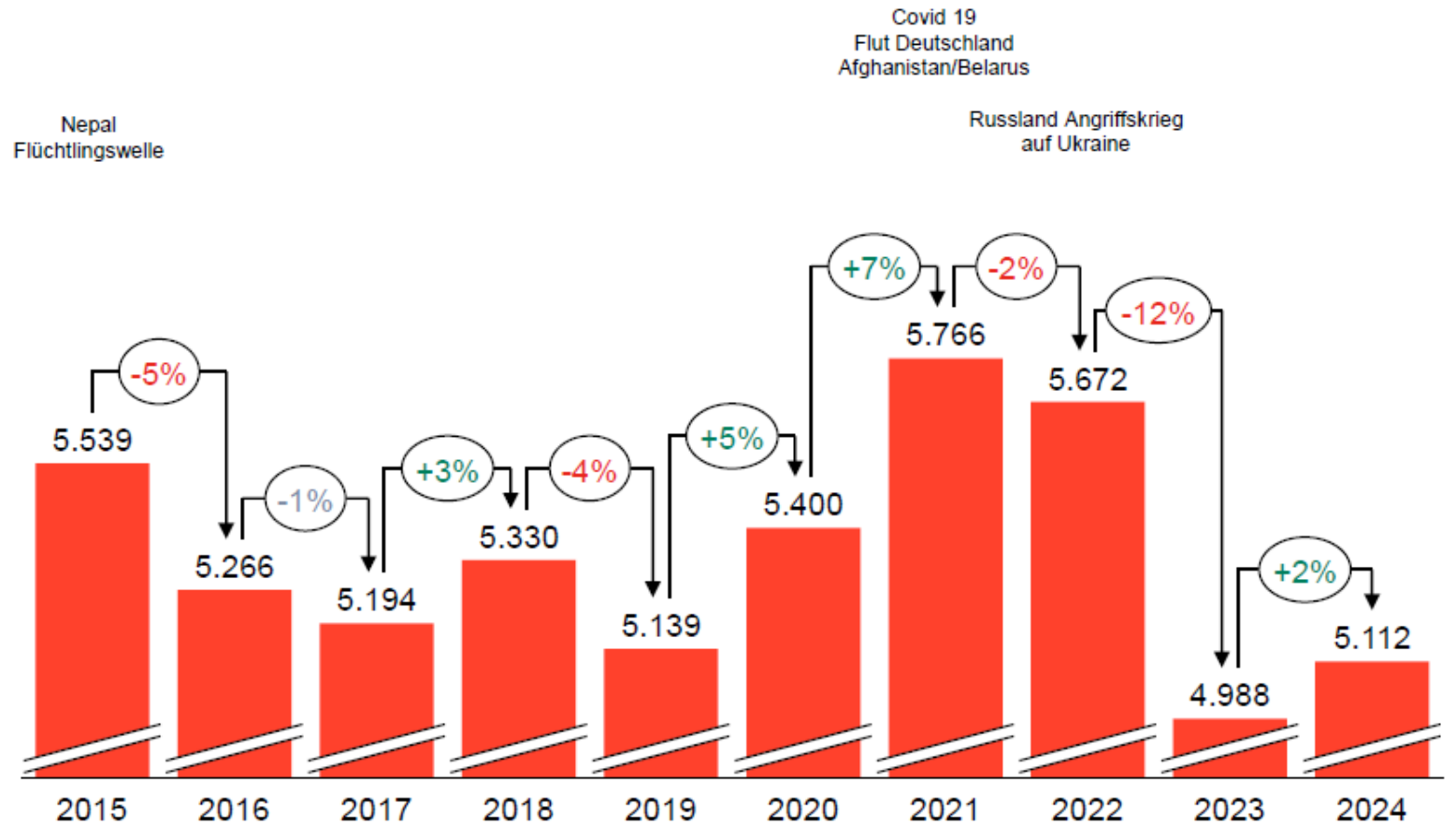


Spendenmarkt Deutschland: Zahlen, Herausforderungen und Optionen

24. März 2025

Worüber
sprechen
wir?

Positive Entwicklung trotz angespannter finanzieller Situation der Menschen



Gesamtmarktzahlen

Wachstum 2023-2024: +2%

Spendenhäufigkeit pro Spender: 7,2

Durchschnittspende: €43

Spenderreichweite: 25%

Zahlen für SH, NS, HH, BR, MV

Wachstum 2023-2024: 0%

Spendenhäufigkeit pro Spender: 6,6

Durchschnittspende: €40

Spenderreichweite: 25%

Wofür wird gespendet?

