

Diermeier, Matthias; Enste, Dominik

Research Report

Spenden: Kleinvieh macht auch Mist

IW-Kurzbericht, No. 93/2023

Provided in Cooperation with:

German Economic Institute (IW), Cologne

Suggested Citation: Diermeier, Matthias; Enste, Dominik (2023) : Spenden: Kleinvieh macht auch Mist, IW-Kurzbericht, No. 93/2023, Institut der deutschen Wirtschaft (IW), Köln

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/281047>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Spenden – Kleinvieh macht auch Mist

Matthias Diermeier / Dominik Enste, 21.12.2023

Da im Advent traditionell am meisten gespendet wird, appellieren Spendenorganisationen insbesondere in der Vorweihnachtszeit an das Gewissen, um Menschen zum Spenden zu motivieren. Das Spendenvolumen erreichte im vergangenen Jahr über 15 Milliarden Euro, obwohl im Durchschnitt nur knapp 1 Prozent des Nettoeinkommens gespendet wird. Aber wer spendet wie viel? Warum spenden manche nicht und welche Organisationen sind seriös? Und wie viel kommt von der Spende beim Bedürftigen an?

Gestiegene Spendenfreudigkeit

Das Spendenaufkommen steigt in Deutschland seit Jahren an. Zuletzt schätzte das DZI das Volumen für das Jahr 2022 auf 12,9 Milliarden Euro (DZI, 2023). Allein die Spendenothilfe für Menschen in der Ukraine erreichte nach Auskunft von Spendenorganisationen einen Wert von über einer Milliarde Euro. Dabei werden ehrenamtliches Engagement und kleinere Sachspenden nicht einmal berücksichtigt. Die IW-Personenbefragung aus dem Frühjahr 2023 zeigt nun, dass Menschen im Durchschnitt trotz Inflation und eigener wirtschaftlicher Sorgen für das Jahr 2022 angeben, mehr gespendet zu haben als zuvor. Die Spendensumme liegt nach unseren Berechnungen sogar bei 15,5 Milliarden Euro – und damit rund 2,6 Milliarden Euro höher als auf Basis einer äquivalenten Frage im SOEP für das Jahr 2021 ausgewiesen wurde (Schulz-Sandhof/Schupp, 2022). Die höhere Summe bei diesen Erhebungen im Vergleich mit dem DZI ergibt sich unter anderem daraus, dass Großspenden bis 30.000 Euro berücksichtigt werden.

Etwa jeder zweite Deutsche (50,6 Prozent) gibt in der IW-Personenbefragung an, im Jahr 2022 gespendet zu haben – über 10 Prozentpunkte mehr als vor 15 Jahren (Schulz-Sandhof/Schupp, 2022). Unter den Spendern vermerkt jeder Dritte, etwas oder deutlich mehr gespendet zu haben als im Vorjahr. Umgekehrt haben nur 15 Prozent einen etwas oder deutlich geringeren Betrag weggegeben. In dieser Gruppe ist zudem die Gruppe, die aktuell schlecht mit dem Haushaltseinkommen zu recht kommt mit einem Drittel deutlich höher als unter den Spendern mit gestiegenen Beträgen. Hier geht die wirtschaftliche Belastung also mit einem sinkenden Spendenverhalten einher. Grundsätzlich gilt aber: auch wenn Menschen auf ihre möglichen wirtschaftlichen Schwierigkeiten hingewiesen werden und sich zwischen „weniger gespendet, da ich einen geringeren finanziellen Spielraum habe“ und „mehr gespendet, da mehr Menschen bedürftiger sind“ entscheiden müssen, tendiert eine 50 Prozent größere Gruppe zu „mehr“ als zu „weniger“. Angesichts der katastrophalen Lage gerade in der Ukraine wird vermehrt Solidarität gezeigt.

