



Kurzversion (1'000 Z)

Ärmere Schweizer Haushalte spenden relativ mehr

Spenden erzeugt ein gutes Gefühl. Ist das der Grund, warum Schweizer Bürger für die Tsunami-Katastrophe durchschnittlich 23 Euro spendeten und sich damit an die Weltspitze setzten? Eine Umfrage von über 1'200 Personen der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur und der Universität St. Gallen hat das Spendenverhalten der Schweizer wissenschaftlich untersucht.

Die von Prof. Dr. Ruedi Minsch und Carolin Güssow durchgeführte Studie zeigt, dass höhere Einkommen erwartungsgemäss mehr spenden, aber ärmere Haushalte einen höheren Anteil ihres Einkommens für gemeinnützige Zwecke ausgeben. Gemäss einer Modellschätzung haben zudem steigendes Alter, der Zivilstand «verheiratet» und höhere Ausbildung einen positiven Einfluss auf die absolute und relative Höhe der Spende. Das gute Gefühl beim Spenden stellt sich ein, solange das Vertrauen besteht, dass anvertraute Gelder zielgerichtet eingesetzt werden. Weniger wichtig ist, auf welche Weise der Nutzniesser durch die Spende profitiert hat. Mehr dazu: www.fh-htwchur/presse

Lange Version (3'560 Z)

Spendenverhalten der Schweizer Bevölkerung

Ältere, Verheiratete, Gebildete und Frauen spenden mehr. Dies zeigt eine wissenschaftliche Studie.

Erstmals liegen wissenschaftliche Ergebnisse zum Spendenverhalten der Schweizer Bevölkerung vor. Eine Umfrage der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur und der Universität St. Gallen bei über 1'200 Personen zeigt, dass höhere Einkommen zwar erwartungsgemäss mehr spenden, aber dass ärmere Haushalte einen höheren Anteil ihres Einkommens für gemeinnützige Zwecke ausgeben. Gemäss einer Modellschätzung von Prof. Dr. Ruedi Minsch und Carolin Güssow haben zudem steigendes Alter, der Zivilstand «verheiratet» und höhere Ausbildung einen positiven Einfluss auf die absolute und relative Höhe der Spende.

Haushalte mit einem monatlichen Nettoeinkommen von 5000 Franken spenden durchschnittlich 125 Franken pro Jahr für gemeinnützige Organisationen, die gleichzeitig eine Mitgliedschaft anbieten. Erstaunlicherweise aber spenden ärmere Haushalte im Verhältnis zu ihrem Einkommen mehr. Viele geben grundsätzlich zirka 250 Franken, unabhängig davon, wie viel sie verdienen. Die Spendenhöhe wird aber nicht nur durch das verfügbare Einkommen bestimmt. Ältere Menschen scheinen mehr auf ihr soziales Gewissen zu hören als jüngere. 10 Jahre mehr Lebenszeit erhöhen den jährlichen Spendenbetrag um 155 Franken und lassen den Spendenanteil um 0,19 Prozentpunkte ansteigen. Soziales Verhalten fällt also nicht vom Himmel, sondern entwickelt bzw. verstärkt sich im Laufe des Lebens.



Das Warm-glow-Gefühl und Frauen

Anscheinend trägt auch das Eheleben zu wesentlich mehr Spendenfreude bei: Verheiratete spenden bei gleichem Einkommen 346 Franken mehr als Personen in Haushalten, die kein Eheleben führen. Offen bleibt hier die Frage, ob man mit der Heirat spendenfreudiger wird oder ob Personen, die stärker auf ihr soziales Gewissen hören, eher heiraten.

Auch die Ausbildung beeinflusst die Spendenhöhe positiv. Höhere Ausbildungsschichten scheinen also das Warm-glow-Gefühl stärker erlernt, verinnerlicht bzw. erfahren haben als andere. Personen, die nur die obligatorische Schule absolviert haben, spenden bei gleichem Einkommen über 2/3 Prozentpunkte weniger. Personen mit der Ausbildung Sekundarstufe 2 spenden 254 Franken mehr als jene der anderen Bildungsstufen.

