

„Wohin fließen die Spenden?“

Eine Analyse zur Verwendung von Spenden in
Deutschland

April 2009

Dr. Angela Ullrich
au@betterplace.org
+49 30 – 76 76 44 88 - 0

betterplace lab
Schlesische Str. 26
10997 Berlin

www.betterplace-lab.org

Inhaltsverzeichnis

Einleitung und Zielsetzung	3
Die Datenlage	3
Vorgehensweise.....	5
Volumen des Spendenmarktes.....	6
Kategorien für Tätigkeitsfelder	7
Ergebnisse hinsichtlich Organisationsgröße.....	8
Ergebnisse hinsichtlich der regionalen Tätigkeit.....	10
Zusammenfassung: die wichtigsten Thesen	11
Schlussfolgerung zur offenen Frage	13
Literatur	14

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Themenaufteilung bei verschiedenen Organisationsgrößen.....	9
Abbildung 2: Themenaufteilung bei verschiedenen Regionen	11
Abbildung 3: Organisationsgröße und regionaler Tätigkeitsbereich.....	12
Abbildung 4: Anteil des erfassten Marktes am Gesamtmarkt	13

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Überblick verschiedener Spendenmarktvolumina	6
Tabelle 2: Übersicht Kategorien.....	7
Tabelle 3: Aufteilung Gesamtmarkt nach Themen und Organisationsgröße	8
Tabelle 4: Aufteilung „erfasster Markt“ nach Themen und Organisationsgröße	9
Tabelle 5: Aufteilung „erfasster Markt“ nach Themen und Regionen	10

Einleitung und Zielsetzung

Der deutsche Spendenmarkt ist bislang nur unzureichend statistisch erschlossen. Insbesondere über die Verwendung der Spenden gibt es wenig aussagekräftige Informationen. Die folgende Untersuchung soll dazu beitragen, ein besseres Verständnis davon zu bekommen, wohin die Spenden der Deutschen fließen. Fragen, die geklärt werden sollen, sind: An welche Organisationen wird gespendet – an große, an kleine? Für welche Zwecke wird gespendet – was sind die Hauptthemen? Werden mehr regionale, nationale oder internationale Aktivitäten unterstützt? All dies ist relevant, um ein klareres Bild von den Präferenzen der Spender zu bekommen und um die Marktstruktur besser zu verstehen. Die konkrete Zielsetzung ist, Zielmatrizen zu erarbeiten, die das Spendenmarktvolumen nach den Kategorien: Themen, Organisationen und Regionen in Relation zueinander darstellen und auf diese Weise die Aufteilung der Spendenverwendung abbilden.

Die Datenlage

Bislang existiert keine umfassende Spendenstatistik in Deutschland. Aber es gibt einige Datenquellen, die zumindest erste Ansatzpunkte liefern. Das Statistische Bundesamt erhebt im Rahmen der amtlichen Statistik Daten zum Spendenmarkt. Zudem gibt es regelmäßige Umfragen von Marktforschungsinstituten, in denen auch Kennzahlen für den Spendenmarkt abgefragt werden. Hier ein kurzer Überblick möglicher Datenquellen für die Frage nach der Verwendung von Spenden:

Statistisches Bundesamt

Im Rahmen der Einkommensteuerstatistik werden seit dem Jahr 2001 steuerlich abzugsfähige Spenden ausgewiesen (Statistisches Bundesamt, 2008). Diese umfassen i.d.R. Spenden und Mitgliedsbeiträge für gemeinnützige Organisationen. Die Daten haben eine hohe Qualität, da sie sich auf die Grundgesamtheit der Steuerpflichtigen beziehen und zudem verschiedenen Prüfungen unterliegen. Allerdings werden hier nur die Spenden der einkommensteuerpflichtigen Personen erfasst und zudem nur die geltend gemachten Spenden. Ein weiteres Manko ist, dass die Daten aufgrund des langen Veranlagungszeitraums erst mit einer Verzögerung von etwa 3 Jahren wirklich aussagekräftig sind. Zudem geben sie lediglich Informationen über Volumen und grobe Verwendungskategorien der Spenden. Die genaue Verwendung der Spenden nach Themen oder Regionen wird nicht weiter aufgeschlüsselt.

BMFSFJ/Freiwilligensurvey (Freiwilliges Engagement in Deutschland)

Mit dem Freiwilligensurvey beobachtet das Bundesfamilienministerium im fünfjährigen Rhythmus den Umfang und die Entwicklung des freiwilligen Engagements der Bundesbürger ab 14 Jahren. Die zweite umfassende Erhebung wurde 2004 von dem Marktforschungsinstitut TNS Infratest durchgeführt (TNS, 2005). Ende des Jahres 2009 soll der 3. Survey erscheinen. Insgesamt fokussiert die Umfrage stärker auf die verschiedenen Facetten von Engagement als auf Spenden und gibt somit eher eine Auskunft darüber „wer“ spendet, weniger jedoch darüber „was und wohin“ gespendet wird.

