweis für mehr Vertrauen aber auch für fehlende Erfahrung sein. Das sieht man auch daran, dass sich Jüngere deutlich schwerer tun, sich für eine Organisation zu entscheiden. Nur 34 Prozent der über 54-Jährigen gaben an, ähnliche Probleme zu haben, wohingegen sich fast die Hälfte der unter 34-Jährigen (47 %) damit schwer tun.

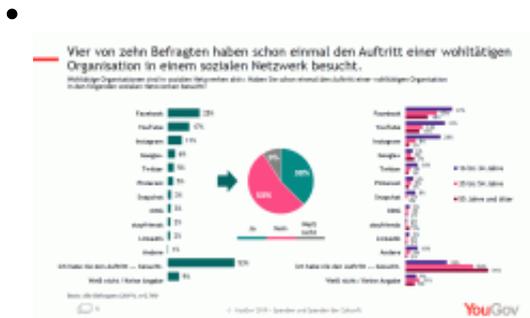
„Der Rückgang an Spendern zeigt, dass sich wohltätige Organisationen umso mehr bemühen müssen, die jeweiligen Zielgruppen zu erreichen“, sagt Martha Posthofen, Consultant Custom Political bei YouGov. Die Studie stellt auch fest, dass jüngere Menschen über gemeinnützige Organisationen viel mehr im Netz lesen als die Älteren, was nicht verwundert. „Jede Altersgruppe legt ein anderes Spendenverhalten an den Tag, und die Einstellungen gegenüber den einzelnen Organisationen unterscheiden sich teils deutlich. Hinzu kommen Interessen und Neigungen, wie etwa Tierschutz und Flüchtlings- oder Katastrophenhilfe, die eine Auswirkung auf die Spendenbereitschaft haben. Die zielgerichtete Ansprache der potentiellen Spender mit den richtigen Inhalten, aber auch den richtigen Spendenformen kann wichtige

# Überzeugungsarbeit leisten.”



Nur 17 Prozent der Deutschen wollen in Zukunft spenden.

Bild: YouGov



Jünger haben öfter über wohltätige Organisationen in sozialen Medien gelesen.

Bild: YouGov



Ältere empfinden spenden mehr als Pflicht.

Bild: YouGov

(Bilder: YouGov, Statista.com/Fundraiser-Magazin)

**Einen Kommentar schreiben**

