

Spendenaufkommen in Deutschland lässt sich um 50 Prozent erhöhen

McKinsey-Studie: Wenig ausgeprägte Spendenkultur und unklare Ziele bremsen Philanthropen.

In Deutschland fließen jährlich rund 26 Milliarden Euro aus privater Hand in gemeinnützige Aktivitäten. Dieses Spendenaufkommen lässt sich um 50 Prozent erhöhen. Gleichzeitig können gemeinnützige Organisationen die Wirkung ihres Engagements durch eine effizientere Arbeit erheblich steigern. Zu diesem Schluss kommt eine neue McKinsey-Studie zu gemeinnützigem Engagement in Deutschland. Die Untersuchung zeigt erstmals: Vor allem vermögenden Philanthropen wird das Spenden eher schwer gemacht - das Thema ist in der öffentlichen Wahrnehmung nicht nur positiv besetzt, es mangelt an Anerkennung für großzügige Spender. Von den gemeinnützigen Organisationen werden potenzielle Großspender oft nur zögerlich individuell angesprochen, was bei diesen zu Unsicherheit führt, wo und wie sich sinnvoll spenden lässt.

„Viele Deutsche engagieren sich gemeinnützig und sind in hohem Maße bereit zu philanthropischem Handeln“, sagt Ulf Schrader, Partner bei McKinsey und Co-Autor der Studie. „Doch vor allem Großspender sind noch zurückhaltend, sich durch ihre Spenden gesellschaftlich zu engagieren.“ Während in den USA individuelle Spenden Größenordnungen von mehreren Milliarden Euro erreichen, betragen die größten öffentlich bekannten Einzelspenden in Deutschland gut 200 Millionen Euro. Im Vergleich zu ihren Nachbarn im Ausland sind die Bundesbürger auch insgesamt weniger spendabel. Sie spenden im Durchschnitt nur 0,4 Prozent ihres verfügbaren Einkommens, mit der Kirchensteuer sind es 0,9 Prozent. In den USA geben Bürger rund 2 Prozent ihres verfügbaren Einkommens für gemeinnützige Zwecke inklusive religiöser Spenden aus. „Die Spendenhöhe in Deutschland ist noch ausbaufähig“, sagt Schrader mit Blick auf diese Zahlen.

Deutschland fehlt eine ausgeprägte Spendenkultur

Gemeinnütziges Engagement von Vermögenden wird der Studie zufolge hierzulande eher misstrauisch beäugt. Die Hälfte aller Großspender und Stifter bleibt lieber anonym. Großspender in den USA hingegen genießen Ansehen und Ehrungen und werden in Rankings der „most generous philanthropists“ gefeiert. In Großbritannien habe sich seit der Einführung eines Spendenindex in den Medien vor fünf Jahren das Spendenvolumen der Top-30-Philanthropen auf 1,2 Millionen Pfund Sterling versiebenfacht, betont Schrader.

In Deutschland gibt es zu wenig öffentliche Vorbilder und Erfolgsgeschichten. Es mangelt an Transparenz, da weder eine umfassende Spendenstatistik noch ein Überblick über Ziele und Programme aller Spenden sammelnden Organisationen existieren. „Das Fehlen einer Publikationspflicht behindert eine faktenbasierte Debatte“, beschreibt Schrader die Situation. Ein großes Potenzial sieht der Berater auch beim Thema Erbschaftsspenden. Weil diese Option konkret kaum bekannt sei und oft nur sehr emotional diskutiert werde, vererben momentan nur 3 Prozent aller Deutschen einen Teil ihres Vermögens - in Summe rund 5 Milliarden Euro jährlich - an gemeinnützige Organisationen. In Umfragen hingegen äußert jeder vierte Bundesbürger seine grundsätzliche Bereitschaft, beim Vererben auch gemeinnützige Institutionen zu bedenken.

Förderer und Organisationen brauchen klare Ziele

Im sozialen Sektor fehlt es oft an strategischen Überlegungen. Dies gilt sowohl für Spender als auch für gemeinnützige Organisationen. Während es für Kleinspender klar umrissene Förderprojekte gibt, wie z.B. Kinderpatenschaften, fehlen für Mittel- und Großspender vergleichbare Angebote. Doch auch Großspender möchten der Studie zufolge konkrete Projekte mit greifbaren Resultaten unterstützen. Allerdings: Auch wenn

Initiativen klar umrissen sind, arbeiten Förderer und Organisationen mit identischen Schwerpunkten oft nebeneinander her - teilweise ohne es zu wissen -, weil ihnen die Marktanalyse fehlt.

Philanthropie benötigt Vermittler

Ausbaufähig in Deutschland ist auch die Infrastruktur rund um das Thema gemeinnütziges Engagement und Spenden. Es gibt zu wenig unabhängige Mittlerorganisationen, die Fördermöglichkeiten aufzeigen oder bewerten. Im Gegensatz dazu gibt es beispielsweise in Großbritannien umfassende Datenbanken wie Guidestar, die Informationen zu allen anerkannten gemeinnützigen Institutionen aufbereiten oder Rating-Agenturen wie New Philanthropy Capital, welche Projekte untersuchen und bewerten.

Professionelles Management ist für viele kleine gemeinnützige Organisationen und Stiftungen der Studie zufolge ein Problem. Nicht einmal jede zweite Stiftung evaluiert ihre Arbeit regelmäßig oder stellt strategische Überlegungen bei der Projektauswahl an. Mehrheitlich wird ohne Kennzahlen gearbeitet. "Der Einsatz professioneller Mittlerorganisationen erhöht zwar die Verwaltungskosten", erläutert Schrader. „Andererseits kann ohne professionelles Management auch kein effektives Handeln gewährleistet werden.“ Kleineren Organisationen und Stiftungen könnten externe Dienstleister wie Stiftungszentren helfen, Kosten zu sparen und gleichzeitig professionell zu arbeiten.

Hintergrund:

Für die Studie „Gesellschaftlichen Wandel gestalten“ hat McKinsey 30 der 100 reichsten deutschen Familien interviewt und Vertreter der größten deutschen Stiftungen, gemeinnützigen Organisationen und Verbände befragt, darunter die Bertelsmann Stiftung, der Bundesverband Deutscher Stiftungen, die Diakonie sowie Experten aus Wissenschaft und Forschung.

Um die Gesamtsumme der finanziellen Zuwendungen zu ermitteln, die jährlich aus privater Hand in gemeinnützige Aktivitäten fließen, hat McKinsey eine neue Berechnungsgrundlage geschaffen. Berücksichtigt wurden dabei private Spenden (inklusive Fördermitgliedschaften), Kirchensteuer, Erbschaften, Rendite aus Stiftungsvermögen, gemeinnütziges Engagement von Unternehmen sowie Mittel aus Lottoeinnahmen und Bußgeldern.

23.12.2008

Copyright V&M Service GmbH, 78421 Konstanz, Telefon 07531-282141. Jegliche Vervielfältigung und gewerbliche Nutzung untersagt.

Hinweis: Sämtliche Online-Inhalte sind urheberrechtlich geschützt und sind ausschließlich für den persönlichen Informationsbedarf bestimmt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwendung ohne Einwilligung des Verlages strafbar. Jede Verbreitung, Nachdruck oder sonstige Vervielfältigungen sowie inhaltliche Übernahme in Webseiten sowie Verlinkung auf einzelne Informationsangebote und Inhalte ohne ausdrückliche und schriftliche Genehmigung der V&M Service GmbH, Konstanz verstößt gegen das Urheberrecht.

Originalbeitrag: www.npo-manager.de/archiv/?bid=1312