Spende: Im Durchschnitt knapp ein Prozent des Jahreseinkommens

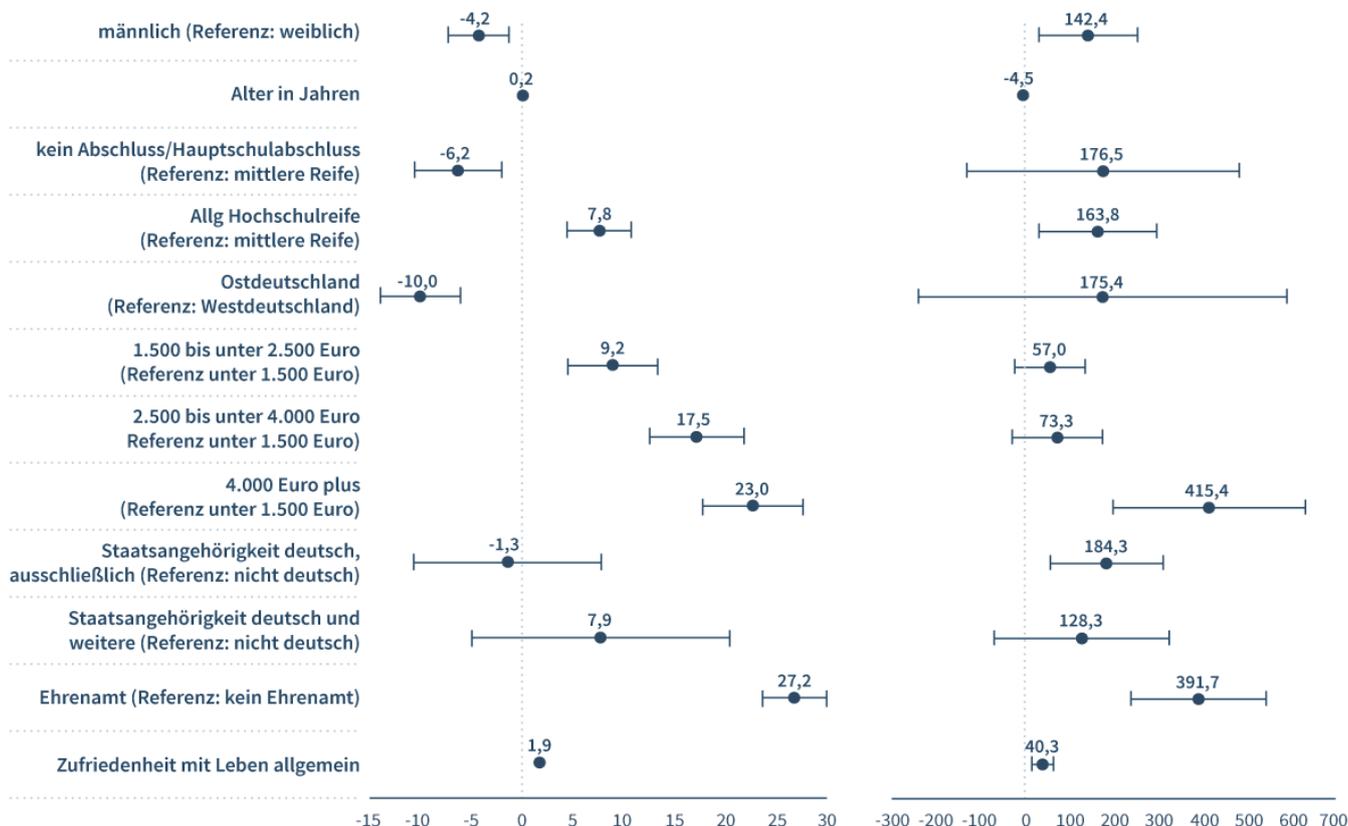
Erwartungsgemäß hängt die Spendenhöhe vom Einkommen ab. So spendeten Menschen aus Haushalten mit weniger als 1.500 Euro Nettoeinkommen pro Monat über das gesamte Jahr 2022 im Durchschnitt 108 Euro und damit rund 0,99 Prozent des Jahreseinkommens. Befragte aus Haushalten mit einem monatlichen Nettoeinkommen zwischen 2.500 und 4.000 Euro spenden

Spendenbereitschaft

in Prozent

Höhe der Spenden

in Euro



Lesebeispiel: Kontrolliert für alle in diesem Modell abgebildeten Variablen, spenden Männer im Durchschnitt mit einer 4,2 Prozentpunkte niedrigeren Wahrscheinlichkeit. Wenn sie spenden, dann aber 142 Euro mehr als Frauen.

