



AUSGABE 2 | NOVEMBER 2020

SPENDEN REPORT

SCHWEIZ

Herausgeber: Swissfundraising und Stiftung Zewo

Gute Spendenstimmung in der Schweiz hält an

Die Spendenstimmung in der Schweiz ist nach wie vor sehr gut. Sie wird von gesellschaftlich relevanten Themen wie Klimawandel, Migration oder Corona beeinflusst. Wie sich dies auf die gemeinnützige Tätigkeit von Hilfsorganisationen auswirkt, zeigt der Spendenreport Schweiz von Swissfundraising und der Stiftung Zewo.

Die Schweizer Bevölkerung stellt den Hilfswerken ein gutes Zeugnis aus: Sie findet ihre Arbeit relevant, wirkungsvoll und unverzichtbar. Acht von zehn Haushalten spenden denn auch. Ein mittlerer Haushalt verteilt dabei in einem Jahr 300 Franken auf vier Hilfswerke. Am häufigsten kommen die Spenden Menschen mit Behinderung, Kindern und Jugendlichen zugute. Ausgelöst werden sie meistens durch eine Mitglied- oder Gönnerschaft, häufig auch durch einen persönlich adressierten Brief.

Diese anhaltend positive Spendenstimmung geht aus dem zum zweiten Mal erschienenen Spendenreport Schweiz hervor. Die gemeinsame Publikation der Schweizerischen Zertifizierungsstelle für gemeinnützige Spenden sammelnde Organisationen, Zewo, und des Berufsverbands der Fundraiserinnen und Fundraiser in der Schweiz, Swissfundraising, bereitet die wichtigsten Daten und Fakten rund ums Spenden auf.

Corona verdrängte andere Themen aus der Öffentlichkeit

Die Schweizer Medien berichten regelmässig über das Thema «Spenden und Helfen» und über die Arbeit von Hilfswerken. Der Tenor ist dabei in der Regel positiv. Die mediale Präsenz hängt aber stark von übergeordneten Themen und Trends ab: So wurde etwa die Arbeit von Organisationen aus dem Gesundheits- und Sozialwesen während des Lockdowns besonders gewürdigt. Gleichzeitig verdrängte Corona viele andere gesellschaftlich relevante Themen aus der Öffentlichkeit – allen voran die Klima- und die Migrationsfrage. Das zeigt der im Spendenreport enthaltene Themenradar 2020 des Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich.

Die Hilfswerke arbeiteten wegen Corona unter veränderten Bedingungen. Viele im Inland tätige Organisationen aus dem Sozial- und Gesundheitswesen passten während dem Lockdown ihre Hilfe den veränderten Bedingungen an. Umwelt- oder Naturschutz- und teilweise auch Entwicklungshilfe-Organisationen erhielten während dieser Zeit weniger Aufmerksamkeit. Die Spenderinnen und Spender blieben aber solidarisch. Auch wenn für viele Hilfswerke noch unklar ist, wie sich die Spenden bis Ende Jahr entwickeln werden, blicken sie im Allgemeinen positiv in die Zukunft. Denn Arbeitsweisen, die sich während Corona verändert und bewährt haben, werden in der Zukunft Bestand haben. Und dass die Arbeit der Hilfswerke notwendig ist und von der Gesellschaft anerkannt wird, hat sich bestätigt.

Zürich, im November 2020

Martina Ziegerer
Geschäftsleiterin Zewo

Roger Tinner
Geschäftsführer Swissfundraising

Spenden in der Schweiz – die wichtigsten Fakten

Der Swissfundraising Spenden- und Imagebarometer misst seit 2015 jährlich die Schweizer «Spendenstimmung», und zwar aus Sicht der privaten Spenderinnen und Spender. Er fördert beständige Einstellungen auf hohem Niveau zutage. Das heisst: Der private Spendenmarkt ist ausserordentlich stabil und robust. Das trifft gerade auch auf das Jahr 2019 zu.

von Ruth Wagner



Ruth Wagner ist Autorin der Spendenmarktstudie Schweiz im Auftrag von Swissfundraising, Vorstandsmitglied bis 2018 und Geschäftsführerin von one marketing in Zürich.

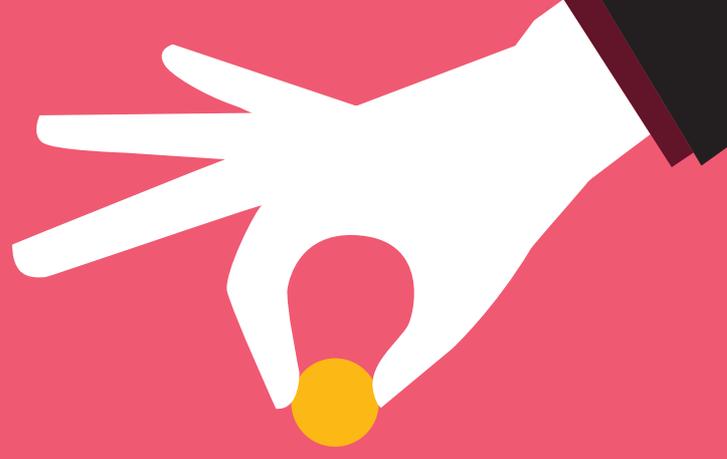
84% aller Schweizer Haushalte haben 2019 nach eigener Aussage gespendet. Die gefühlte Spendenaktivität und die solidarische Grundhaltung sind also hoch.

Im Schnitt wurde pro Haushalt und Jahr auch 2019 ein Betrag von 300 Franken gespendet, ohne Berücksichtigung von Legaten und Grossspenden. Die Medianspende bzw. das gemittelte Ausgabeverhalten ist damit über den Zeitraum von fünf Jahren (2015–2019) konstant geblieben. Entsprechend haben einzelne konjunkturelle Faktoren wie Arbeitslosenquote, Entwicklung des Bruttoinlandprodukts (BIP) oder die Teuerung – die sich 2019 allesamt positiv entwickelten – offensichtlich einen marginalen Einfluss: Es ist stattdessen eher die kumulierte Belastung des Haushaltsbudgets, welche die allgemeine Konsumentenstimmung dämpft. Was wiederum auch das Spendenverhalten beeinflussen kann – aber nicht zwangsläufig muss.

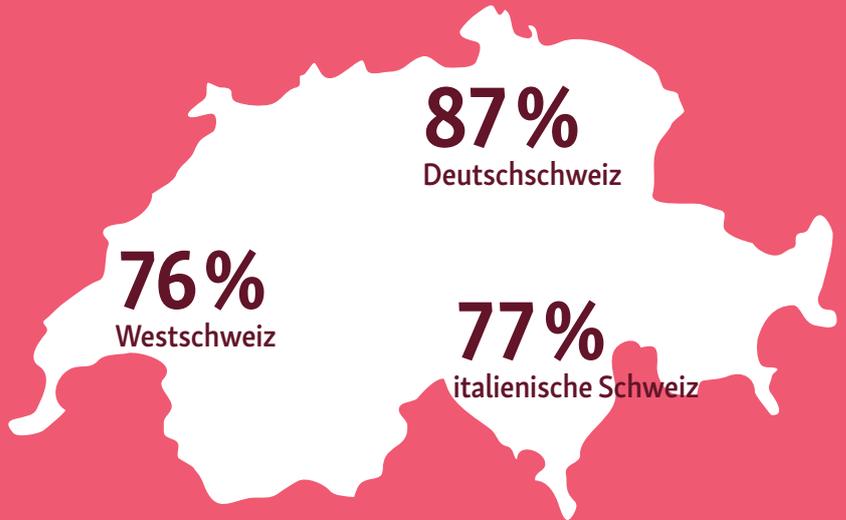
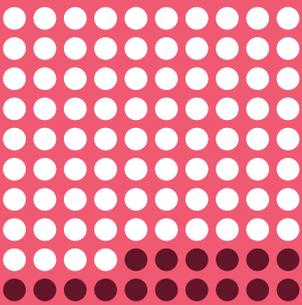
Erstmals spenden jüngere Haushalte mehr

Die übergeordnete Betrachtung eines Jahres oder des Gesamtmarktes glättet die Resultate generell, besonders im Blick auf demografische Unterschiede einzelner Spendergruppen wie etwa die Alterskategorien. Erst die spezifische Auswertung fördert denn auch für 2019 einzelne aufschlussreiche Erkenntnisse zutage. So hat sich die bis anhin typische Altersverlaufskurve im Spendenverhalten verändert: Erstmals übertrifft 2019 die Spendentätigkeit der 35–54-Jährigen mit 90% (2018: 86%) die Alterskategorie 55–99 (88%, 2018: 91%), und der bekannte «Altersvorsorge-Knick» manifestiert sich früher. Insbesondere die Rentner und Rentnerinnen scheinen zunehmend belastet von den kantonalen teilweise hohen, direkt zu tragenden Pflegekosten in fragileren Lebensphasen und von der finanziellen Unsicherheit einer hohen Alterserwartung (vor allem die Angst, ob es «bis zum Schluss reicht»).

Spendenverhalten



84 %
der Haushalte



300 CHF
Spenden pro Haushalt (Median)
an 4 verschiedene Hilfswerke



Nach Geschlecht

86 %
Frauen

82 %
Männer

Nach Alter

71 %
15 bis 34 Jahre

90 %
35 bis 54 Jahre

88 %
55 bis 99 Jahre

Dieser Effekt zeigt sich auch in den Beitragshöhen: Grundsätzlich spenden Menschen unter 45 Jahren am wenigsten, ältere hingegen deutlich mehr. Kurz vor der Pensionierung wird das Maximum erreicht, die Spendenbeiträge ab 70 wiederum nehmen deutlich ab als in den Vorjahren (70 plus: Medienspende 200 Franken). Es scheint sich eine ganz spezifische, nicht nur bildungs- oder berufsabhängige Schere zu akzentuieren: Im Alter der höchsten frei verfügbaren Einkommen (55-69) wird weniger häufig, aber deutlich mehr (höchste Beiträge) gespendet. Die Rente wird dann zwar oft geteilt, aber auf tieferem Niveau als in den Vorjahren, und sie wird sehr überlegt geteilt. Die Schweizer Bevölkerung (Nichtspender eingeschlossen) spendet zu 25% überhaupt nur einmal im Jahr – die 59% häufiger Spendenden unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Frequenz wie folgt: 37% von ihnen spenden jährlich, 42% halbjährlich bis quartalsweise und 21% noch öfter bis monatlich. Im Schnitt werden dabei knapp 4 verschiedene Hilfswerke oder Organisationen berücksichtigt.

Wer 2019 gar nicht spendete (15%), nennt als Grund wie im Vorjahr am häufigsten Geldknappheit (34%). Mit Freiwilligenarbeit, Direktunterstützung oder Crowdfunding wird auch 2019 kaum argumentiert (alle unter 8%).

Klimakrise ist bei Spenderinnen und Spendern präsent

Die Zunahme bei der Spendenfrequenz jüngerer Alterssegmente wie der Millennials und der Generation Y (geboren

zwischen 1980 und 2000), aber auch insbesondere der Generation X (geboren zwischen 1965 und 1980) dürfte wesentlich von einer thematischen Akzentuierung beeinflusst sein: Natur- und Umweltkatastrophen, Erosion, Dürre, Hunger. Der Klimawandel und seine Folgen sind direkt und indirekt Ursache der meisten Krisen weltweit. 2019 war ein Jahr geprägt von Klima und Krieg. Klimaschutz und Nachhaltigkeit waren gleichzeitig die bestimmenden gesellschaftspolitischen Begriffe mit medial breitem Echo. Und im Sinne einer globalen Bewegung bestimmten Umweltthemen auch privates Engagement in der Schweiz, nachweisbar bis hin zu den Spendenaktivitäten. So stiegen die Werte von Natur- und Umweltschutz 2019 besonders akzentuiert um weitere 6,5% auf 50% bei den Nennungen zum konkreten Spendenzweck. Er liegt damit nur knapp hinter den beiden über die letzten Jahre konstant beliebtesten Spendenthemen, nämlich Menschen mit Behinderung (54%) sowie Kinder und Jugendliche (51%), und er liegt neu vor Sozial- und Nothilfe sowie Gesundheitsprävention und Krankheitsforschung.

