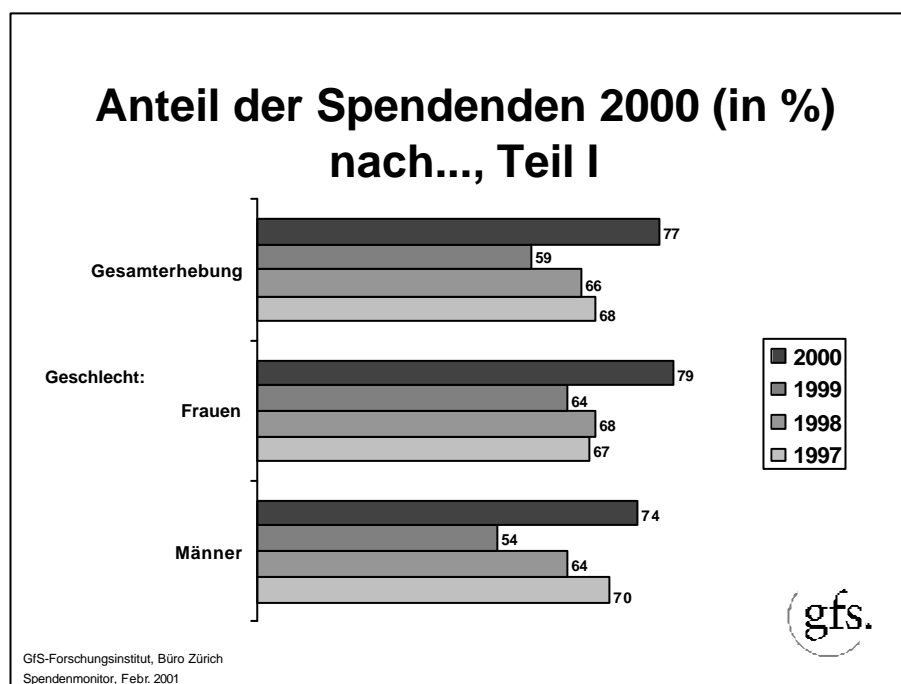


## Mehr Spendende wegen Unwettern im Wallis

Die Zahl der spendenden Haushalte hat im Jahr 2000 gegenüber dem Vorjahr deutlich zugenommen. Des weiteren ist der jährliche Spendenbetrag eines Haushaltes in der Westschweiz erstmals höher als in der Deutschschweiz. Bemerkenswert ist auch die Zunahme der Spenden für die Katastrophenhilfe im Inland, wie dem Spendenmonitor 2000 des GfS-Forschungsinstitutes zu entnehmen ist. Diese Entwicklung ist sehr wahrscheinlich auf die schweren Unwetter zurückzuführen, die kurz vor Beginn der Spendenmonitor-Umfrage das Wallis und die umliegenden Gebiete heimsuchten.

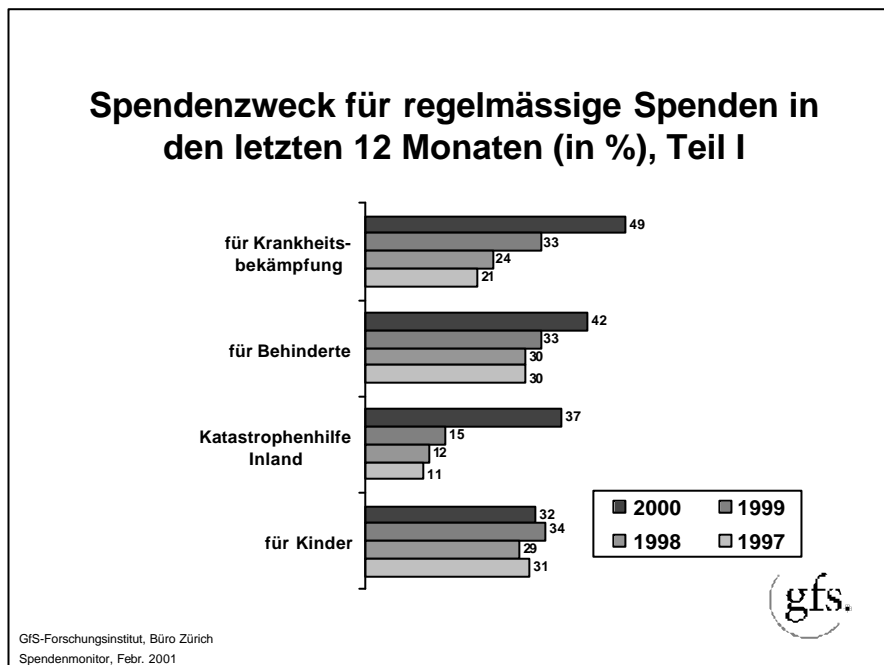
Der Spendenmonitor ist eine repräsentative Umfrage zum Spendenverhalten der Bevölkerung und zum Image der Werke, die seit 1997 jedes Jahr im November vom GfS-Forschungsinstitut in der Deutsch- und Westschweiz durchgeführt wird. Für den Spendenmonitor 2000 wurde die Stichprobe von bisher 1000 auf neu 1500 erhöht. Die Grundgesamtheit umfasst zudem neben der Schweizer Wohnbevölkerung der 18- bis 84jährigen neu auch Ausländerinnen und Ausländer, die der deutschen Sprache mächtig sind.