GfK / Charity Scope Panel

Seit 2004 befragt die Gesellschaft für Konsumforschung monatlich (schriftlich oder online) 10.000 über 10jährige Personen im Rahmen ihrer Konsumverhaltensumfrage auch zu ihrem Spendenverhalten (GfK, 2008).¹ Hier werden auch Verwendungszwecke für Spenden abgefragt. Problematisch ist jedoch, dass einige Themenschwerpunkte nicht weiter aufgeschlüsselt oder erklärt werden. So gibt es zwei Bereiche „sonstiges“, die insgesamt 11 Prozent der Spenden darstellen, „Bildung“ ist kein eigener Bereich, der Themenkomplex „Kirche/Religion“ nimmt mit 27 Prozent einen sehr hohen Anteil ein, was vermuten lässt, dass die Befragten möglicherweise die Kirchensteuer als Spende interpretieren.

TNS Infratest / Spendenmonitor

Der Spendenmonitor befragt seit 13 Jahren einmal jährlich 4000 über 14jährige Personen (Auswahl nach Random Route Verfahren) in einer persönlich-mündlichen Befragung (TNS, 2008).² Die Befragung liefert viele interessante Kennzahlen und Zeitreihen, z.B. zum Spendenverhalten, zu Charakteristika der Spender und auch zu Spendenzwecken. Die Spendenzwecke sind in 11 Kategorien aufgeteilt, wovon acht mit den Kategorien der GfK übereinstimmen, aber zum Teil deutlich andere Ergebnisse hervorbringen. Eine Vergleichbarkeit der Spendenverwendung ist bei den beiden Umfragen also nicht gegeben. Dies liegt sicherlich auch an der Möglichkeit von Mehrfachnennungen beim Spendenmonitor.

¹ Die Hochrechnung auf die Grundgesamtheit wird mit Abschlag für einen „sozialen Verhaltensfaktor“ vorgenommen. Dieser Faktor meint, dass Personen dazu tendieren, nicht getätigte Spenden anzugeben, um sozial anerkannt zu werden. Telefonat mit Erik Lämmerzahl (zuständig für den Charity Scope) am 12.01.2009.

² Die direkte Befragung könnte Verzerrungen nach oben mit sich bringen. Personen werden dazu tendieren, Spenden anzugeben, die sie nicht getätigt haben.

DZI / Organisationsdatenbank

Das Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) dokumentiert Daten der Organisationen mit einem DZI-Spendensiegel (derzeit sind dies 236) sowie ca. 750 weiteren gemeinnützige Organisationen mit Sitz in Deutschland (nachfrageorientiert ausgewählt). Die Datenbank wird jedoch nur für interne Zwecke oder Organisationsrecherche von Privatpersonen genutzt. Die ausgewerteten Daten (z.B. wie viele Geldspenden die einzelnen Organisationen bekommen und auf welche Projekte diese verwendet werden etc.) liegen vor, werden aber nicht – auch nicht anonymisiert - herausgegeben. ³ Einmal jährlich veröffentlicht das DZI den sogenannten „Spenden-Almanach“, in dem auch Informationen zu den DZI-Siegel-Organisationen enthalten sind (DZI, 2008). Da dort die Sammlungsergebnisse, Tätigkeitsfelder und Länderschwerpunkte einzelner Organisationen angegeben sind, könnten daraus zumindest grob und mit viel Sisyphusarbeit erste Erkenntnisse über die Verwendung von Spendengeldern gewonnen werden.

Deutscher Fundraising Verband /Spendenbilanz

Seit 2004 fasst der Fundraising Verband einmal jährlich in einer Liste die größten Spendenorganisationen, gemessen an ihren Spendeneinnahmen, zusammen. (Deutscher Fundraising Verband, 2008). In der Spendenbilanz 2007 werden rund 60 Organisationen aufgelistet. Die Auswertung erfolgt nach Geschäftsberichten und Fragebögen, die an die Organisationen versandt werden. Etwa zwei Drittel dieser Organisationen haben das DZI Spendensiegel und stellen somit eine Überschneidung zu den DZI-Organisationen dar. Gut 20 Organisationen können jedoch auf Basis dieser Liste zusätzlich für eine Organisationsdatenanalyse verwendet werden, die Aufschluss über die Verwendung der Spendengelder geben soll.