Die hinsichtlich Anzahl zugewiesener Spenden relevantesten Organisationen korrelieren in ihren Themenbereichen deutlich mit den am häufigsten genannten Spendenzwecken: Entsprechend konnten Umweltschutzorganisationen wie WWF und Pro Natura deutlich mehr direkte Zuwendungen verzeichnen als im Vorjahr und ihre Stellung entsprechend ausbauen. Die akzentuierte Marktkonzentration auf eine Handvoll grosser Organisationen

bleibt jedoch offenkundig. Diese können ihre dominante Marktstellung auch bei leichten Verschiebungen behaupten – was sich ebenso bei den Messresultaten von Bekanntheit und Image zeigt.

Hohes Vertrauen in die Hilfswerke – eine Konstante

Im Bereich Image und Ansehen sind die Werte der Branche insgesamt als auch der einzelnen Werke 2019 erfreulich hoch. Dies trifft besonders auf die guten Vertrauenswerte zu.

Für die zweite wichtige Dimension der Erhebung, den «Imagebarometer», gilt also ebenfalls: Es gibt eine durchgängig positive, gemittelte Aussenwahrnehmung im Spiegel der Bevölkerung. Auch das ist eine verlässliche und robuste Konstante über die Zeit im Spendenmarkt Schweiz. ■

Motivationen und Auslöser: Warum Schweizer spenden

Entscheidend für das Spenden sind Werteorientierungen und persönliche Überzeugungen. Solidarität, Anteilnahme oder Dankbarkeit heissen die Stichworte. Wichtigste Auslöser einer Spende sind nach wie vor Mitgliedschaften, Patenschaften oder Print-Spendenaufrufe im Briefkasten.

Spenden vermitteln ihnen «ein gutes Gefühl», sagen 87% der Befragten. 83% schätzen es, dass sie mit ihrem Beitrag persönlich «etwas bewirken können». Zwar sind die Nennungen etwas weniger deutlich (der Anteil «stimme völlig zu» ist leicht rückläufig), das kumulierte Resultat bleibt aber im Vergleich zum Vorjahr konstant.

Vom Engagement einer Organisation überzeugt

Eine vertiefte Evaluation der psychologischen Motive unter allen effektiv Spendenden stützt diesen Sachverhalt: Auch 2019 geben die Befragten am häufigsten (90%) an, sie hätten gespendet, weil sie vom Anliegen und vom Engagement einer Organisation überzeugt waren, gefolgt von der Idee der Solidarität (87%), der Dankbarkeit für das eigene Wohlergehen (83%) und der Übereinstimmung mit den eigenen Werten (81%). Die Überzeugtheit vom Anliegen einer Organisation (91%) und das Motiv der Dankbarkeit (83%) sind besonders in der Deutschschweiz relevant, in der Romandie und im Tessin ist dagegen der Gedanke der Solidarität wichtiger (Romandie: 91%; italienische Schweiz: 97%). Noch wichtiger ist in der italienischsprachigen Schweiz die



Spendenmarkt Schweiz

Die Studie «Spendenmarkt Schweiz 2019», herausgegeben von Swissfundraising, der Berufsorganisation für Fundraising-Fachleute, basiert auf den von DemoSCOPE erhobenen Markt- und Marketingdaten:

Alle Ergebnisse sind repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren nach Sprachregion und beziehen sich im Sinn von «Public Fundraising» auf private Geldspenden ohne Legate und Grossspenden (geglättete Datenbasis). Explizit ausgeschlossen sind Spenden von Firmen, Zuwendungen von Stiftungen sowie Sponsoring.

Nach mittlerweile fünf Erhebungsperioden mit konstanter Methodik liegt eine robuste Messreihe vor, welche Vergleiche, Bezüge und auch die Interpretation von Entwicklungstendenzen zulässig macht.

Die Befragungsanlage gliedert sich in zwei Instrumente: Spendenbarometer und Imagebarometer, mit einem je unterschiedlichen Teilnehmerfeld (zwei Stichproben) und unabhängiger Methodik. Für die im vorliegenden Spendenreport verdichtete Marktbetrachtung werden ausgewählte Ergebnisse aus beiden Erhebungen konsolidiert.

Bezugsquelle der Studie: info@swissfundraising.org

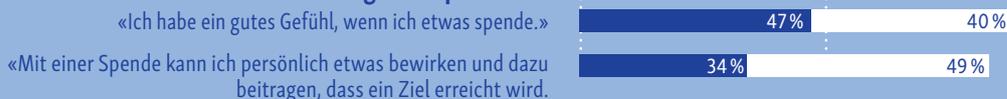
Spenden – Gründe und Einstellungen

Sie spenden ...



Basis: n=1255 Befragte

Einstellung zum Spenden ...



Basis: n=1500 Befragte

■ Völlig zutreffend ■ Eher zutreffend

Grafik : Swissfundraising, Spendenmarkt Schweiz 2019

Übereinstimmung des Spendens mit den eigenen Werten (97%).

Insgesamt haben die meisten dieser Motive leicht an Relevanz verloren. Signifikant abgenommen bei den häufigsten Nennungen hat das reine Emotionsmotiv «gutes Gefühl» (65%, damit 8% tiefer als 2018) und auf niedrigerem Niveau die beeinflussende Rolle des Umfelds (15%, 21% tiefer im Vergleich zu 2018). Das letztere Motiv ist nach wie vor besonders für Spendende unter 34 Jahren (26%) wichtig und deshalb im Zusammenhang mit dem Influencermarketing von Bedeutung.

Auffällig im Blick auf die verschiedenen Alterskategorien ist das sogenannte Reziprozitätsmotiv («könnte mich selber treffen», deshalb spende ich). Der Durchschnitt von 56% resultiert vor allem aus den Altersgruppen zwischen 25 und 54 (25-34: 67%, 35-44: 59%, 45-54: 59%), also den aktivsten Lebensphasen und der unerwarteten akuten Konfrontation mit Unfall oder auch unheilbarer Krankheit. Hingegen ist Mitleid kein explizites Motiv von Älteren. Es erreicht bei über 70-Jährigen die gleichen Werte wie bei 24-Jährigen.

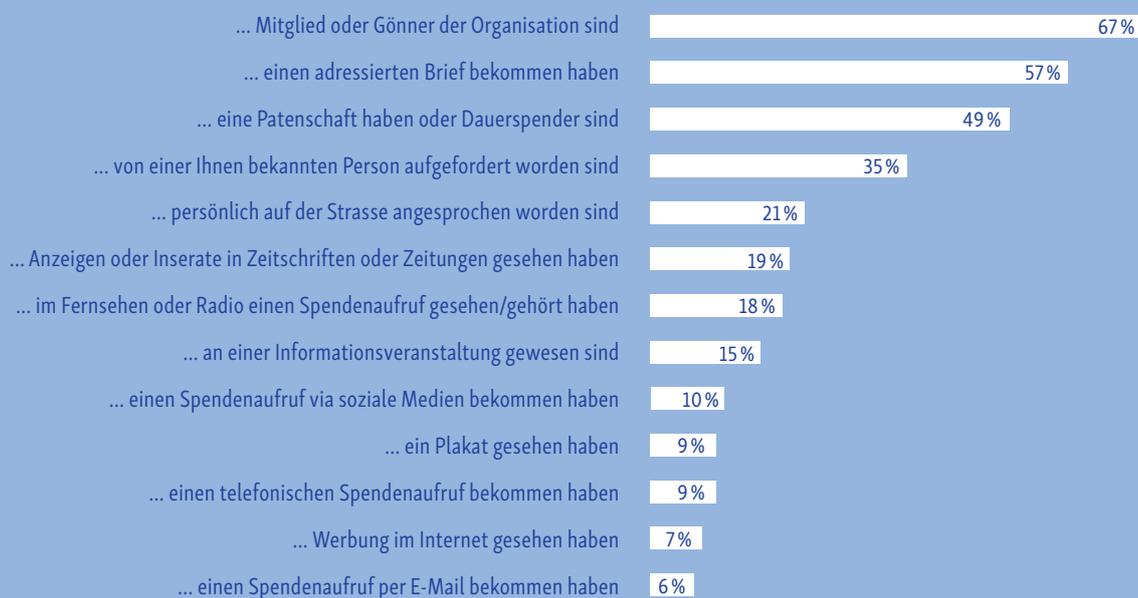
Wodurch Spenden ausgelöst werden

Soviel zu den wichtigen Erkenntnissen im Blick auf Beweggründe oder Motive, weshalb Menschen spenden. Auf einer anders gelagerten, eher marketing- und fundraisingtechnischen Ebene ist die Frage nach den konkreten Auslösern oder den Spendenmotivatoren von Bedeutung.

Diese Auslöser werden gestützt abgefragt, und es sind Mehrfachnennungen möglich. Wie schon in den Vorjahren wird die Spende am häufigsten durch eine Beitragsaufforderung mit verpflichtendem Charakter ausgelöst. So nennen 67% der Befragten eine

Die wichtigsten Spendenauslöser

Sie haben gespendet, weil Sie ...



Grafik: Swissfundraising, Spendenmarkt Schweiz 2019

Mitgliedschaft als Spendenstimulator und 49% verweisen auf eine Patenschaft. Für 57 Prozent war eine direkte Spendenaufrufung per adressiertem Brief der relevante Treiberfaktor.

Generell haben nach wie vor Spendenaufrufe im Briefkasten (adressierte Briefe, unadressierte Streuwürfe) eine grosse Bedeutung: Gemäss dem Swissfundraising Direct-Marketing Panel, das die Spendenaufrufe systematisch beobachtet, blieb die Anzahl der Massnahmen insgesamt konstant bei steigendem Rücklauf. Zugleich wurden aber die Auflagen reduziert. Im

Bereich Streuwurf betrug die Reduktion nach einer Phase von enorm hohen Anteilen 2019 nahezu 25%.

Digitale Aufrufe mit insgesamt geringem Effekt

Digitale Aufrufe in sozialen Medien oder im Internet haben aufs Ganze betrachtet einen geringen, Spenden auslösenden Effekt. Jedoch ist dieser bei den bis 34-Jährigen signifikant höher als in den älteren Altersgruppen. Nicht ganz klar ist, wie stark die Spendenempfehlung aus dem persönlichen Umfeld oder auch «peer-to-peer» rein digital erfolgt. Mit 35% der Nennungen

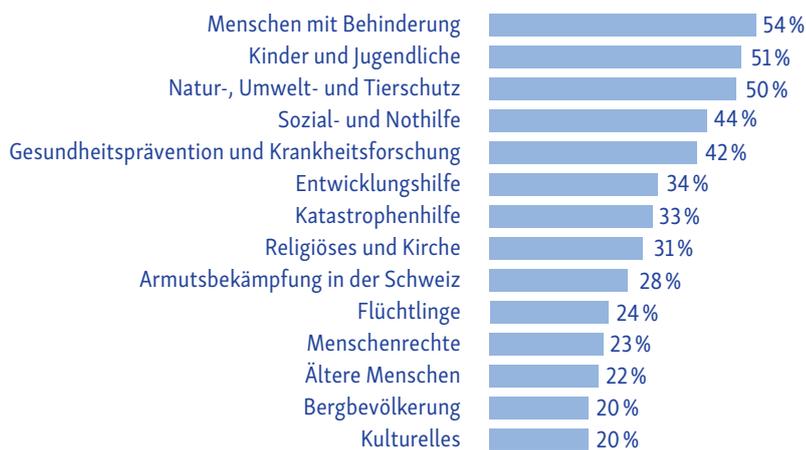
steht sie – trotz leichter Abnahme – insgesamt an vierter Stelle mit den höchsten Wertungen in der gleichen Alterskategorie (34-Jährige: 40%).