Weitere Analysen zeigen, dass Frauen bei der Nothilfe relativ wie absolut mehr spenden als Männer (47 Fr. mehr). Gerade die Nothilfe zählt zum Warm-glow-Motiv, da hier meist auf Grund von grosser Medienpräsenz das Pflichtbewusstsein für das Helfen schnell greift. Männer lassen sich davon weniger beeindrucken und machen wahrscheinlich trotz der akut benötigten Hilfe eine wohl überlegte, rationale und weniger emotionale Spendenentscheidung als Frauen. Das führt zu einem niedrigeren Spendenbetrag.

Gefühl wichtiger als Resultat

Für die Tsunami-Katastrophe spendete der Schweizer Bürger durchschnittlich 23 Euro und setzte sich damit an die Weltspitze. Die Ergebnisse der Umfrage deuten darauf hin, dass dieses Spendenverhalten vor allem darauf zurückzuführen ist, dass Spenden ein gutes Gefühl erzeugt. Somit ist es gar nicht so wichtig, dass die Spendenorganisationen dem Spender aufzeigen können, auf welche Weise der Nutzniesser durch die Spende profitiert hat. Solange Spender davon ausgehen können, dass die anvertrauten Gelder zielgerichtet eingesetzt werden, wird das gute Gefühl beim Spenden erzeugt und nicht erst später, wenn es dem Nutzniesser der Spende besser geht. Spendenorganisationen sollten daher darauf achten, dass der Spendenentscheid mit positiven Emotionen verbunden werden kann.

Die Autoren der Studie:

Prof. Dr. Ruedi Minsch

Professor für Volkswirtschaftslehre, Hochschule für Technik und Wirtschaft Chur HTW Chur

Carolin Güssow

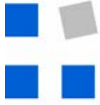
Forschungsinstitut für Empirische Ökonomie und Wirtschaftspolitik der Universität St. Gallen (FEW-HSG)

Kontakt:

Dr. Ruedi Minsch

Tel. 081 286 39 48

Ruedi.minsch@fh-htwchur.ch



Hintergrund:

Spendenkategorien

Die Umfrage unterscheidet zwischen drei Spendenkategorien:

Kategorie 1:

Jährliche Beiträge für Mitgliedschaften bei gemeinnützigen Organisationen (z.B. Rega, Paraplegikerstiftung)

Kategorie 2:

Jährliche Beiträge für gemeinnützige Organisationen ohne Mitgliedschaft (z.B. Caritas, Rotes Kreuz)

Kategorie 3:

Spenden für die Nothilfe pro Anlassfall (Katastrophenhilfe).

Diese Unterscheidung wurde insbesondere aufgrund einer Besonderheit des schweizerischen Spendenmarkts nötig: Die Spende geht vielfach einher mit einer Mitgliedschaft bzw. Gönnerschaft. Die bekanntesten zwei Organisationen Paraplegiker-Vereinigung und Rega verbinden nun die Mitgliedschaft mit einer Art Versicherung. Da hier neben dem gemeinnützigen Zweck ein rein privates Gut, die Versicherung, verkauft wird, muss diese Spendenkategorie separat erfasst werden. Bei der Katastrophenhilfe wurde gefragt, wie viel eine Person pro Ereignis spendet. Für die Schätzungen wurde unterstellt, dass sich durchschnittlich ein Nothilfeanlass pro Jahr ereignet.

Total wurden 1'231 Personen befragt

Download unter: <http://www.fh-htwchur.ch/presse>

Weitere Auskünfte:

Anita Grüneis, Projektleiterin Kommunikation

Tel. 081 286 24 23

Fax 081 286 24 00

E-Mail: anita.grueneis@fh-htwchur.ch