Vorgehensweise

Als Datenbasis wird aus den vorhandenen Organisationsdaten des DZI und des Deutschen Fundraising Verbandes sowie weiteren Informationen aus dem Internet eine kleine „Datenbank“ erstellt, die insgesamt 259 Organisationen umfasst. Die vorliegenden Organisationsdaten werden nach thematischen Schwerpunkten der Tätigkeit, Organisationsgröße und der hauptsächlichen regionalen Ausrichtung der Organisationsaktivitäten ausgewertet. ⁴

³Telefonat mit Frau Neff am 12.01.2009: Das DZI versteht sich als Organisation für Verbraucherschutz, jedoch nicht als Lobby der Organisationen selbst oder der Fundraiser. Aus diesem Grunde werden keine anonymisierten Daten an Externe gegeben.

⁴Dies ist schwierig, da vor allem die großen Organisationen in verschiedenen Regionen agieren und Projekte in unterschiedlichen Themenbereichen durchführen. Hier liegt die Annahme zu Grunde, dass der Spender davon ausgeht, dass sein Geld in den regionalen und thematischen Schwerpunkt der Organisationsarbeit einfließt. Also z.B. Care im Bereich Nothilfe international tätig ist.

Dann wird die jeweilige Zuordnung zunächst als prozentualer Anteil des gesamten Spendenmarktes in einer Matrix abgebildet, und anschließend auf den Teilbereich des hier erfassten Marktes projiziert. Dabei werden die thematischen Tätigkeitsschwerpunkte der Organisationen einerseits den nach ihrer Größe eingeteilten Organisationsaggregaten gegenübergestellt und andererseits der unterschiedlichen regionalen Ausrichtung. Abzulesen ist dann der jeweilige prozentuale Anteil der Schnittstellen am Markt.

Volumen des Spendenmarktes

Zunächst muss eine Größenordnung für den Gesamtmarkt festgelegt werden. Verschiedene Statistiken, Panels und Studien kommen hier auf recht unterschiedliche Ergebnisse für das Volumen der privaten Spenden in Deutschland. Die Zahlen reichen von 2,1 Mrd. Euro bis 6 Mrd. Euro.

Tabelle 1: Überblick verschiedener Spendenmarktvolumina

Untersuchung	Jahr	Volumen
GfK/Charity Scope (2008)	2007	2,1 Mrd.
TNS Infratest/Spendenmonitor (2008)	2007	2,8 Mrd.
Statistisches Bundesamt (2008)	2004	4,1 Mrd.
McKinsey (2008)	2006	5-6 Mrd.

Die Untersuchung des Statistischen Bundesamtes liefert wohl unumstritten das am besten fundierte Ergebnis und soll im folgenden als Grundlage für die Berechnung des Gesamtmarktvolumens dienen. Nach Abzug der Spenden für politische Zwecke bleiben 3,8 Mrd. geltend gemachte Spenden. Tatsächlich werden davon etwa 80 Prozent auch anerkannt, so dass am Ende ein Ergebnis für den Gesamtmarkt der privaten Spenden von 3,0 Mrd. Euro verbleibt. Hinzu kommen die Unternehmensspenden, die jedoch nur einen Anteil von knapp 25 Prozent haben, und hier mit 700 Mio. Euro einbezogen werden.⁵ Aus der Summe ergibt sich ein in dieser Untersuchung zu Grunde gelegte Gesamtmarktvolumen von 3,7 Mrd. Euro.

Dies ist eine eher konservative Annahme. Viele Spenden sind in der Einkommensteuerstatistik nicht erfasst, so z.B. Barspenden, Kollekten, Spenden an nicht als gemeinnützig anerkannte Organisationen oder Spenden, die den Höchstbetrag der Absetzbarkeit übersteigen. Zudem gibt es auch nicht einkommensteuerpflichtige Personen, die spenden, so z.B. Rentner oder Schüler. Das tatsächliche Volumen wird vermutlich deutlich höher liegen.

⁵ Vgl. PWC, 2007, zudem telefonisch mit Erik Lämmerzahl diskutiert.

Kategorien für Tätigkeitsfelder

Für die weitere Analyse werden die Themenschwerpunkte der Organisationen in neun Kategorien eingeteilt:

- Nothilfe: Umfasst **Katastrophenhilfe**, Hilfsgütertransporte, Kriseneinsatz (insbes. international), aber auch **Rettungswesen** wie z.B. DLRG (meist national) und **Einzelfallhilfe** (insbes. regional und national) als Hilfe für in Not geratene Personen wie Kinder, Jugendliche, Familien, auch Obdachlose, Kranke, Behinderte
- Umwelt: Umwelt-, **Naturschutz-** und **Tierschutz**projekte
- Kultur: Insbesondere **Denkmalschutz**
- Bildung: Größtenteils Entwicklungsprojekte für **Kinder und Jugendliche** (Schulen, Kita etc.) oder **Aufklärungsprojekte** für Jugendliche, Teils auch Bildungsprojekte für **Frauen**
- Familie: Projekte mit Fokus auf **Kinder und Jugendliche**, Familien oder **Frauen** (Mutter-Kind), auch **soziale Dienste** und Wohlfahrtseinrichtungen (also dauerhafte Einrichtungen als Abgrenzung zur Einzelfallhilfe)
- Gesundheit: Viele Projekte speziell für Kinder und Jugendliche, auch enthalten Krankenpflege, **Altenpflege**, **Behindertenhilfe**
- Entwicklung: Projekte für die langfristige **Verbesserung von Strukturen** (Infrastruktur schaffen, Integration fördern, Hilfe zur Selbsthilfe mit verschiedensten Projekten, Einkommen schaffende Maßnahmen). Teilweise Überschneidungen mit Bildung und Gesundheit. **Ernährung und landwirtschaftliche Entwicklungsprojekte** (auch veterinärmedizinische Projekte)
- Menschenr.: **Flüchtlingsfürsorge**, Rechte für Kinder/Frauen
- Religion: Missionarisch geprägte Arbeit, Finanzierung kirchlicher Netzwerke und Bildungseinrichtungen.

Tabelle 2: Übersicht Kategorien

Kategorien hier	Charity Scope	TNS Infratest
Nothilfe	Nothilfe/Katastrophen	Not-/Soforthilfe
Umwelt	Umweltschutz/Tierschutz	Umwelt Tierschutz
Kultur	Kultur/Denkmal	Kunst
Bildung		Bildung Politik
Familie	Kinder/Jugend	Kinder/Jugend
Gesundheit/Behinderung	Krankheit/Behinderung	Behindertenhilfe
Entwicklung	Langfristige Entwicklung	Entwicklungshilfe
Menschenrechte		Wohlfahrt/Soziales
Religion	Kirche/Religion	Kirche

Ergebnisse hinsichtlich Organisationsgröße

Aus den vorhandenen Daten werden drei Aggregate gebildet: die größten 20 Organisationen (Top 20), die nächstgrößten 80 Organisationen (Next 80) und die nächstgrößten 160 (genauer 159!) Organisationen. Nach Korrektur der Aggregate um die Erbschaften etc. mit einem Abschlag von 15 Prozent, bildet der hier „erfasste Markt“ gut 40 Prozent des mit 3,7 Mrd. Euro angenommenen Gesamtmarktes ab.⁶ Der Anteil der Aggregate am gesamten Markt und die Aufteilung auf die Themengebiete stellen sich im Gesamtmarkt wie folgt dar:

Tabelle 3: Aufteilung Gesamtmarkt nach Themen und Organisationsgröße (100 = 3,700,000,000 Euro), in Prozent

	Top 20	Next 80	Next 160	Unbekannt	Summe
Bildung	8.24	1.34	0.15	?	?
Entwicklung	4.87	0.79	0.24	?	?
Familie	1.67	0.89	0.13	?	?
Gesundheit	3.46	2.39	0.39	?	?
Kultur	0.74	0.62	0.00	?	?
Menschenrechte	2.06	0.38	0.06	?	?
Nothilfe	3.85	1.69	0.13	?	?
Religion	2.16	2.11	0.03	?	?
Umwelt	0.90	1.54	0.04	?	?
Summe	27.95	11.75	1.17	59.13	100.00

Die Top 20 stellen fast 30 Prozent des Gesamtmarktvolumens, während die folgenden 240 Organisationen nur einen Marktanteil von knapp 13 Prozent haben.

Wird nur der „erfasste Markt“ betrachtet, wird die Dominanz der großen Organisationen noch deutlicher. Hier stellen die 20 größten Organisationen mehr als zwei Drittel des „erfassten Marktes“ dar, und haben damit im Durchschnitt einen Marktanteil von knapp 3,5 Prozent pro Organisation. Die nächsten 80 Organisationen bilden nicht einmal mehr die Hälfte davon ab, ihr Marktanteil beträgt im Durchschnitt weniger als ein halbes Prozent. Das Aggregat der folgenden 160 Organisationen trägt nur noch einen geringen Marktanteil von

⁶Die 259 Organisationen bilden hinsichtlich ihrer Sammlungsergebnisse ein Gesamtvolumen von knapp 1,8 Mrd. Euro für das Jahr 2006 ab. Die Sammlungsergebnisse enthalten neben reinen Geldspenden auch Förderbeiträge, Schenkungen und Erbschaften, Sachspenden, Buß- und Strafgeelder sowie Zins- und Vermögenserträge. Um dies zu berücksichtigen, muss ein Abschlag vorgenommen werden, der hier mit 15 Prozent angenommen wird, so dass der „erfasste Markt“ in etwa 1,5 Mrd. Euro darstellt. Der Abschlag wird im Aggregat vorgenommen und nur dann, wenn mit dem Gesamtmarkt verglichen wird. Bei prozentualer Betrachtung innerhalb der Datenbank wird eine Gleichverteilung der sonstigen Einnahmen unterstellt und der „erfasste Markt“ mit 1,8 Mrd. Euro veranschlagt.