Spendenaufrufe im Fernsehen und im Radio sowie Inserate hingegen sind nur noch bei über 55-Jährigen überhaupt effektiv, Inserate bloss noch bei über 70-Jährigen und in der Westschweiz, wo gleichzeitig Face-to-Face, also persönliche Ansprache auf der Strasse, signifikant an Bedeutung gewann (Romandie: 28%; Schweiz insgesamt: 21%). ■

Was Spendende mit ihren Beiträgen unterstützen

Die Klimakrise zeitigte nicht nur auf dem politischen Parkett Konsequenzen. Sie war auch in den Präferenzen der Spendenden sichtbar. Ebenfalls die Spendenzwecke Sozial- und Nothilfe sowie Menschenrechte gewannen an Bedeutung.

Wofür gespendet wird



Grafik: Swissfundraising, Spendenmarkt Schweiz 2019

2019 war das Jahr des Klimas, genauer: der Klimakrise. Wohl im Zeichen der Klimabewegung gewann der Spendenzweck «Natur-, Umwelt- und Tierschutz» erneut Anteile an den effektiv geleisteten Spenden (50%, 6,5% höher als 2018). Er liegt damit nur knapp hinter den beiden, über die letzten Jahre konstant beliebtesten Spendenthemen: Menschen mit Behinderung (54%) sowie Kinder und Jugendliche (51%). Und er verdrängt die Gesundheitsprävention und Krankheitsforschung (42%) auf Platz 5. Dieser Spendenbereich wurde auch von der Sozial- und Nothilfe überholt (44%, gestiegen um

2%). Etwas Terrain gewinnen konnten ansonsten nur der Spendenzweck «Menschenrechte» (23%), neu auf Platz 11.

Der direkt messbare Zusammenhang zwischen Spendenverhalten und Katastrophen mit starker Medienberichterstattung zeigte sich auch 2019: Kaum eine Katastrophe löste ein grösseres Medienecho aus. Deshalb büssten Katastrophenhilfe (33%), Flüchtlinge (24%) und generell auch Entwicklungszusammenarbeit (34%) weitere Spendenanteile ein. Dies traf ebenso auf die Belange der Bergbevölkerung zu (20%, d.h. 16% weniger als 2018).

Natur- und Umweltschutz hatte regional insbesondere in der Romandie

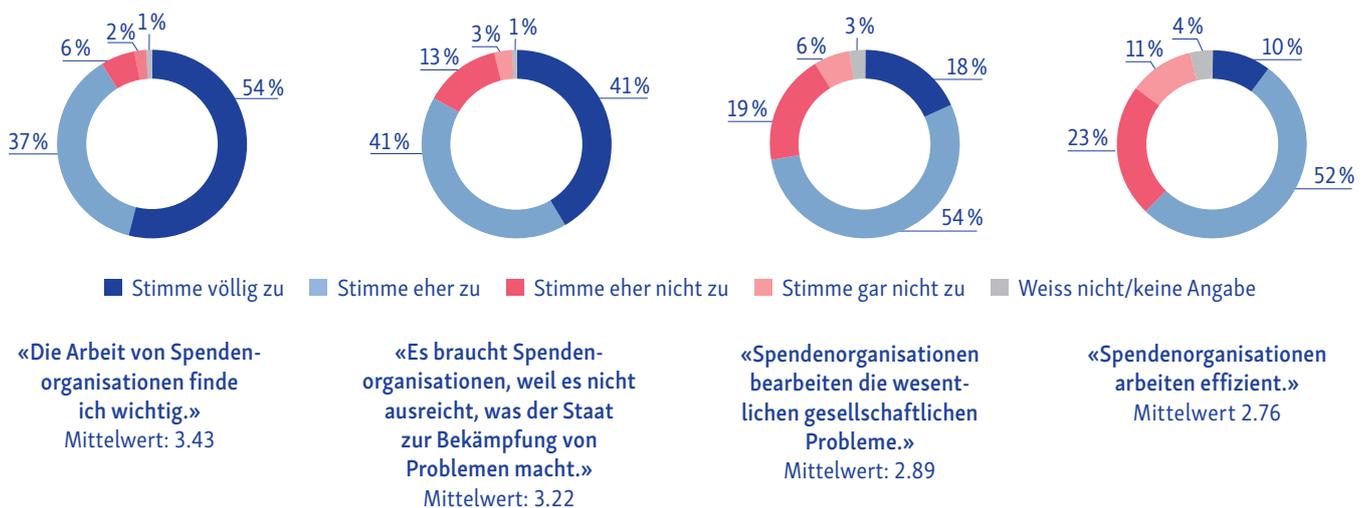
(53%) und in der Deutschschweiz Zuwachs. Im Tessin ist er weniger ein Thema (34%), hier wird Sozial- und Nothilfe besonders stark begünstigt (68%) sowie ebenfalls signifikant Gesundheitsprävention (65%).

Spenthemen bleiben 2019 genderneutral, und – abgesehen von Ausnahmen – lassen sie keine politischen Rückschlüsse zu. Signifikant «weiblich» ist nur das Querschnittsthema Kinder (F: 55%; M: 45%). Nach Wahlverhalten begünstigt «rechts» im Vergleich eher Prävention, ältere Menschen und Bergregionen, während Kulturelles, Sozialhilfe und Menschenrechte für «links deutlich relevanter sind. ■

Ein gutes Image bei der Schweizer Bevölkerung

Die Bevölkerung beurteilt die Hilfswerke als relevant und wirkungsvoll. Sie nehmen eine unverzichtbare, ergänzende Funktion zum Staat und dessen Aufgaben wahr.

Einstellung zu den Spendenorganisationen (Basis: alle 3000 Befragten)



Grafik: Swissfundraising, Spendenmarkt Schweiz 2019

Der gesamte Dritte Sektor wie auch die einzelnen Hilfswerke und Institutionen geniessen in der Bevölkerung einen ausgezeichneten Ruf. Seit Beginn des Swissfundraising-Imagemonitors ist diese Einschätzung stabil – über alle Sprachregionen und demografischen Kriterien wie Alter, Bildung oder Einkommen hinweg. In der Summe werden die Organisationen auch 2019 höher bewertet oder zeichnen sich durch ein noch besseres Image aus als der Nonprofit-Sektor oder die Branche ganz allgemein. Diese

wird hingegen als dynamischer und aktiver bewertet.

Neu wird 2019 der Kampfgeist der Branche noch vor der Kompetenz am höchsten bewertet. Auf Platz 3 folgt der Wirkungsgrad bzw. der Impact. Auf hohem Niveau, im Vergleich zu den übrigen Image-Werten jedoch am tiefsten, wird weiterhin die Innovationskraft und die Transparenz des Sektors eingeschätzt.

Die einzelnen Organisationen wiederum gelten aus Sicht der Spendenden in der Summe als besonders kompetent,

vertrauenswürdig, sympathisch und integer. Ein eher kritischer Aspekt wird allerdings in den Argumenten von Nichtspendenden sichtbar. Die Misstrauensargumente haben bei ihnen generell zugenommen. Dabei wird das Argument «kein Vertrauen/unseriös» besonders oft von den 55–69-Jährigen (49% im Vergleich zum Schnitt von 23%) in der Deutschschweiz genannt. – Weitere Grafiken zum Image der Hilfswerke sind der Studie Spendenmarkt Schweiz 2019, S.16, zu entnehmen. ■

Interview mit Ruth Wagner

«Hilfswerke müssen klar sagen, wofür sie stehen»

Ruth Wagner, Swissfundraising führt alljährlich zwei repräsentative Befragungen durch. Die eine Befragung nennen Sie den Spendenbarometer, die andere bezeichnen Sie als Imagebarometer. Erklären Sie uns: Worum geht es genau? Und weshalb zwei Untersuchungen?

Die beiden Befragungen sollen uns eine Skizze des Spendenmarktes Schweiz liefern. Mit Einschränkungen natürlich: Wir befragen nur Privatpersonen, also keine Institutionen. Und wir lassen Legate und Grossspenden beiseite, denn dazu können wir mit dem Instrument einer repräsentativen, allgemeinen Umfrage keine relevanten Aussagen formulieren. Zugleich verfolgen die beiden Untersuchungen eine unterschiedliche Zielsetzung. Beim Spendenbarometer ist uns die Fragestellung wichtig: Wie beurteilt und reflektiert der Spender sein eigenes Verhalten?

Beim Imagebarometer steht die Frage im Zentrum: Wie beurteilen die Spender und Spenderinnen die Wirkung und die Kommunikation der Hilfswerke?

Fundraising-Effizienz optimieren und evaluieren

Wie verlässlich sind die Daten, die Sie erheben? Und wozu ist dieser beträchtliche Aufwand gut? Oder anders gefragt: Was machen Ihre Auftraggeber, die Hilfswerke, mit diesen Ergebnissen?

Die Befragungen werden alljährlich seit 2015 durchgeführt, und zwar mit einer unveränderten Methodik. Deshalb verfügen wir nicht nur jedes Jahr über eine Momentaufnahme, sondern können ebenso Trends aufzeigen, d.h. relevante Entwicklungen, aber auch Konstanten. Unsere Auf-

traggeber, die Hilfswerke, verfügen dank der Untersuchungen über empirische Daten und können damit Entscheide, wie sie ihr Fundraising oder ihre Kommunikation gestalten wollen, besser abstützen. Sie erhalten aber auch eine hilfreiche Grundlage zur Evaluierung ihrer Aktivitäten. Anders gesagt: Swissfundraising leistet mit dem Spenden- und Imagemonitor einen Beitrag zur Optimierung der Fundraising-Effizienz und zur Erhöhung der Planungssicherheit. Gerade in Phasen gesellschaftlicher Ungewissheit, wie wir sie gegenwärtig als Folge der Corona-Krise erfahren, ist dies nicht unerheblich.

«... die Hilfswerke verfügen dank der Untersuchungen über empirische Daten und können damit Entscheide, wie sie ihr Fundraising oder ihre Kommunikation gestalten wollen, besser abstützen.»

Sie fragen die Interviewpartner zum Beispiel: Haben Sie in den letzten zwölf Monaten gespendet? Wieviel und wofür haben Sie bzw. Ihr Haushalt gespendet. Welche Organisationen haben Sie unterstützt? – Haben die Befragten solche Fakten wirklich präsent? Bleiben sie bei der Wahrheit? Oder reden sie gar ihr Verhalten schön?

Wir fragen nicht, wieviel die einzelne Person gespendet hat. Die Interviewten werden danach gefragt, wieviel oder wofür ihr Haushalt gespendet hat, und zwar während der vergangenen zwölf Monate. Das ist zum einen eine überschaubare Frist, zum anderen müssen die Interviewten nicht über ihr persönliches Verhalten, sondern über das Verhalten ihres Haushalts Auskunft erteilen. Dieser besteht in der Regel aus mindestens zwei Personen. Das entlastet. Wenn es auch die eine oder andere Unschärfe geben mag: Die zentrale Frage nach dem Spenden ist mit Ja oder Nein einfach zu beantworten. Und da wir immer mit der gleichen Methodik arbei-

ten, besteht die Vergleichbarkeit über die Jahre hinweg, ungeachtet möglicher Unschärfen bei einzelnen Fragestellungen.

Ein Haushalt unterstützt drei bis fünf Hilfswerke

Beschreiben Sie uns doch den typischen Spender, die typische Spenderin!

Der typische Spender oder die typische Spenderin ist weiblich, lebt in einem Paar-Haushalt, verfügt über ein höheres Einkommen, lebt in der Deutschschweiz, ist politisch eher links oder Mitte-links. Die Frage des Geschlechts ist nicht mehr so markant wie früher, die Unterschiede haben sich hier geglättet. So sind 86 Prozent der Frauen Spenderinnen, bei den Männern sind es 82 Prozent. Auch im Blick auf die Westschweiz gilt es zu differenzieren. Während in der Deutschschweiz 87 Prozent der Haushalte spenden, sind es in der Romandie 76 Prozent. Generell kann man dafür sicher ökonomische Argumente in Anschlag bringen, wie Lohnunterschiede oder Beschäftigungssituation. Diese Unterschiede relativieren sich, wenn man sieht, wie stark typisch westschweizerische oder französischsprachige Hilfswerk-Labels in der Westschweiz unterstützt werden. Man könnte daraus die Hypothese ableiten: Wenn es mehr welsche oder italienische Labels gäbe, würden sich die Spendenaktivitäten in der lateinischen Schweiz auf der gleichen Höhe bewegen wie in der Deutschschweiz.