Die Auswertung der Antworten hat ergeben, dass die Zahl der spendenden Privathaushalte im Vergleich aller in die Befragung einbezogenen Haushalte im letzten Jahr von 59 auf 77 % gestiegen ist. Damit wurde nicht nur der Abwärtstrend gestoppt, sondern der höchste Anteil seit dem Start des Spendenmonitors im Jahr 1997 erreicht.



Die durchschnittliche Spendensumme eines Haushaltes in 12 Monaten hat demgegenüber nur geringfügig von CHF 426.- auf CHF 438.- zugenommen und liegt nun wieder auf dem Stand von 1997. Erstmals ist der Durchschnittsbetrag in der Westschweiz (CHF 562.-) aber höher als in der Deutschschweiz (CHF 413.-). Das GfS-Forschungsinstitut schätzt das Spendenvolumen der Privathaushalte in der Schweiz im Jahr 2000 auf total rund 800 Mio. Franken (ohne Legate).

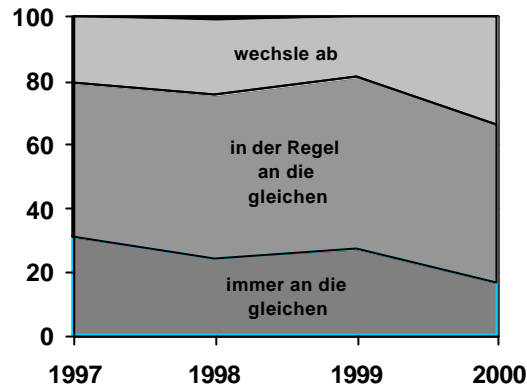
37 % der spendenden Haushalte haben im letzten Jahr für die Katastrophenhilfe im Inland gespendet; 1999 waren es noch 15 %. Der Grund für diese Zunahme kann fast nur die Unwetterkatastrophe im Wallis, im Tessin und im Aostatal vom vergangenen Oktober sein, die in den Untersuchungszeitraum des Spendenmonitors fiel und eine Welle der Solidarität und Unterstützung auslöste.



Bei der prozentualen Aufteilung des gespendeten Geldes auf die Spendenzwecke zeigen sich nur geringe Abweichungen von der anzahlmässigen Verteilung der Spenden. Das bedeutet zum Beispiel, dass der Spendenzweck mit den meisten Spendenden auch das meiste Geld erhalten hat (Krankheitsbekämpfung).

Im Jahr 2000 hat ein Privathaushalt - ähnlich wie in den Vorjahren - im Durchschnitt für 4,7 Werke gespendet. Das heisst, die Anzahl Werke, für die gespendet wird, ist über die Jahre immer etwa konstant. Demgegenüber hat im vergangenen Jahr die Zahl derjenigen von 19 auf 34 % markant zugenommen, die beim Spenden zwischen den Werken wechseln. Die Bindung zum einzelnen Werk hat somit abgenommen.

## Treue gegenüber den unterstützten Werken



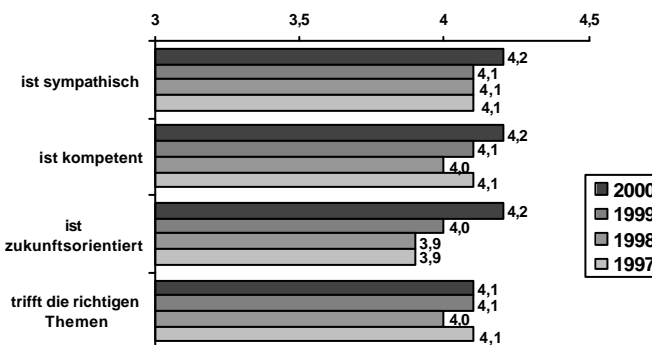
GfS-Forschungsinstitut, Büro Zürich  
Spendenmonitor, Febr. 2001



Die Werke waren auch interessiert zu erfahren, wie gross der Anteil der mit dem Erwerb eines Produktes (z.B. Kalender) verbundenen Spenden im Vergleich mit den reinen Geldspenden ist. Resultat: 41 % der Spenden sind produktbezogen, 58 % sind reine Geldspenden.