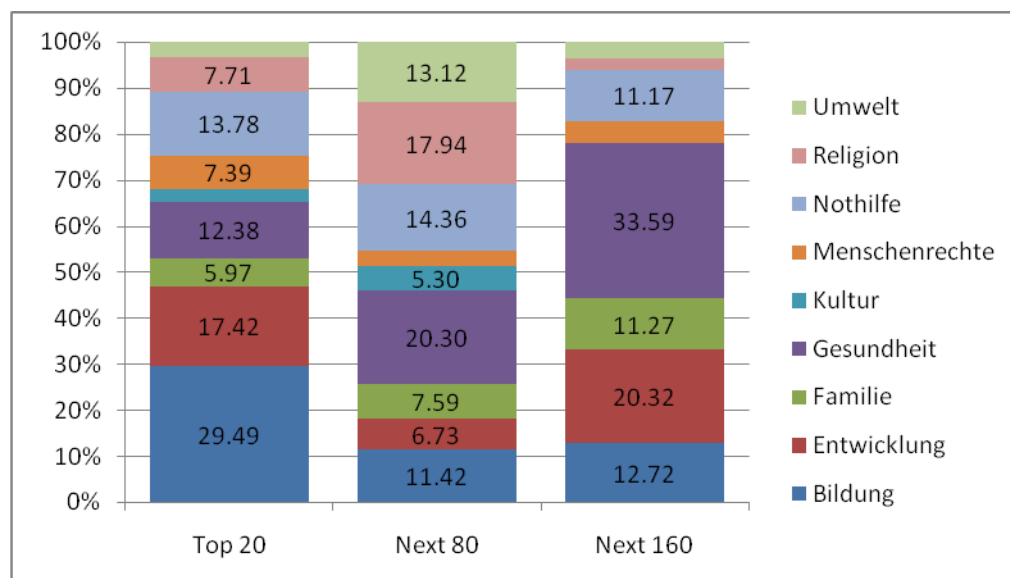
knapp 3 Prozent bei, dies entspricht einem durchschnittlichen Wert von 0,02 Prozent pro Organisation.

Tabelle 4: Aufteilung „erfasster Markt“ nach Themen und Organisationsgröße (100= 1,778,897,503.76) in Prozent

	Top 20	Next 80	Next 160	Summe
Bildung	20.16	3.29	0.36	23.81
Gesundheit	8.46	5.84	0.96	15.26
Entwicklung	11.91	1.94	0.58	14.43
Nothilfe	9.42	4.13	0.32	13.87
Religion	5.27	5.16	0.07	10.50
Familie	4.08	2.18	0.32	6.59
Menschenrechte	5.05	0.93	0.14	6.12
Umwelt	2.20	3.77	0.10	6.08
Kultur	1.81	1.53	0.00	3.34
Summe	68.38	28.76	2.85	100.00

Um die Themenschwerpunkte der einzelnen Aggregate besser zu betrachten, werden diese im Folgenden = 100 Prozent gesetzt.

Abbildung 1: Themenaufteilung bei verschiedenen Organisationsgrößen, Aggregate = 100 Prozent, Angaben in Prozent



Es wird deutlich, dass sich die Schwerpunktthemen mit der Organisationsgröße ändern. Während die Top 20 vor allem im Bereich Bildung (Kinder/Jugend) und Entwicklung tätig

sind, liegt der Schwerpunkt der „mittelgroßen“ Organisationen in den Bereichen Gesundheit und Religion. Die kleinen Organisationen sind vor allem im Bereich Gesundheit und Entwicklungsarbeit tätig.⁷

Ergebnisse hinsichtlich der regionalen Tätigkeit

Die regionale Ausrichtung der Organisationen wird auf drei Bereiche aufgeteilt: regional: in einer Stadt oder einem Bundesland wirkend, national: bundesweite Projekte und international: außerhalb der deutschen Grenzen tätig. Organisationen, die nur in sehr geringem (und damit dem Spender kaum bekanntem) Umfang auch international tätig sind, wurden nach ihrer Schwerpunktregion eingeordnet (also regional oder national).

Hier zeigt sich, dass mehr als drei Viertel der 259 größten Organisationen international tätig sind, etwa 20 Prozent auf nationaler Ebene agieren und nur etwas mehr als zwei Prozent regionale Projekte verfolgen. Die Vermutung liegt nahe, dass es zahlreiche regional tätige Unternehmen gibt, die hier nicht erfasst sind.