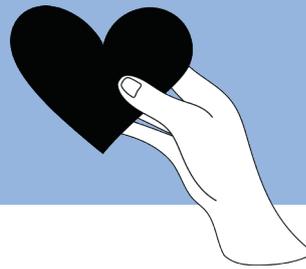
Was meint «höheres Einkommen» genau?

Die Untersuchung nimmt eine relativ grobe Einteilung vor. Sie unterscheidet Haushaltseinkommen bis 6000 Franken, Haushaltseinkommen bis 10000 Franken und Haushaltseinkommen ab 10000 Franken. Der Terminus «höheres Einkommen» bezieht sich auf die letzten zwei Kategorien. Hier spenden 85 bzw. 92 Prozent der Haushalte, während es bei einem Einkommen bis zu 6000 Franken 78 Prozent der Haushalte sind.

Wie viel wird im Durchschnitt gespendet? Und wie viele gemeinnützige Organisationen unterstützt der typische Spender, die typische Spenderin in der Regel?

In der Regel unterstützt ein Spender, eine Spenderin drei bis fünf Hilfswerke. Daneben gibt es vor allem jüngere und ältere Spenderinnen, die mehr als zehn Organisationen unterstützen. Sie pflegen auf relativ viele Anfragen positiv zu re-

« Von den 300 Franken pro Haushalt geht in der Regel die Hälfte, also 150 Franken, in der Form einer einzelnen oder mehrmaligen Spende an ein Favoriten-Hilfswerk.



agieren. Was die Spendenhöhe angeht, haben wir seit fünf Jahren einen konstanten Wert: Der Median liegt bei 300 Franken pro Haushalt. Das besagt: Eine Hälfte der Haushalte befindet sich unter diesem Wert, die andere darüber. Am häufigsten liegt die Höhe einer Einzelspende bei 50 Franken. Wir können aber folgende Gesetzmässigkeit beobachten. Von den 300 Franken pro Haushalt geht in der Regel die Hälfte, also 150 Franken, in der Form einer einzelnen oder mehrmaligen Spende an ein Favoriten-Hilfswerk. Die andere Hälfte wird auf die übrigen Organisationen aufgeteilt.

Für welche Zwecke oder Bedürfnisse wird denn so gespendet? Gibt es eine Hitparade der Zweckbestimmungen?

Wir fragen, für welche Themen oder Zwecke effektiv gespendet wurde, also nicht bloss nach Sympathien. Es stehen zwei Themen klar im Vordergrund: An der Spitze steht die Hilfe zugunsten von Kindern. Sie kann den Gesundheits-, Bildungs- oder Schulbereich, die Inland- oder Auslandshilfe betreffen – das spielt keine Rolle. Auf Platz zwei folgt die Hilfe für Menschen mit Beeinträchtigungen. Hier ist eine gewisse Vorsicht geboten. Viele denken dabei auch an ihre Mitgliederbeiträge etwa bei der Paraplegiker-Stiftung oder bei der Rega. Sie verstehen ihre Mitgliedschaft mithin auch als eine Form des Spendens. Auf Platz drei folgte 2019 der Umweltschutz. Hier beeinflussten offensichtlich die Klimabewegung und die intensive mediale Berichterstattung das Spendenverhalten. In Übereinstimmung damit steht die Tatsache, dass wir im vergangenen Jahr erstmals einen Vormarsch der jüngeren Generationen zu verzeichnen hatten. So übertrifft die Spendentätigkeit der 35–54-Jährigen mit 90 Prozent erstmals die Alterskategorie der 55–99-Jährigen, von denen 88 Prozent spendeten.

Das Kreuz mit den Motivationen

Warum spenden Menschen? Wie ist es um ihre Motivation bestellt? Ist es am Ende gar das schlechte Gewissen? Spenden als eine Art Ablasshandel, wie kritische Zeitgenossen vermuten?

Wir fragen nach Motivationen – und zwar gestützt. Das heisst: Wir stellen mögliche Motivationskategorien zur Verfügung wie Wertorientierung, Glaubensüberzeugung, Dankbarkeit für das eigene Wohlergehen, Solidarität, Mitleid usw.

Eine solche Fragestellung hat ihre Berechtigung, weil sie hilft, Spendermotivationen zu klassifizieren und einzuordnen. Gleichzeitig birgt sie das Risiko, dass sie suggestiv wirkt. Wer möchte denn nicht solidarisch sein? Oder wer würde denn zu geben, bloss zu spenden, weil er oder sie den Betrag von den Steuern abziehen kann? Aus einer sozialpsychologischen Perspektive würde ich zunächst einmal das Reziprozitätsprinzip anführen. So unterstütze ich die Bekämpfung einer Krankheit, weil ich das für notwendig und sinnvoll halte, aber auch weil ich einmal von einer solchen Krankheit betroffen sein könnte. Zumindest habe ich Angst davor. Es gibt dabei offensichtlich eine Mischung von rationalen und emotionalen Faktoren.

Wenn Empathie oder Mitleid zum Spenden motivieren?

Sozialpsychologisch mischen sich selbst hier rationale und emotionale Momente. Mag die Betroffenheit oder das Entsetzen ob des Unglücks oder der Katastrophe noch so gross sein und damit der Spendenmotivation eine gewisse Festigkeit, ja Robustheit verleihen: als Spender oder Spenderin frage ich immer auch nach der Relevanz oder der Wirkung von Hilfsmassnahmen. Es gilt noch weitere sozialpsychologische Aspekte zu beachten. Wenn ich beispielsweise durch Bilder und Texte mit Tierquälerei konfrontiert werde, mit Kindern, die einen Hungerbauch haben, oder mit Flüchtlingen, die im Meer ertrinken, dann rebelliere ich gegen diese Situation – unter anderem dadurch, dass ich spende. Ich möchte einerseits das Leiden beseitigen. Andererseits beschreibt die Sozialpsychologie mein Verhalten als Versuch, ein un gutes Gefühl, also eine Spannung abzubauen, die ich nicht ertragen kann. Oder es gibt das Stellvertreter-Motiv: Ich finde, es wichtig, dass Ertrinkende gerettet werden, und ich bin froh, dass sich Helfer dafür engagieren. Deshalb spende ich für jene, die dies gewissermassen stellvertretend für mich tun.

Gibt es ungeachtet dieser sozialpsychologischen Zugänge denn so etwas wie eine Ethik oder Moral des Spendens?

Davon bin ich überzeugt. Das zeigt auch der Spendenbarometer. Letzten Endes entscheidet sich ein Spender, eine Spenderin für ein Hilfswerk, weil er dessen Wertewelt teilt, sei dies ein Engagement für eine Welt ohne Armut, das Eintreten für die unbedingte Geltung der Menschenrechte oder die Propagierung einer ausreichenden Gesundheitsvorsorge für alle. Der Spender wird weniger die einzelnen, konkreten Aktivitäten einer Organisation kennen. Aber er weiss, wofür die Organisation steht, welche Wertewelt sie prägt. Deshalb ist es entscheidend, dass Hilfswerke derartige Aspekte ihrer Identität bewusst reflektieren und kommunizieren.

Die Hilfswerke durch die Brille der Spender gesehen

Sie erheben auch das Image, das Bild, das sich die Öffentlichkeit von den gemeinnützigen Organisationen macht. Welches sind die wichtigsten Ergebnisse? Wie sehen die Spender die Hilfswerke?

Die Hilfswerke geniessen hohes Vertrauen. Es besteht zudem eine grosse Konstanz für all die Jahre, in denen wir diese Vertrauenswerte erheben. Ganz generell gilt: Spender und Spenderinnen finden, der gemeinnützige Sektor sei relevant und bilde eine unverzichtbare Ergänzung staatlichen Handelns. Da spielt es eine untergeordnete Rolle, ob nun die Branche oder die einzelnen Hilfswerke innovativ, beweglich und kämpferisch seien oder nicht. Wenn ich nach einer Sechser-Skala bewerten sollte, gilt: Wichtigkeit oder Bedeutung der Hilfswerke: Note 6; Vertrauen in die Organisationen: Note 5,5; Relevanz ihres Handelns in Ergänzung zum Staat: Note 5; Effizienz, Note: 4,5. Ein ausgezeichnetes und stabiles Fazit!

Politische Exponenten kritisieren die Hilfswerke zusehends wegen ihres politischen Engagements – etwa gegen das Jagdgesetz, den Klimawandel, die Gewässerverschmutzung oder für die Konzernverantwortungsinitiative. Die öffentliche Hand sollte die Gemeinnützigkeit dieser Organisationen unter die Lupe nehmen, fordern sie. Was meinen eigentlich die Spenderinnen und Spender? Was sind Ihre Beobachtungen?

Es gibt auch unter Spenderinnen und Spendern unterschiedliche Lager. Die einen verärgert dieses Engagement. Die anderen werden dadurch ermutigt und mobilisiert. Mir scheint auch in dieser Hinsicht wichtig, dass die Hilfswerke eine klare Haltung an den Tag legen. Manch ein Hilfswerk geht einer Positionierung aus dem Weg, um Ärger oder Widerspruch zu vermeiden. Das ist meiner Meinung nach kurzfristig, ja fatal. Eine klare Haltung zu zeigen, bedeutet den Anspruchsgruppen zu erklären, warum man eine bestimmte Position einnimmt, und aufzuzeigen, aus welcher Wertorientierung sich diese herleitet.

Der robuste Spendenmarkt Schweiz

Der Spenden- und Imagebarometer wird seit 2015 alljährlich erhoben. Gibt es einen roten Faden durch all diese Jahre hindurch?

Ja, diesen roten Faden gibt es: Der Schweizer Spendenmarkt zeigt eine grosse Robustheit und Stabilität. Sowohl was das Verhalten der Spenderinnen und Spender angeht. Als auch die positive Beurteilung der Hilfswerke. Die Branche darf zufrieden sein – natürlich ohne sich auf diesen ausgezeichneten Ergebnissen auszuruhen. ■

Wie Medien über Spenden und Helfen berichten

Im Themenradar 2020 zuhanden von Swissfundraising und der Stiftung Zewo analysiert das Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich, wie die Schweizer Medien über Themen berichten, die für die Hilfswerke von Bedeutung sind. Dies betrifft einerseits die unmittelbaren Aktivitäten der Hilfswerke im Bereich von «Spenden und Helfen». Andererseits gibt der Themenradar auch Auskunft über die Berichterstattung zu gesellschaftlichen Herausforderungen, die für die gemeinnützigen Organisationen von Belang sind. Klimawandel, Covid19 oder Migration lauten entsprechende Stichworte.

Von Dr. Daniel Vogler und Prof. Dr. Mark Eisenegger



Dr. Daniel Vogler
Forschungsleiter des Forschungsinstituts
Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) der
Universität Zürich.



Prof. Dr. Mark Eisenegger
Institutsleiter des Forschungsinstituts
Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) der
Universität Zürich und Professor am Institut
für Kommunikationswissenschaft und
Medienforschung (IKMZ) der Universität
Zürich.

Die Corona-Pandemie war für NPO und ihre Tätigkeit ein einschneidendes Ereignis. Einerseits waren sie als Organisationen selbst von den Folgen des Lockdowns betroffen. Andererseits waren sie bei ihrer Hilfstätigkeit oder dem Fundraising mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Die Pandemie hat auch die Medienberichterstattung über NPO und das Thema Spenden und Helfen fundamental verändert. Gesundheitsthemen gewannen stark an Beachtung, während andere Bereiche an Bedeutung verloren. Aufgrund der gesellschaftlichen Folgen stellt das Corona-Thema für viele NPO eine Positionierungschance dar. Mit Hilfsmassnahmen gegen die Pandemie, vor allem vor Ort in der Schweiz, können sie ihre Tätigkeit in der Bevölkerung legitimieren. Doch es ist fraglich, ob diese Effekte von langer Dauer sind. Die während des Lockdowns auch in der Medienberichterstattung erkennbare Solidarität in der Gesellschaft wich bald einer kritischeren Perspektive mit Fokus auf die negativen Folgen der Pandemie.