Links: Logistisches Regressionsmodell mit robusten Standardfehlern. Abhängige Variable: im Jahr 2022 Geld gespendet (ja/nein). Ausgewiesen sind die durchschnittlichen marginalen Effekte.

mit 306 Euro hingegen nur rund 0,75 Prozent ihres Jahreseinkommens. Die höchsten Spenden von 738 Euro geben Menschen aus Haushalten mit einem monatlichen Einkommen von über 4.000 Euro an. Allerdings machen auch diese nur 0,92 Prozent ihres Jahreseinkommens aus. Über alle Haushalte ergibt sich eine durchschnittliche Spendenhöhe von 404 Euro.

In experimentellen Studien der IW-Akademie geben die Befragten (zwischen 20 und 30 Jahren) an, dass sie einen viel höheren Anteil (bis zu 25 Prozent) ihres Einkommens spenden sollten, um ein „guter“ Mensch zu sein. Dieses Phänomen ist als Mind-Behavior-Gap/Value-Action-Gap nachgewiesen worden (Nguyen et al., 2022). Die übertriebenen Ansprüche können dazu führen, gar nicht zu spenden. Insofern kann es entlastend sein, zu wissen, dass man mit einem Prozent des Jahreseinkommens schon überdurchschnittlich viel spendet.

Besonders großzügig waren nach unserer Befragung einige jüngere Menschen. Dadurch liegt die durchschnittliche Spendenhöhe in der Altersgruppe der 18–34-

Jährigen für das Jahr 2022 bei durchschnittlich 638 Euro. Diese doppelt so hohen Werte im Vergleich zu anderen Altersgruppen lassen sich auf einige besonders hohe Spenden zurückführen. Ob sich angesichts der Krisen- und Nachhaltigkeitsdebatten und der zu erwartenden Erbschaften daraus ein dauerhafter Trend entwickelt, werden kommende Studien untersuchen.

Das Spendenverhalten unterscheidet sich auch zwischen weiteren sozio-demographischen Merkmalen über das Einkommen hinaus. So zeigen logistische Regressionsanalysen *ceteris paribus* – also alle weiteren Charakteristika konstant haltend – unterschiedliche Spendenwahrscheinlichkeiten (siehe Abbildung links): Höher sind diese für Frauen als für Männer (4,2 Prozentpunkte), für Menschen mit Wohnsitz in West- als in Ostdeutschland (10 Prozentpunkte), mit allgemeiner Hochschulreife als mit mittlerer Reife (7,8 Prozentpunkte) sowie mit einem Haushaltseinkommen von über 4.000 als für Einkommen unter 1.500 Euro (23 Prozentpunkte). In eine ähnliche Richtung deuten OLS-Regressionen zu Unterschieden in der Spendenhöhe (unter

den Spendern) (siehe Abbildung rechts). Menschen mit einem hohen Bildungsniveau geben 164 Euro mehr als solche mit einem mittleren. Große Einkommensunterschiede gehen mit einer Spendendifferenz von über 400 Euro einher. Interessanterweise geben Männer – wenn sie denn spenden – rund 142 Euro mehr als Frauen.

Wer ist vertrauenswürdig?