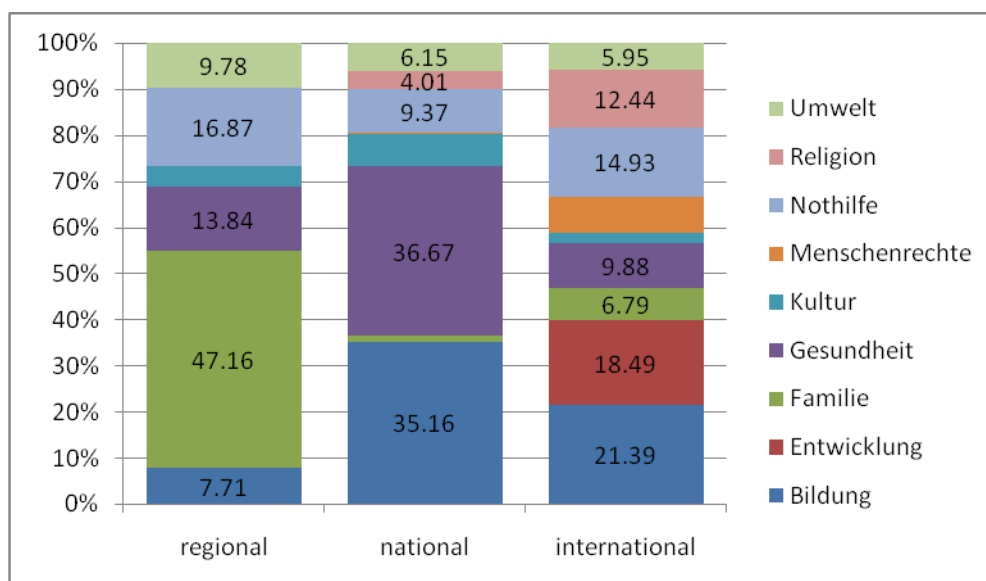
Tabelle 5: Aufteilung „erfasster Markt“ nach Themen und Regionen (100= 1,778,897,503.76) in Prozent

	regional	national	International	Summe
Bildung	0.17	6.95	16.69	23.81
Entwicklung	0.00	0.00	14.43	14.43
Familie	1.03	0.26	5.30	6.59
Gesundheit	0.30	7.25	7.71	15.26
Kultur	0.10	1.42	1.81	3.34
Menschenrechte	0.00	0.03	6.10	6.12
Nothilfe	0.37	1.85	11.65	13.87
Religion	0.00	0.79	9.71	10.50
Umwelt	0.21	1.22	4.64	6.08
Summe	2.19	19.78	78.03	100.00

⁷ Die Höhe der Sammlungsergebnisse liegt bei den Top 20 zwischen 125 und 32 Mio. Euro, bei den Next 80 zwischen 28 Mio. und 1,3 Mio. Euro und bei den Next 160 zwischen 1,3 Mio. und 10.000 Euro.

Um die Themenschwerpunkte der einzelnen Aggregate besser zu betrachten, werden diese in der folgenden Graphik wiederum = 100 Prozent gesetzt. Es zeigt sich, dass der Schwerpunkt der hier erfassten regionalen Projekte klar im Bereich Familie und Einzelfallhilfe (Nothilfe) liegt. Nationale Projekte beziehen sich vor allem auf Gesundheit und Bildung. Die international tätigen Organisationen konzentrieren sich etwas gleichmäßiger verteilt auf die Bereiche Bildung, Entwicklung und Nothilfe. Die Themenschwerpunkte Menschenrechte und Religion/Mission sind ebenfalls vor allem hier angesiedelt.

Abbildung 2: Themenaufteilung bei verschiedenen Regionen, Aggregate = 100 Prozent, Angaben in Prozent