Viele Menschen erhalten ihre Informationen über NPO und deren Tätigkeit über die Medien. Die Medien bestimmen daher mit, welches Bild sich die Bevölkerung von NPO und ihrer Tätigkeit macht. Eine positive und wohlwollende Berichterstattung beför-

dert das Vertrauen in die Organisationen. Ein hohes Vertrauen ist für NPO zentral, da es unter anderem die Spendenbereitschaft in der Bevölkerung positiv beeinflusst. Umgekehrt haben negative und skandalisierende Berichte ein sinkendes Vertrauen zur Folge. Somit beeinflusst die Medienberichterstattung im Wechselspiel mit der Kommunikation von NPO das Vertrauen in die Organisationen.

Spenden und Helfen: Resonanz und Bewertung

Im langfristigen Vergleich ist das Thema «Spenden und Helfen» auf der Medienagenda etabliert. Die Bewertungen sind in der Regel leicht bis klar positiv. In der aktuellen Untersuchungsperiode vom Juli 2019 bis Juni 2020 haben NPO und ihre Tätigkeit an Beachtung gewonnen (vgl. Abbildung 1). Im Juli standen die Ereignisse um das Palästinahilfswerk der Uno, die UNRWA (United Nations Relief and Works Agency for Palestine Refugees), im Zentrum des Medieninteresses, was zu einer hohen Resonanz von 219 Beiträgen mit einer negativen Gesamtbewertung von -4 Indexpunkten führte. Der Organisation wurden von der internen Ethikkommission «Vetternwirtschaft» und «Machtmissbrauch» vorgeworfen. In der Folge suspendierte die Schweiz ihre Zahlungen an die Organisation.

Überblick zur Berichterstattung im Monatsverlauf (Januar 2016 bis April 2020)

Spenden und Helfen: Resonanz und Bewertung nach Monaten

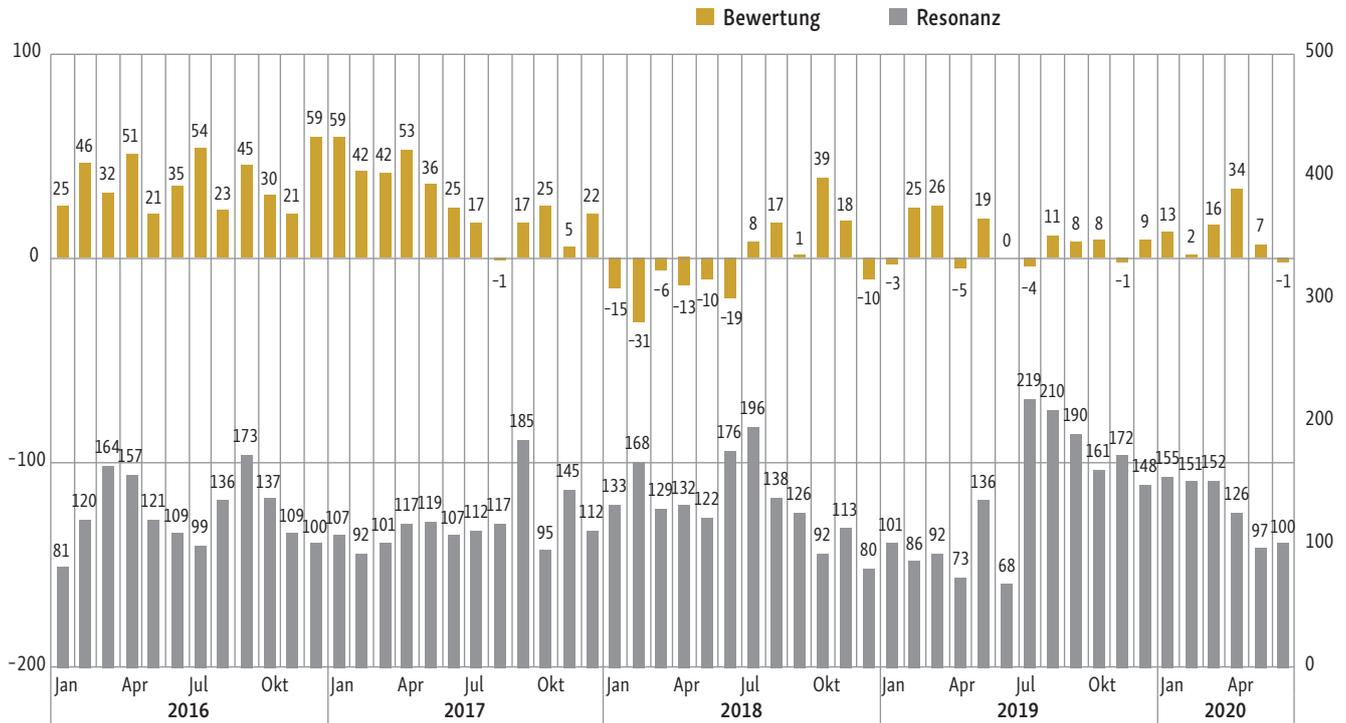


Abbildung 1 zeigt die Resonanz (Anzahl Beiträge) und die Bewertung (Index von -100 bis +100) der Thematik «Spenden und Helfen» pro Monat.

Die Kontroverse führte zum Rücktritt von Generalsekretär Pierre Krähenbühl, der im Zentrum der Anschuldigungen stand. Der Umstand, dass Krähenbühl Schweizer Bürger ist, dürfte das Medieninteresse zusätzlich angetrieben haben. Im November führten weitere Diskussionen um die UNRWA erneut zu einer leicht negativen Gesamtbewertung von -1 Indexpunkten. Im Zuge der Corona-Pandemie entwickelte sich die Bewertung positiv. In der angespannten Lage während des Lockdowns wurde die Tätigkeit von NPO zur Eindämmung der Pandemiefolgen sehr positiv in den Medien gewürdigt (+34). Die Resonanz war hingegen rückläufig. Dieser Trend ist keine Ausnahme. Während und nach dem Lockdown war der Output der Medien geringer, und die Pandemie verdrängte andere Themen aus der Medienöffentlichkeit.

Resonanz und Bewertung in einzelnen Medien

Je nach Medium findet das Thema «Spenden und Helfen» unterschiedlich starke Beachtung und wird auch verschieden bewertet (vgl. Abbildung 2). Am meisten Resonanz erhält das The-

Resonanz und Bewertung nach Medientiteln (2019/20)

Mediaratings 2019/20

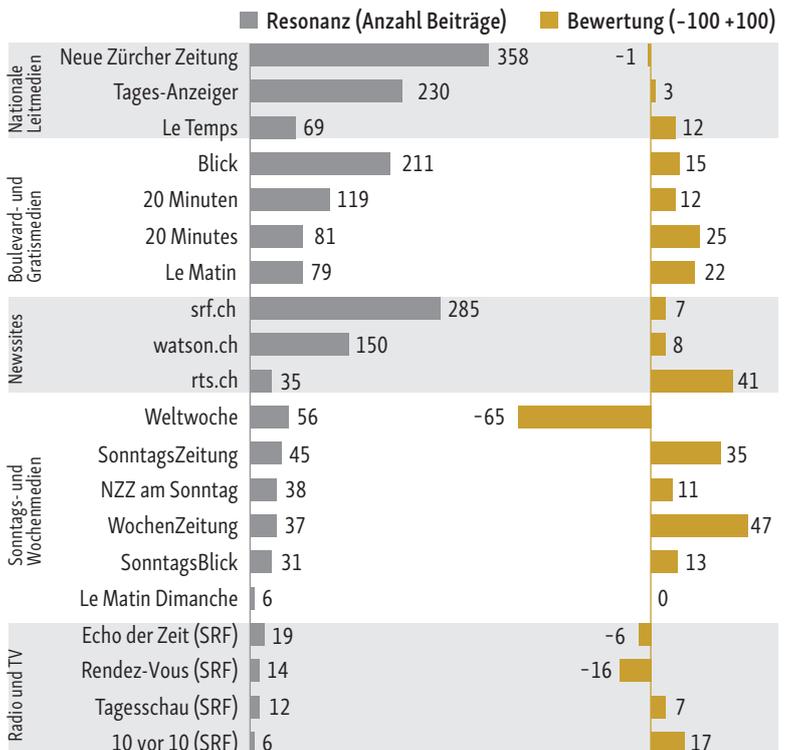
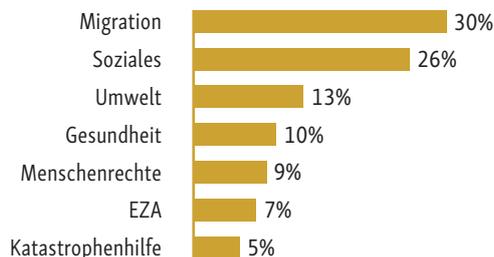


Abbildung 2 zeigt die Resonanz (Anzahl Beiträge) und die Bewertung (Index von -100 bis +100) der Thematik «Spenden und Helfen» in den einzelnen Medientiteln.

Tätigkeitsbereiche: Resonanz und deren Veränderung (Juli 2019 bis Juni 2020)

Tätigkeitsbereiche: Resonanz in %, Juli 2019 bis Juni 2020



Veränderung: Shift zu 2018/19

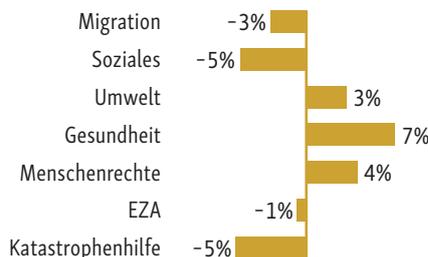


Abbildung 3: Die Grafik links zeigt die Resonanzanteile der Tätigkeitsbereiche in der Medienberichterstattung. Lesebeispiel: Der Tätigkeitsbereich Migration beansprucht von Juli 2019 bis Juni 2020 insgesamt 30 % der medialen Aufmerksamkeit. – Die Grafik rechts zeigt die Veränderung der Resonanzanteile für die Periode 2019/20 im Vergleich zur Vorperiode. Lesebeispiel: Der Tätigkeitsbereich Migration erhält innerhalb der Berichterstattung eine um 3 Prozentpunkte tiefere mediale Aufmerksamkeit als in der Vorperiode.

ma in den qualitätsstarken Medien wie NZZ (358 Beiträge), Tages-Anzeiger (230) und srf.ch (285). Aber auch Boulevardmedien wie Blick (211) und 20 Minuten (119) berichten regelmässig. Die Bewertung fällt in den meisten Medien positiv aus. In der Tendenz kann in Medien der Suisse romande wie rts.ch (+41 Indexpunkte), 20 Minutes (+25) und Le Matin (+22) eine positivere Berichterstattung als in der Deutschschweiz gemessen werden. Grund dafür ist vor allem die geringere Bedeutung von stark politisierten Themen, allen voran der Sozialhilfe. In der NZZ findet eine leicht negative Bewertung von Spenden und Helfen statt (-4). Das Blatt berichtet regelmässig kontrovers über staatliche Hilfe im Bereich Migration, Soziales und Entwicklungszusammenarbeit. In der aktuellen Untersuchung fällt die NZZ mit einer besonders kritischen Perspektive auf die UNRWA auf («Nicht nur der Chef, sondern das Palästinenserhilfswerk an sich muss hinterfragt werden», NZZ, 7.11.19). Auch in den SRF-Radiosendungen Echo der Zeit (-6) und Rendez-Vous (-14) sorgen Berichte über das Palästinenserhilfswerk für eine negative Gesamtbewertung. Die Bewertung von NPO und ihren Themen hängt weiter von der redaktionellen Ausrichtung eines Mediums ab. Während die links-orientier-

te Wochenzeitung (WoZ) am positivsten berichtet (+47), wurde für die bürgerlich-konservative Weltwoche (-65) der negativste Wert gemessen. Auch in Boulevard- und Pendlermedien wie Blick (+15) und 20 Minuten (+12) wird eine positive Bewertung gemessen. In diesen Medien finden insbesondere emotional geprägte Ereignisse Resonanz.