Die durchschnittliche spontane Bekanntheit der gemeinnützigen Organisationen ist im Jahr 2000 im Vergleich zum Vorjahr von 19 auf 22 % leicht gestiegen. Beim Image der Organisationen fällt auf, dass beim Item „ist modern“ bei praktisch allen Organisationen eine Verschlechterung eingetreten ist. Über den Grund kann nur spekuliert werden: Möglicherweise besteht ein Zusammenhang mit der starken (Medien-)Präsenz der Glückskette, die ihre spontane Bekanntheit in der Bevölkerung von 43 auf 62 % steigern konnte.

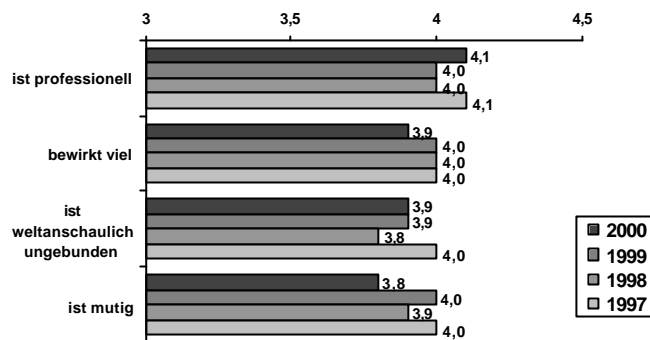
## Image der Werke, Teil I (Durchschnitt des Mittelwertes)