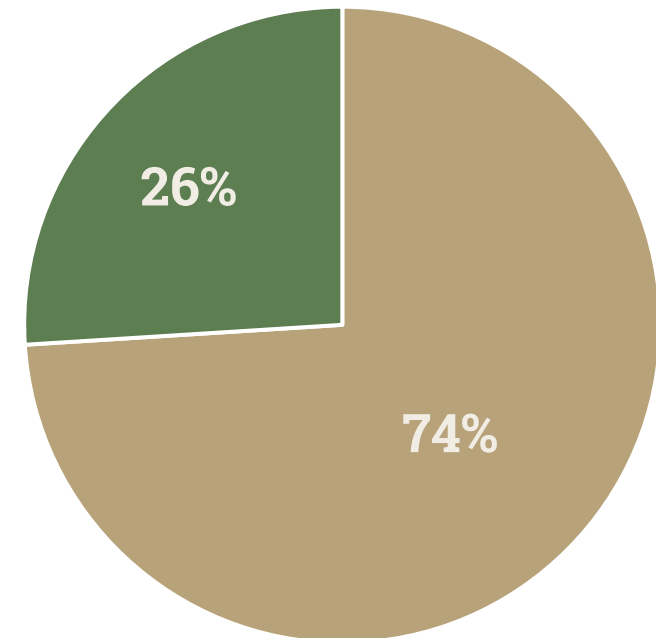
Humanitäre Hilfe

- Kirche und Religion (23%)
- Kinder- und Jugendhilfe (25%)
- Not/Katastrophenhilfe (19%)
- Krankheit / Behinderung (10%)
- Entwicklungshilfe (4%)
- „Sonstige“ humanitäre Hilfe (16%)

Nicht humanitäre Hilfe

- Kultur und Denkmalpflege (13%)
- Natur, Umwelt, Klimaschutz (12%)
- Tierschutz (29%)
- Sport (10%)
- Sonstiges, keine Angabe (33%)

Spenden 2024



■ humanitäre Hilfe ■ nicht humanitäre Hilfe

Die „Top- Bereiche“ nach Spenden- einnahmen

„Die Großen“

Kinder- und Jugendhilfe: €974 Mio.
Kirche und Religion: €901 Mio.
Not- und Katastrophenhilfe: €725 Mio.
Sonstige Humanitäre Hilfe: €627 Mio.

„Das Mittelfeld“

Sonstiges / keine Angabe: €440 Mio.
Krankheit und Behinderung: €404 Mio.
Tierschutz: €396 Mio.

„Klein aber fein“

Kultur und Denkmalpflege: €183 Mio.
Natur-, Umwelt-, Klimaschutz: €169 Mio.
Entwicklungshilfe: €152 Mio.
Sport: €142 Mio.

Zentrale Erkenntnisse im 20. Jahr der „Bilanz des Helfens“

Wo gab es Wachstum?

- Der Gesamtmarkt ohne Not- und Katastrophenhilfe ist kräftig gewachsen (+8%, auf €4,387 Mrd.)
- Spenden für kirchliche/religiöse Zwecke (+ €138 Mio. bzw. 18% ggü. dem Spendenvolumen 2023)
- Kultur und Denkmalpflege (+ 5,3% ggü. dem Spendenvolumen 2023)
- Bei Projekten mit einem „lokalen Bezug“ (+2% ggü. 2023)
- In den Altersgruppen 30-39 Jahren (27%) und 70+ Jahren (4%)
- In den Bundesländern Bayern und NRW

Zentrale Erkenntnisse im 20. Jahr der „Bilanz des Helfens“

1. Verlässliche Marktdaten für den gesamten 3. Sektor sind leider weiterhin schwer zu bekommen.
2. Der 3. Sektor schafft es nicht, vorhandene finanzielle „Kapazitäten“ für gemeinnützige Arbeit zu mobilisieren.
3. Die Generationen unterscheiden sich stark in ihrem Spendenverhalten.
4. Die „Ausnahmejahre Corona“ sind vorbei.
5. Regionalität spielt eine wichtige Rolle – sowohl bei Mobilisierung von Spendengeldern als auch bei Spenderpräferenzen.
6. Lokale Projekte haben einen leicht stärkeren Stellenwert als in den Jahren 2022 und 2023.
7. Die allerwichtigste Spendenbarriere für Nichtspender ist Mangel an Effektivität und Transparenz.
Hier müssen NPOs proaktiv auf (potenzielle) Spender zugehen und in Beziehungsauf- und ausbau investieren.



SINNGEBER

Andreas Schiemenz

Geschäftsführer, Beratung

Becky Ann Gilbert CFRE

Senior Fundraising Consultant

Jörg Schumacher

Krisen- und Spendenkommunikation

sinnggeber.eu/npo