Berichterstattung über Tätigkeitsbereiche

Die Tätigkeitsbereiche von Spenden und Helfen werden in den Medien unterschiedlich stark beachtet (vgl. Abbildung 3). Bislang wurden die Bereiche Migration und Soziales am stärksten beachtet. Trotz der Corona-Pandemie gilt dieser Befund auch für die aktuelle Untersuchung. Migration ist mit einem Resonanzanteil von 30% das wichtigste Thema, dicht gefolgt vom Bereich Soziales (26%). Beide Bereiche haben aber an Beachtung verloren (-3 bzw. -5 Prozentpunkte). An Beachtung gewonnen hat der Bereich Umwelt (+3 Prozentpunkte), über den am drittmeisten berichtet wird (13%). Umweltthemen haben vor allem im Zug des Wahljahres und der Friday-for-Future-Bewegung an Bedeutung gewonnen. Die Corona-Pandemie hat dazu geführt, dass Gesundheitsthemen stark an Re-

sonanz zulegten (+7 Prozentpunkte). Sie machen 10% der Berichte zu Spenden und Helfen aus. Verloren hat die Katastrophenhilfe (-5 Prozentpunkte), da grosse Katastrophen, die typischerweise eine starke mediale Beachtung nach sich zogen, mehrheitlich ausblieben. Zugelegt hat hingegen der Bereich Menschenrechte (+4 Prozentpunkte).

Die Tätigkeitsbereiche von Spenden und Helfen werden in den Medien auch unterschiedlich bewertet (vgl. Abbildung 4). Gesundheitsthemen werden am positivsten bewertet (+43). Die Hilfe der NPO zur Bekämpfung der Pandemie-Folgen, vor allem vor Ort in der Schweiz, wurde in den Medien positiv gewürdigt («Coop und SRK beliefern Senioren zu Hause», «Jetzt sammelt die Glückskette für Corona-Betroffene in der Schweiz»). Dass die Bewertung deutlich negativer ausfällt als im Vorjahr, ist die Folge von Normalisierungseffekten: Je mehr über ein Thema berichtet wird, desto eher werden Ereignisse neutral und ohne Bewertung vermeldet, oder es erscheinen auch kritische Berichte zum Thema. Ähnliches gilt für den Umweltbereich, der sehr positiv bewertet ist (+30), aber im Vergleich zum Vorjahr klar verliert (-18 Indexpunkte). Sehr positiv bewertet wird erneut Katastrophenhilfe (+40). Der Tätigkeitsbereich ist grösstenteils

Tätigkeitsbereiche: Bewertung und deren Veränderung (Juli 2019 bis Juni 2020)

Tätigkeitsbereiche: Bewertungen

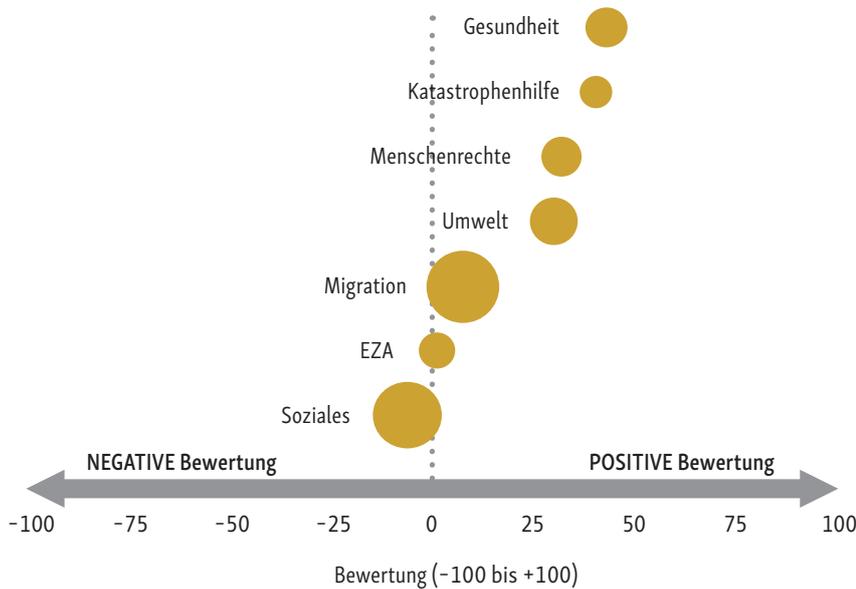
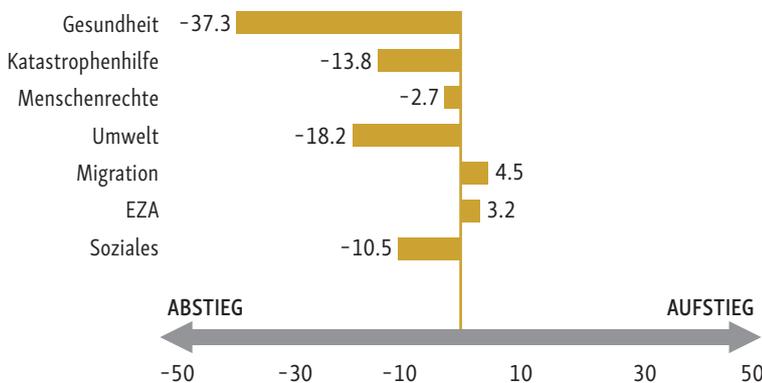


Abbildung 4: Die obere Grafik zeigt die Bewertung der Tätigkeitsbereiche gemäss Bewertungsindex (-100 bis +100). Die Grösse der Kreise repräsentiert die Resonanz der Tätigkeitsbereiche. Lesebeispiel: Der Tätigkeitsbereich Migration wird mit einem Wert von +8 Indexpunkten positiv bewertet. – Die Grafik unten zeigt die Veränderung der Bewertung für die Periode 2019/20 im Vergleich zur Vorperiode. Lesebeispiel: Migration wird um 4.5 Indexpunkte besser bewertet als in der Vorperiode.

Bewertung: Shift zu 2018/19



unumstritten. Menschen zu helfen, die unverschuldet durch kriegerische Auseinandersetzungen oder Naturkatastrophen in Not geraten, wird in den Medien kaum kritisiert. Auch der Bereich Menschenrechte wird in den Medien sehr positiv dargestellt (+32).

Über den Bereich Migration wird traditionell eher kritisch berichtet. Aktuell können jedoch eine positive Entwicklung (+5 Indexpunkte) und eine leicht positive Gesamtbewertung von +8 gemessen werden. Grund dafür ist eine relativ wohlwollende Berichterstattung zum Engagement der NPO im Mittelmeerraum. Die Debatte wird,

möglicherweise als Folge der Aufmerksamkeitsverlagerung während der Corona-Pandemie, wesentlich weniger von polemischer und politisierter Resonanz bestimmt. Auch der Bereich Entwicklungszusammenarbeit wird positiver bewertet als im Vorjahr (+3 Indexpunkte). Besonders die staatliche Entwicklungszusammenarbeit wird aber aufgrund kritischer Debatten um die Neuausrichtung nach wie vor nur knapp positiv bewertet.

Nochmals negativer (-11 Indexpunkte) wird über den Bereich Soziales berichtet. Es ist somit der einzige Tätigkeitsbereich, der eine negative Gesamt-

bewertung aufweist (-6). Es können zwar leicht positive Bewertungen im Zuge der Corona-Pandemie gemessen werden. Die staatliche Sozialhilfe bleibt aber ein stark negativ aufgeladenes Feld. Grund dafür sind Missbrauchsfälle und politische Angriffe auf die Sozialhilfe als Institution. Im Kontext der Pandemie wird zudem über die künftig zunehmende Belastung für die Sozialhilfe spekuliert («Mehr Sozialhilfefälle befürchtet: Zürcher Gemeinden bereiten Soforthilfe für Selbständigerwerbende vor»).

Die Resonanz und die Bewertung von «Spenden und Helfen» in den Medien

Issues: Resonanz und Bewertung nach Tätigkeitsbereichen (Juli 2019 bis Juni 2020)

Issues nach Tätigkeitsbereiche 2019/2020

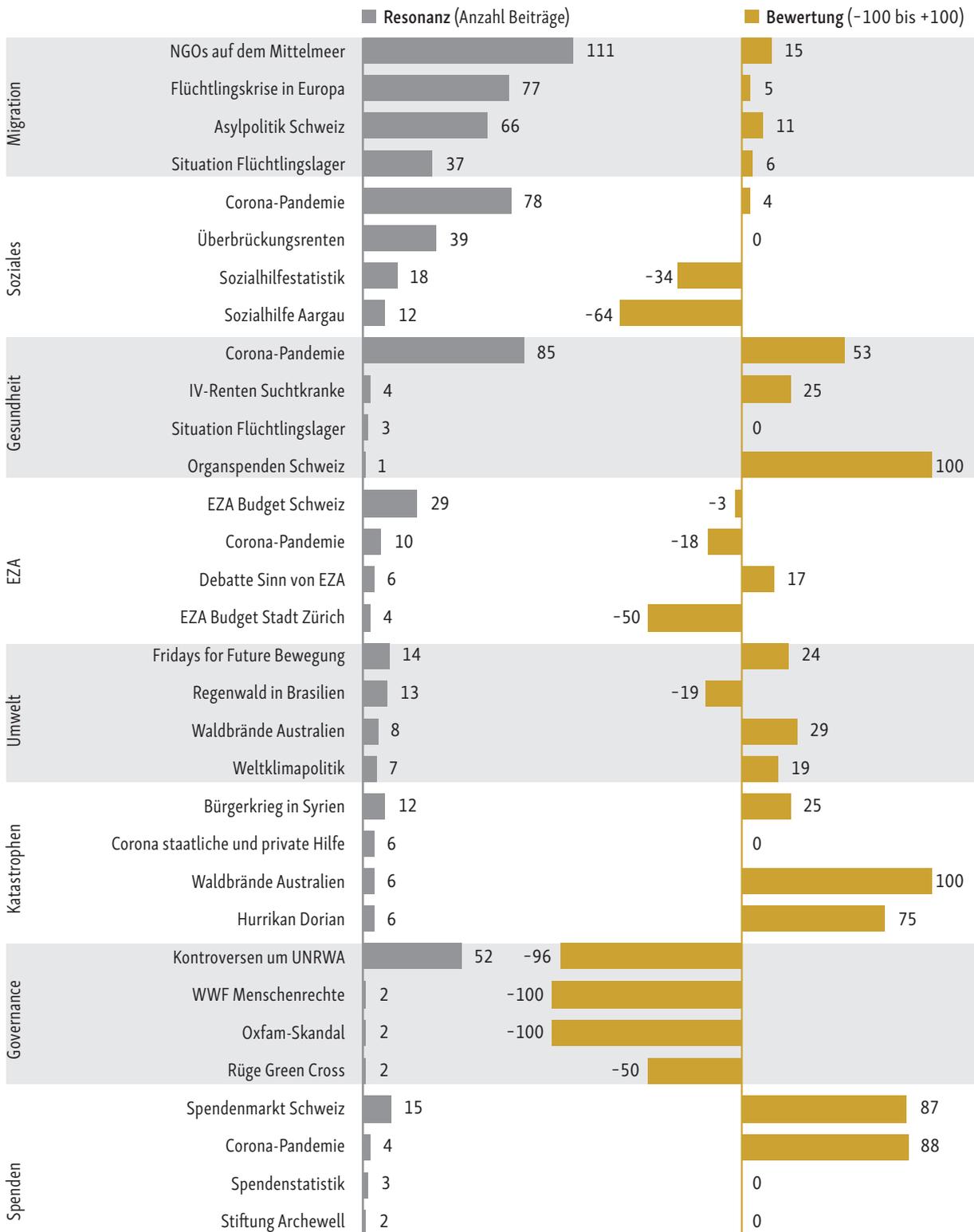


Abbildung 5: Die Abbildungen vergleichen die Resonanz- und Tonalitätswerte der wichtigsten Ereignisse zum Thema «Spenden und Helfen» entlang der Tätigkeitsbereiche von NPOs.

hängen davon ab, welche konkreten Ereignisse in der Berichterstattung im Fokus sind (vgl. Abbildung 5). Die Corona-Pandemie war dabei in verschiedenen Tätigkeitsfeldern ein wichtiges Ereignis. Doch im zweiten Halbjahr 2019 waren noch andere Themen wichtig, und sie blieben es auch im Kontext von Corona. Etwa die Berichterstattung zu Migration. Innerhalb des Tätigkeitsbereichs Migration liegt der Schwerpunkt auf der Situation im Mittelmeer. Die Bewertung ist dabei positiv und die Berichterstattung über die Person von Carola Rackete stark personalisiert («1 Million Euro Spenden für Sea-Watch-Kapitänin»). Die Berichterstattung wirkt menschlicher und gewinnt stärker an Nachrichtenwert, als wenn Rettungscrews anonym bleiben. Im Gegensatz zu den Rettern werden Flüchtlinge und Migration im Allgemeinen mehrheitlich problematisiert. Gerade im Kontext der Corona-Pandemie wird die zusätzliche Belastung für die Sozialsysteme, den Arbeitsmarkt

oder das Risiko für Covid-19-Infektionen aufgrund der Grenzüberschreitung zum Thema gemacht.