GfS-Forschungsinstitut, Büro Zürich  
Spendenmonitor, Febr. 2001

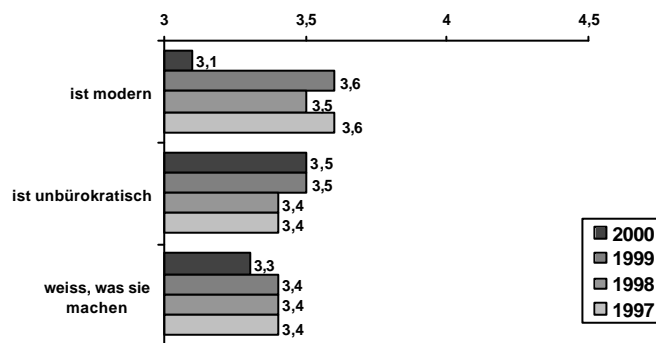


## Image der Werke, Teil II (Durchschnitt des Mittelwertes)



GfS-Forschungsinstitut, Büro Zürich  
Spendenmonitor, Febr. 2001

## Image der Werke, Teil III (Durchschnitt des Mittelwertes)

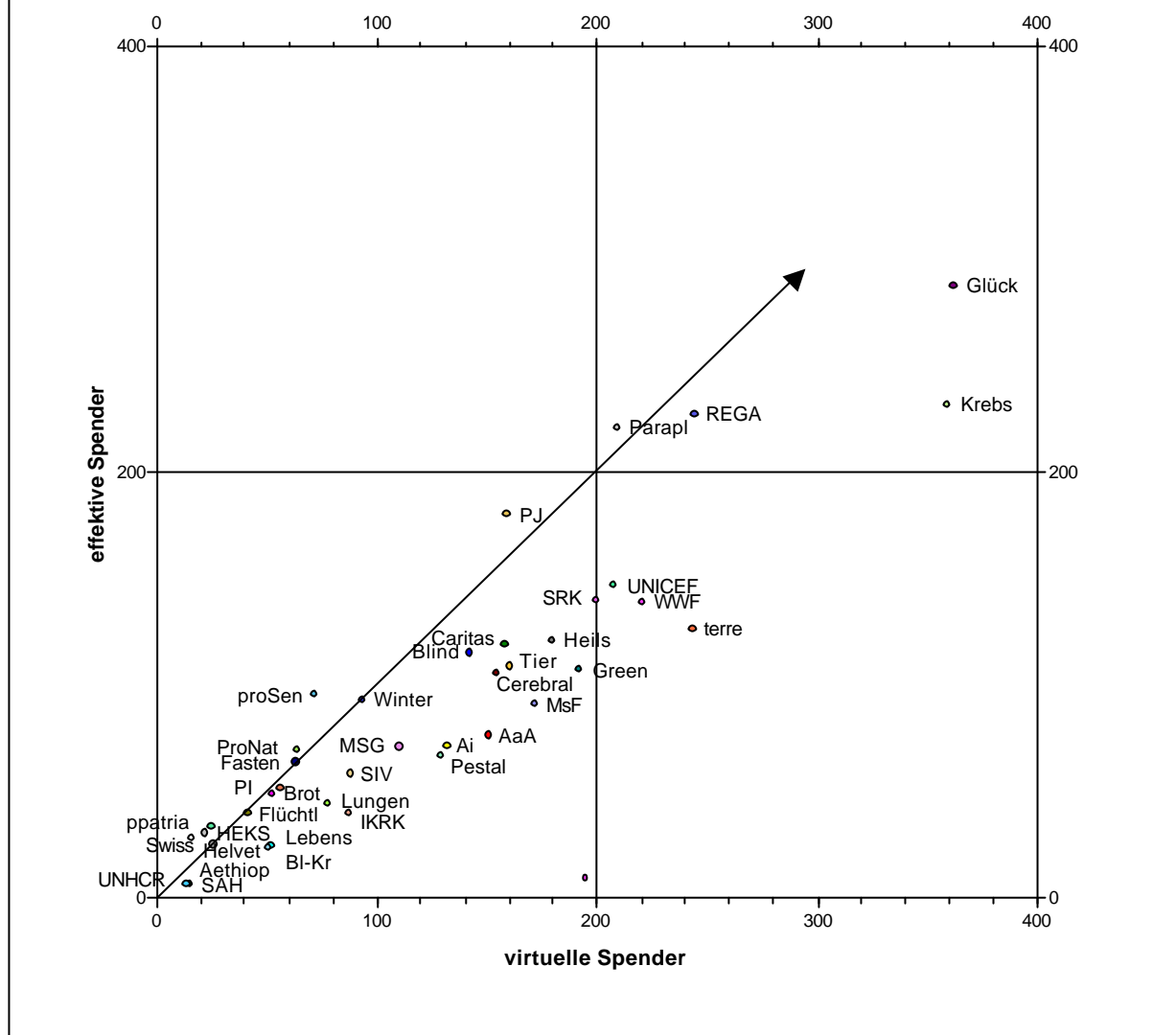


GfS-Forschungsinstitut, Büro Zürich  
Spendenmonitor, Febr. 2001

Bemerkung zu den drei Image-Grafiken: die Skala reicht von 1 bis 5; Werte unter 3.6 sind aus unserer Sicht ungenügend, Werte zwischen 3.6 und 3.9 sind okay; ab 4 sind die Werte gut bis sehr gut.

Bei 28 der 40 untersuchten gemeinnützigen Organisationen ist die Zahl der virtuellen Spenden (die befragten Personen wurden gebeten, virtuell CHF 200.- an eine oder mehrere Organisationen zu verteilen) grösser als jene der effektiven. Bei diesen Organisationen liegt somit ein unterschiedlich grosses Spendenpotential vor. Das grösste Potential hat die Krebsliga. Demgegenüber haben 12 Organisationen praktisch kein Spendenpotential (mehr).

## 2000: Spenderverhalten (Anzahl)



Jene Werke, die unterhalb der diagonalen Linie liegen, haben ein Spendenpotential. Dieses ist umso grösser, je grösser der Abstand von der Linie ist. Die an oder oberhalb der diagonalen Linie liegenden Werke haben dagegen praktisch kein Spendenpotential (mehr).

Erstmals wurden auch Fragen bezüglich des Internet gestellt. Dabei zeigte sich, dass von den spendenden Haushalten, welche das Internet nutzen, rund 6 % im Jahr 2000 über das Internet an eine gemeinnützige Organisation gespendet haben, sei dies per Kreditkarte oder indem sie einen Einzahlungsschein über die Homepage bestellt haben. In bezug auf alle Spendenden sind es 2 Prozent.

Ebenfalls neu waren Fragen im Zusammenhang mit Testament und Erbvertrag. Resultat: Rund ein Fünftel aller Befragten hat bereits entsprechende Vorkehrungen getroffen. Von diesen hat rund ein Viertel eine gemeinnützige Organisation berücksichtigt.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass das Spendenverhalten im Jahr 2000 durch ein Grossereignis stark beeinflusst; dies muss bei der Interpretation der weiteren Entwicklung berücksichtigt werden. Die Bekanntheit der Werke hat sich insgesamt nicht wesentlich verändert. Auch das Image ist recht konstant geblieben, wenn man vom Einbruch beim Item „ist modern“ absieht.

André Rothenbühler