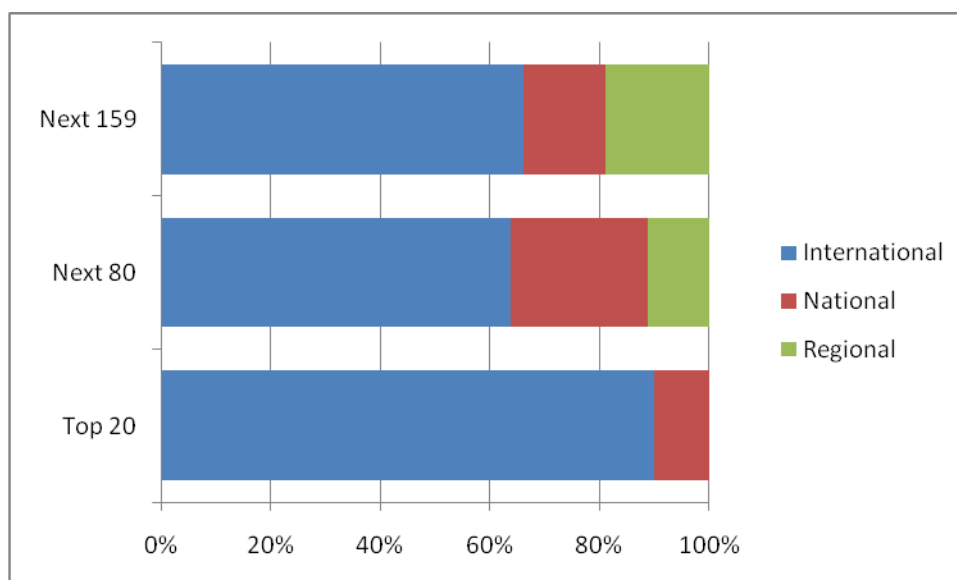
Zusammenfassung: die wichtigsten Thesen

Nur wenige Untersuchungen befassen sich mit der Verwendungsseite auf dem Spendenmarkt. Während es einige Studien zum Thema „wer spendet“ oder „wie viel wird gespendet“ gibt, bleibt die genaue Verwendung von Spenden meist eine Black box. Die vorliegende Untersuchung gibt erste Hinweise auf die Struktur der Verwendungsseite des deutschen Spendenmarktes. Aufgrund der vielen getroffenen Annahmen und der notwendigen Vereinfachungen ist die Aussagefähigkeit der Ergebnisse sicherlich nur begrenzt. Dennoch kann die Analyse einen ersten Anhaltspunkt für ein besseres Verständnis vom deutschen Spendenmarkt bieten und als Diskussionsgrundlage für weitere Untersuchungen dienen.

Die wichtigsten Thesen im Überblick:

- Der deutsche Spendenmarkt wird von wenigen großen Organisationen dominiert, die vor allem in den Bereichen Bildung, Entwicklung und Nothilfe tätig sind. Von den Top 20 sind 18 Organisationen international tätig, und zwar oft weltweit.
- Die mittelgroßen und kleineren Organisationen haben einen sehr geringen durchschnittlichen Marktanteil. Während die mittelgroßen Organisationen insgesamt weniger spezialisiert sind (decken alle Themenbereiche ab mit leichtem Schwerpunkt auf Gesundheit und Nothilfe), sind die kleineren Organisationen insbes. im Bereich Gesundheit und Entwicklungshilfe tätig.
- Bei allen Organisationsgrößen liegt der Schwerpunkt auf der internationalen Tätigkeit. Allerdings verschieben sich die relativen Gewichte erwartungsgemäß mit abnehmender Organisationsgröße hin zu mehr regionaler Tätigkeit (in Deutschland). Mittelgroße und kleinere Organisationen, die international ausgerichtet sind, konzentrieren sich oft im Ausland auf eine bestimmte Region/ ein bestimmtes Land.

Abbildung 3: Organisationsgröße und regionaler Tätigkeitsbereich, in Prozent



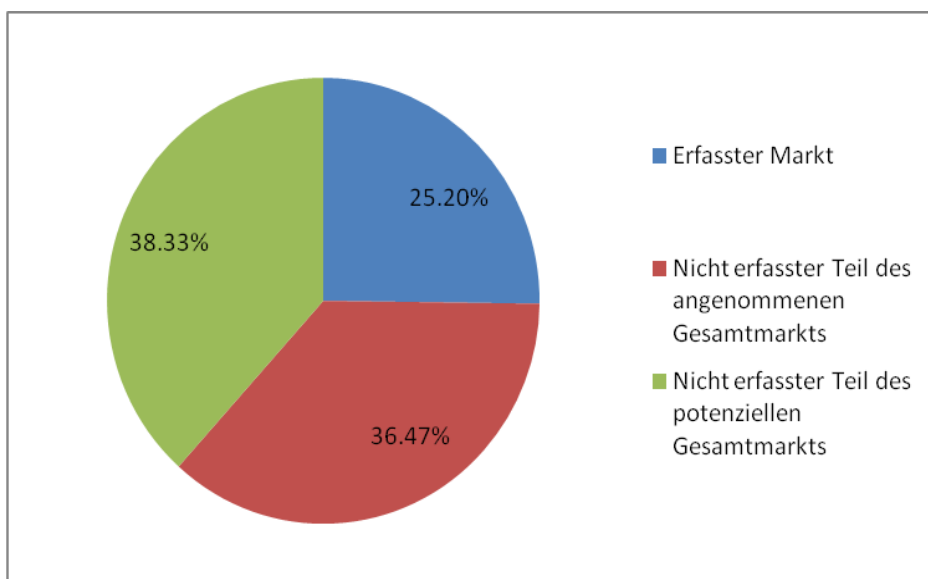
- Insgesamt sind mehr als drei Viertel der hier betrachteten Organisationen international tätig, etwa 20 Prozent agieren auf nationaler Ebene und lediglich etwas mehr als zwei Prozent verfolgen ausschließlich regionale Projekte.
- Die international ausgerichteten Organisationen sind in allen Themenbereichen vertreten, mit leichtem Schwerpunkt auf Bildung, Entwicklung und Nothilfe. Die regional tätigen kleineren Organisationen konzentrieren sich auf die Themenbereiche Familie und Einzelfallhilfe. Bei den national wirkenden Organisationen stehen die Themen Gesundheit und Bildung im Vordergrund.