Zur Bedeutung von Governance-Themen

Zusätzlich zu den Tätigkeitsbereichen wird auch über die NPO und ihre Organisationsführung berichtet. Governance-Themen von NPO sind vor allem dann ein Thema, wenn negative Ereignisse auftreten (vgl. Abbildung 6). Die Resonanz ist aber sehr volatil. Es gibt keine auf Dauer gestellte Skandalisierung des NPO-Sektors. Es sind in der Regel Einzelfälle die kurzfristig für hohe Resonanz und negative Bewertungen sorgen. In der aktuellen Periode wurde die Wahrnehmung von NPO-Organisationsthemen durch die Kontroverse um die UNRWA bestimmt. Im Juli und November 2019 wurden mit 32 respektive 35 Beiträgen die Höchstwerte seit Messbeginn erfasst. Andere Ereignisse wurden kaum thematisiert. Im Verlauf der Corona-Pandemie verlagerte sich der Fokus von Organisations-

themen auf die Tätigkeit der NPO. Die Folgen der Pandemie für die Organisationen war nur in wenigen Fällen ein Thema.

Die Analyse zeigt, dass sich Organisationen mit sogenannter Good Governance heutzutage kaum mehr positiv profilieren können. Gute Organisationsführung, etwa bezüglich Transparenz oder Nachhaltigkeit, ist vielmehr eine Selbstverständlichkeit. Gute Organisationsführung besitzt deshalb keinen Nachrichtenwert und wird nur in seltenen Fällen von den Medien thematisiert. Verstöße gegen Richtlinien ziehen hingegen oft eine intensive negative Berichterstattung nach sich.

Das sogenannte CSR-Paradoxon besagt, dass die Öffentlichkeit von Organisationen erwartet, dass sie Gutes tun, wenn aber die Organisationen darüber sprechen, wächst gleichzeitig die Skepsis. Eine starke öffentliche Bewirtschaftung von Good Governance wird somit zum Reputationsrisiko. Aufgrund ihrer Tätigkeit und ihrer Positionierung in

Governance Spenden und Helfen: Resonanz und Bewertung nach Monaten

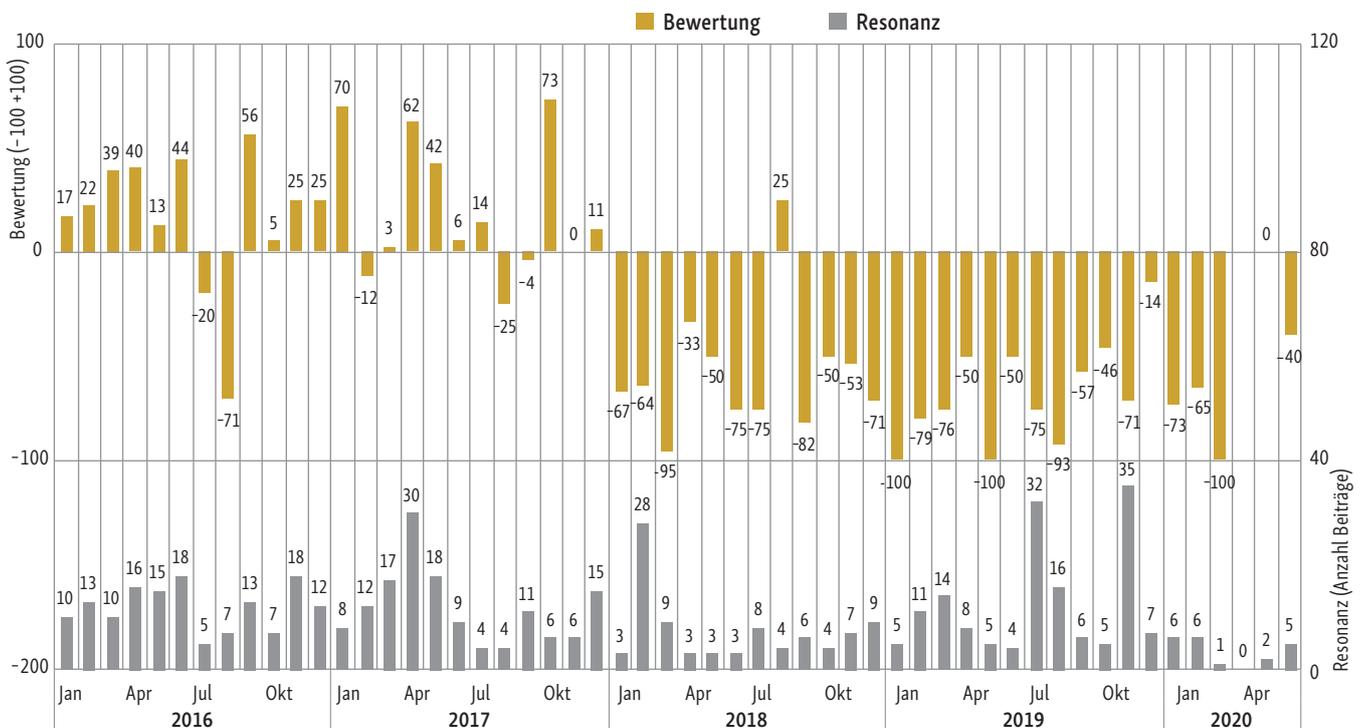


Abbildung 6 zeigt die Resonanz und die Bewertung der Thematik «Spenden und Helfen» mit Bezug zu Governance pro Monat.

der Öffentlichkeit werden an das Verhalten von NPO besonders hohe Erwartungen gestellt. Das Reputationsrisiko ist für NPO somit besonders hoch. NPO befördern diese Erwartungen, wenn sie etwa Unternehmen oder Behörden kritisieren. Verstöße gegen die gute Organisationsführung wiegen bei NPO dann umso schwerer, weil die selbst gesetzten Standards nicht eingehalten werden.

Behördliche versus private Hilfe

Die Berichterstattung zu privater Hilfe von NPO und Einzelpersonen oder zu staatlicher Hilfe wird durch unterschiedliche Tätigkeitsfelder geprägt (vgl. Abbildung 7). Im Zentrum der behördlichen Hilfe stehen die Bereiche Migration (38%) und Soziales (37%). Bereits mit grossem Abstand folgen die Bereiche Gesundheit (9%) und Entwicklungszusammenarbeit (8%). Die anderen Bereiche spielen kaum eine Rolle. Bei der privaten Hilfe steht hingegen der Umweltbereich im Zentrum (26%).

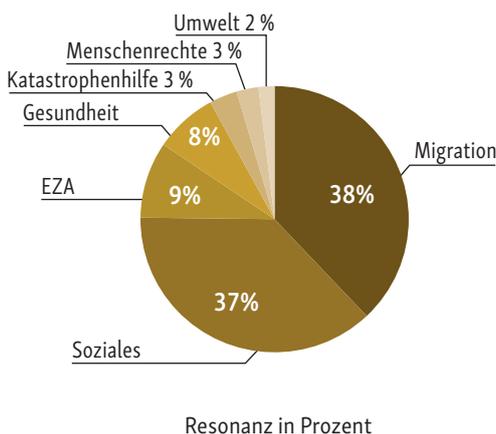
Insgesamt ist die Verteilung der Themen ausgeglichener als bei der behördlichen Hilfe, und alle Bereiche spielen eine Rolle in der Berichterstattung. Am zweitmeisten wird über Migration (20%) berichtet. Menschenrechte (15%), Gesundheit sowie Soziales (beide 12%) sind ebenfalls relativ bedeutend. Etwas weniger Beachtung erhalten Katastrophenhilfe und Entwicklungszusammenarbeit. Wenn man behördliche und private Hilfe vergleicht, fällt insbesondere die hohe Differenz im Bereich Soziales auf. Also gerade bei jenem Tätigkeitsbereich, der die negativste Berichterstattung auf sich vereint. Die hohe Bedeutung von staatlicher Sozialhilfe in den Medien ist einer der Hauptgründe, wieso über private Hilfe auch insgesamt deutlich positiver berichtet wird als über behördliche Hilfe.

Ob private Hilfe von NPO und Einzelpersonen oder staatliche Hilfe im Zentrum der Berichterstattung steht, beeinflusst die Bewertung in den Me-

dien (vgl. Abbildung 8). Private Hilfe wird dabei über alle Bereiche hinweg positiver bewertet als die Hilfe der öffentlichen Hand. Vor allem private Hilfe im Gesundheitsbereich erhält aktuell sehr positive Resonanz (+65). Darunter fallen in der aktuellen Untersuchung vor allem Aktivitäten mit Bezug zur Corona-Pandemie, etwa Freiwilligenarbeit bei der Betreuung von Betroffenen oder Risikopatienten oder das Sammeln von Spenden für Kranke. Die für die öffentliche Hand wichtigen Tätigkeitsbereiche Soziales (-15) und Entwicklungszusammenarbeit (-14) werden medial negativ dargestellt. Typischerweise werden vor allem Umfang und Zweck öffentlicher Gelder, unter Beteiligung von politischen Akteuren, medial kontrovers diskutiert. Hilfe im Kontext von Migration wird – sowohl von Privaten (+18) als auch seitens der Behörden (+3) – leicht positiv betrachtet. Katastrophenhilfe, privat (+50) wie behördlich (+24), ist hingegen unumstritten. Insgesamt zeigt die Analyse,

Tätigkeitsbereiche: Resonanz behördlicher und privater Hilfe (Juli 2019 bis Juni 2020)

Tätigkeitsbereiche Resonanz BEHÖRDLICH



Tätigkeitsbereiche: Resonanz PRIVAT

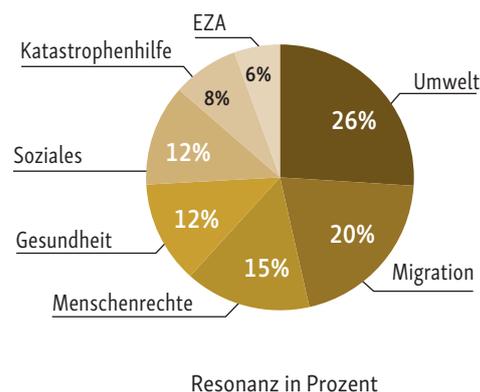
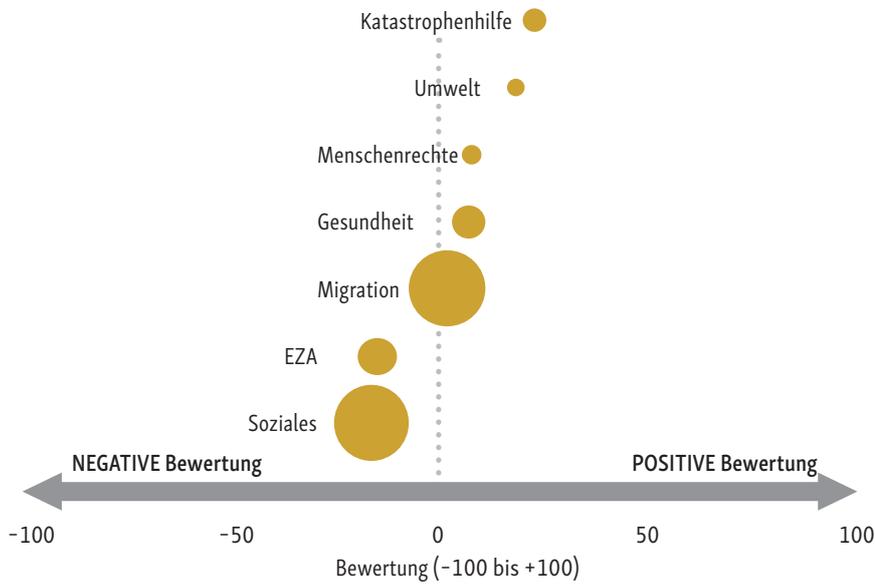


Abbildung 7: Die Grafiken zeigen differenziert nach behördlichem Handeln (links) und privatem (rechts) Spenden und Helfen, wie unterschiedlich resonanzstark die Tätigkeitsbereiche von NPO thematisiert wurden.