Wer spendet, möchte, dass das Geld beim Bedürftigen ankommt. Das deutsche Spendensiegel bietet dafür einen Indikator. Es listet die vertrauenswürdigen Institutionen auf und benennt auch deren Kostenanteile für Marketing und Verwaltung. Die effizientesten Organisationen kommen dabei auf eine Verwaltungsquote (unter anderem für Werbung und Verteilung) von rund 10 bis 20 Prozent, die vom DZI als angemessen bezeichnet wird. Unter [Spenden-Siegel - DZI](#) lässt sich die passende Organisation für Spende nach den eigenen Wünschen bezüglich der Bereiche und der Länder auswählen.

Geben ist seliger als nehmen

Die gute Nachricht zum Schluss: verhaltensökonomische Studien zeigen, dass wer spendet und anderen Menschen etwas von seinem Wohlstand abgibt, dadurch sogar glücklicher und zufriedener wird als der Beschenkte. Auswertungen von Bevölkerungsumfragen ergeben, dass unabhängig von Einkommen, Alter und Familienstand Menschen die Schenken, eine signifikant höhere Lebenszufriedenheit aufweisen. Auch laut unseren Berechnungen spenden Menschen, die einem Ehrenamt nachgehen oder mit Ihrem Leben insgesamt besonders zufrieden sind, deutlich häufiger und mehr (siehe Abbildung). Insbesondere zur Weihnachtszeit lässt sich die zunehmende Spendenbereitschaft der Deutschen für humanitäre Zwecke mit emotionalen Beweggründen wie Mitgefühl und Mitleid während der kalten Jahreszeit und den Krisen weltweit erklären.

Ein Ursprung für den Zusammenhang von positiven Gefühlen und Schenken liegt in sozialen Beziehungen. Diese sind ein menschliches Grundbedürfnis und waren und sind für das Überleben und das Wohlbefinden von Menschen wichtig. Schenken ist vor allem dann ein Glücksbringer (auch) für den Spender, wenn dies freiwillig geschieht. Verhaltensökonomische Studien mit Messung der Gehirnaktivitäten zeigen: Bei freiwilligen Spenden wird das Belohnungssystem im Gehirn viel

stärker aktiviert als bei unfreiwilligem oder eingefordertem Geben (Dunn et al., 2014). Die Mehrheit aller Menschen in Deutschland spenden Geld. Andere investieren Zeit oder leisten Sachspenden. Die steigende Hilfsbereitschaft als positive Botschaft macht Mut, dass auch die aktuellen Krisen bewältigt zu können.

Literatur

Dunn, W. Elizabeth / Aknin, Lara B. / Norton, Michael I., 2014, Prosocial Spending and Happiness: Using Money to Benefit Others Pays Off. *Current Directions in Psychological Science*, Bd. 23, Nr. 1, S. 41-47

DZI, 2023, Mehr als 1 Milliarde Euro Spenden für die Ukraine in 2022 - DZI, Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen [24.7.2023]

Grunewald, Mara / Orth, Anja Katrin, 2017, Spenden: Geben ist seliger als nehmen, IW-Kurzbericht, Nr. 88, Köln

Nguyen, Cathy et al., 2022, Mind the gap: Understanding the gap between intentions and behaviour in the charity context, *Journal of Business Research*, Bd. 148, S. 216–224

Schulz-Sandhof, Karste / Schupp, Jürgen, 2022, Reiche Haushalte in Deutschland spenden relativ zum Einkommen weniger als ärmere Haushalte, DIW-Wochenbericht, Nr. 46, S. 596-605

Datengrundlage

Die Auswertungen basieren auf der IW-Personenbefragung (über das Online-Access-Panel von respondi&bilendi) aus dem Frühjahr 2023 (Feldzeit: 27. Februar 2023 bis 6. März 2023) Die valide Nettostichprobe umfasst 4.899 Beobachtungen. Befragte mit einer Hochschulzugangsberechtigung sind überrepräsentiert, solche ohne Schulabschluss oder mit Hauptschulabschluss in der Nettostichprobe unterrepräsentiert, weshalb in den vorliegenden Auswertungen entsprechende Anpassungsgewichte verwendet wurden.