Schlussfolgerung zur offenen Frage

Die wichtigste noch zu klärende Frage bleibt: „Wohin fließen die im Rahmen dieser Untersuchung nicht erfassten 51 Prozent des Spendenaufkommens?“

Selbst bei der hier getroffenen eher konservativen Annahme eines Gesamtmarktvolumens von 3,7 Mrd. Euro besteht eine Lücke von ca. 2 Mrd. Euro, die auf der Verwendungsseite erklärt werden muss. Geht man davon aus, dass das Gesamtmarktvolumen noch wesentlich größer sein könnte, z.B. gemäß McKinsey bis zu 6 Mrd. Euro, hätte der hier erklärte Teil des Spendenmarktes (erfasster Markt) nur noch einen Anteil von etwa 25 Prozent. Drei Viertel des Marktes und damit ein Volumen von 4 Mrd. Euro wären „unbekannt“.

Abbildung 4: Anteil des erfassten Marktes am Gesamtmarkt
(100 % = 6 Mrd. Euro)



Da davon auszugehen ist, dass nur wenige der „großen Spieler“ vergessen wurden⁸, kann man die Struktur des erfassten Marktes nicht einfach auf den Gesamtmarkt projizieren. Der Großteil des Marktes muss sich also irgendwie anders zusammensetzen.

Die These ist nun, dass der Großteil des Spendenaufkommens an eine sehr große Anzahl von regionalen, lokal wirkenden Aktivitäten geht, die mit Spendenbeiträgen unterstützt werden. So gibt es z.B. allein über 550.000 eingetragene Vereine in Deutschland, von denen viele gemeinnützig tätig sind (V&M, 2008). Hinzu kommen die Kirchengemeinden, die neben der Kirchensteuer auch durch kleinere Privatspenden unterstützt werden sowie viele weitere gemeinnützige Initiativen, die nicht als Verein firmieren. Dies würde bedeuten, dass

⁸ Für folgende „Große“ sind z.B. keine Zahlen enthalten: „Aktion Mensch“ – Deutsche Behindertenhilfe, Malteser Hilfsdienst, Arbeiter Samariter Bund, Weißer Ring, Save The Children.

die Summe aller kleinen Organisationen am deutschen Spendenmarkt („The Long Tail of Charity“) einen sehr großen Marktanteil von über 50 Prozent hat. Gleichzeitig wäre damit die Verwendung von Spenden schwerpunktmäßig auf der regionalen Ebene zu sehen. Verwendungszwecke sind hier recht vielseitig. So gibt es eingetragene Vereine zu Themenbereichen wie Sport, Freizeit, Beruf, Wirtschaft, Interessen. Etwa 30 Prozent der Vereine befassen sich mit Tätigkeiten im sozialen Bereich, Umweltschutz und Kultur. Um die genaue thematische Verwendung von Spenden dieser sehr heterogenen kleinteiligen Landschaft von regionalen Institutionen besser zu verstehen, sind sicherlich weitere Untersuchungen erforderlich.⁹

Literatur

- Deutscher Fundraising Verband (2008), „Spendenbilanz 2007“, Frankfurt
- DZI (2008), „Spenden-Almanach 2008/9“, Berlin
- GfK (2008), „Bilanz des Helfens“, Hrsg.: Deutscher Spendenrat, Berlin
- PWC (2007), „Unternehmen als Spender“, Frankfurt
- PWC (2008), „Informationsbedarf und Vertrauen privater Spender“, Frankfurt
- McKinsey (2008), „Gesellschaftlichen Wandel gestalten – Drei Ansätze für mehr Philanthropie in Deutschland“, Düsseldorf
- Statistisches Bundesamt (2008), Jährliche Einkommensteuerstatistik 2004, Wiesbaden
- TNS (2005), „Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999-2004, München.
- TNS (2008), „14 Jahr Deutscher Spendenmonitor – Fakten und Trends im Zeitverlauf“, Präsentation, Bielefeld.
- V&M Service (2008), Vereinsstatistik 2008, Eingetragene Vereine in Deutschland 2008, Konstanz

⁹ Problematisch ist jedoch auch hier die Datenlage, da es in Deutschland keine umfassende Übersicht aller gemeinnützigen Organisationen gibt.