Tätigkeitsbereiche: Bewertungen behördlicher und privater Hilfe (Juli 2019 bis Juni 2020)

Tätigkeitsbereiche Bewertungen BEHÖRDLICH



Tätigkeitsbereiche Bewertungen Privat

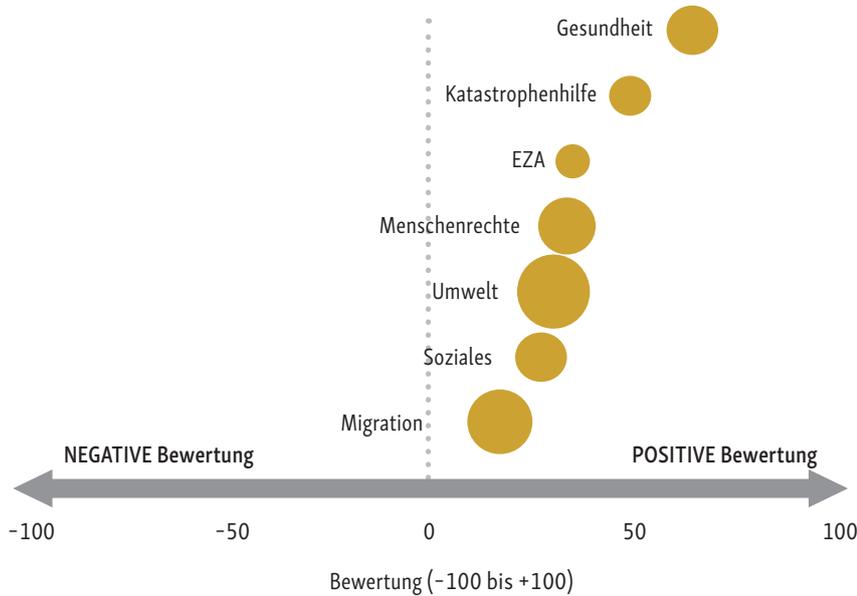


Abbildung 8: Die Grafiken zeigen, wie unterschiedlich «Spenden und Helfen», differenziert nach behördlichem Handeln (oben) und privatem (unten) Spenden und Helfen, innerhalb der Tätigkeitsbereiche der NPOs bewertet wurde.

Medienbeiträge mit Bezug zu den Themen Klima und Migration (Resonanz, 2000 bis 2019)

Resonanz Migrations- und Klimathemen

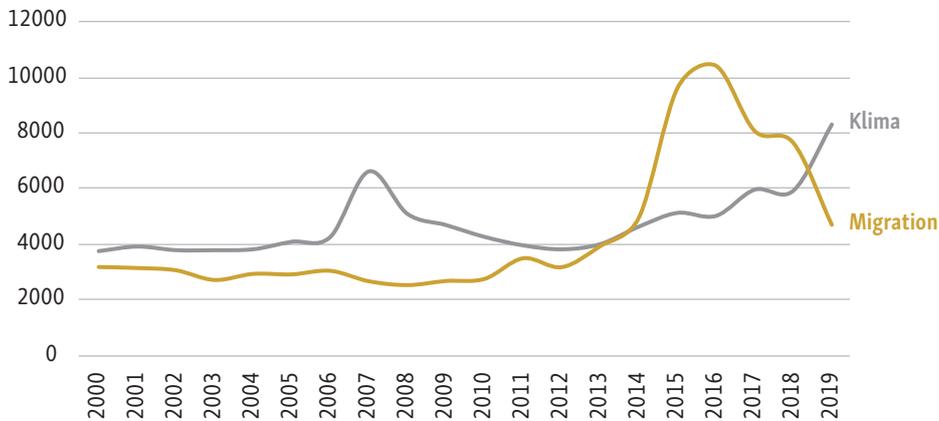


Abbildung 9 zeigt die Resonanz von Medienbeiträgen mit Referenz zu den Themen Klima und Migration in der gesamten Berichterstattung von NZZ, Tages-Anzeiger und Blick. Die Resonanz wurde automatisiert ermittelt.

Medienbeiträge mit Bezug zu den Themen Covid19, Klima und Migration (Resonanz, Januar 2019 bis Juni 2020)

Resonanz Covid19, Klima und Migration

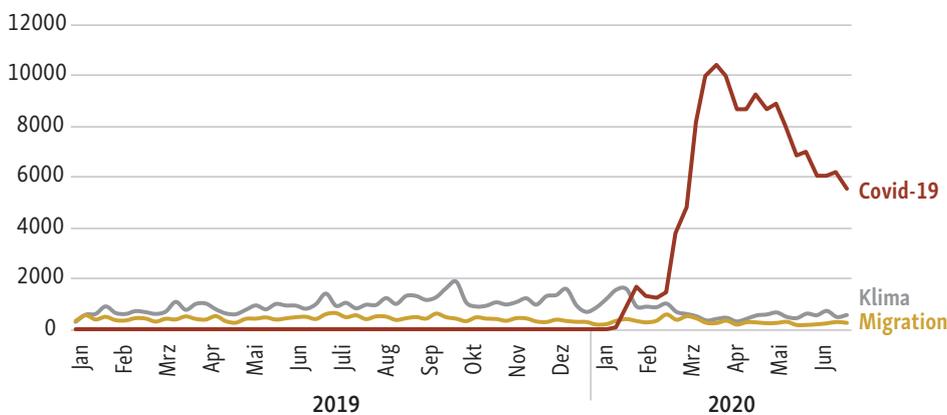


Abbildung 10 zeigt die Resonanz von Medienbeiträgen mit Referenz zu den Themen Corona, Klima und Migration in der gesamten Berichterstattung von NZZ, Tages-Anzeiger und Blick. Die Resonanz wurde automatisiert ermittelt.

dass NPO aus einer Position der Stärke öffentlich agieren können. Denn privat organisiertes Spenden und Helfen ist deutlich akzeptierter als behördliche Hilfe.

Corona löst Klima als Leitthema ab

Die beiden Tätigkeitsbereiche Migration und Umwelt haben in den letzten Jahren an Relevanz gewonnen. Über beide Themen wurde im Verlauf der letzten rund 20 Jahren intensiver berichtet. Vor allem die Klimadebatte gewann im Wahljahr 2019 stark an Bedeutung und wurde medial als eines der dringlichsten Probleme der Gesell-

schaft identifiziert (vgl. Abbildung 9). Medienbeiträge mit Bezug zu den Themen Klima und Migration (Resonanz, 2000 bis 2019)

Abbildung 9 zeigt die Resonanz von Medienbeiträgen mit Referenz zu den Themen Klima und Migration in der gesamten Berichterstattung von NZZ, Tages-Anzeiger und Blick. Die Resonanz wurde automatisiert ermittelt.

Die Corona-Pandemie hat dies grundlegend verändert. Eine Studie zur Qualität der Berichterstattung über die Pandemie belegt, dass diese zu Spitzenzeiten bis zu 70% eine Referenz zum Corona-Thema aufwies. Diese

intensive Berichterstattung ist nahezu einmalig. Sie verdrängte viele andere gesellschaftlich relevante Themen aus der Öffentlichkeit. Die Klimadebatte verlor deutlich an Resonanz, als die Berichterstattung zu Covid-19 Fahrt aufnahm (vgl. Abbildung 10). Corona löste somit das Klima als Leitthema ab. Selbst zu Spitzenzeiten vor den eidgenössischen Wahlen wurden für die Klimadebatte lediglich knapp 2000 Beiträge pro Woche erfasst. Zu Corona erschienen hingegen im März 2020 über 10000 Beiträge in einer einzigen Woche.

→ Fortsetzung Seite 24

Spendenland Schweiz 2019

Ich spende, weil ich vom Anliegen der NPO überzeugt bin.⁵

Ich spende, weil ich dankbar bin, dass es mir gut geht.⁵

Ich spende, weil ich solidarisch bin.⁵



7 von 10 Personen spenden^{1,6}

Jede zweite Spenderin oder jeder zweite Spender nutzt bereits E-Banking für Überweisungen an das Hilfswerk, 29% gehen persönlich an den Postschalter.⁵ 2,40 von 100 Franken, die Hilfswerke von Spenden aus privaten Haushalten bekommen, erhalten sie via digitale Kanäle.⁶



84% der Haushalte spenden
Jeder zweite Haushalt spendet mehr als 300 CHF pro Jahr⁵



Jedes 12. Testament berücksichtigt eine gemeinnützige Organisation.⁵



Über 7000 gemeinnützige Förderstiftungen*

engagieren sich in den Bereichen Gesundheit, Soziales, Umwelt oder Bildung und Forschung.² Teilweise unterstützen sie Projekte von Hilfswerken mit Förderbeiträgen. Andere institutionelle Spenden erhalten Hilfswerke von Kirchen und Firmen.



Hochrechnung Spendenvolumen Schweiz 2003 bis 2019⁶
Gesamte Spendeneinnahmen in Millionen Franken

* inklusive gemischte Stiftungen

Quellen:

- 1 Bekanntheit und Beachtung Zewo-Gütesiegel, Bevölkerungsbefragung Link Institut (2020) im Auftrag der Stiftung Zewo
- 2 Der Schweizer Stiftungsreport 2019, CEPS Forschung und Praxis – Band 20, Center for Philanthropy Studies (CEPS)/SwissFoundations/Zentrum für Stiftungsrecht
- 3 Freiwilligen-Monitor Schweiz 2020, Schweizerische Gemeinnützige Gesellschaft (SGG)
- 4 Kennzahlen für Hilfswerke 2020, Stiftung Zewo
- 5 Spendenmarkt Schweiz 2019, Swissfundraising
- 6 Zewo Spendenstatistik, Stiftung Zewo

So sorgen Hilfswerke mit Zewo-Gütesiegel für eine bessere Welt



1,57 Milliarden CHF
Hilfswerke mit Zewo-Gütesiegel übernehmen Aufträge der öffentlichen Hand im In- und Ausland.⁶

Altkleider und Co.
Einige Hilfswerke mit Zewo-Gütesiegel sammeln Hilfsgüter und Kleider oder führen Brockenhäuser.

Freiwilligenarbeit
115 000 Menschen engagieren sich pro Jahr freiwillig und ehrenamtlich für soziale Zwecke, Menschenrechte oder den Umweltschutz für Zewo-Werke.³

Von 100 Franken setzen Hilfswerke mit Zewo-Gütesiegel durchschnittlich 81 Franken für Projekte ein. 12 Franken benötigen sie für administrative Aufgaben und 7 Franken kostet das Sammeln der Gelder.⁴

1,25 Milliarden CHF aus Eigenleistung
Hilfswerke bieten Produkte und Dienstleistungen an, die man nirgends kaufen kann. Von den Empfängerinnen und Empfängern erhalten sie einen Beitrag an die Kosten.⁵

Die gemeinnützige Arbeit verbessert das Leben von Menschen, denen es weniger gut geht, und trägt dazu bei, dass die Welt zu einem besseren Ort wird.

Corona/Covid 19 in der Berichtertattung über Spenden und Helfen (Januar bis Juni 2020)

Corona/Covid19 in Berichterstattung über Spenden und Helfen

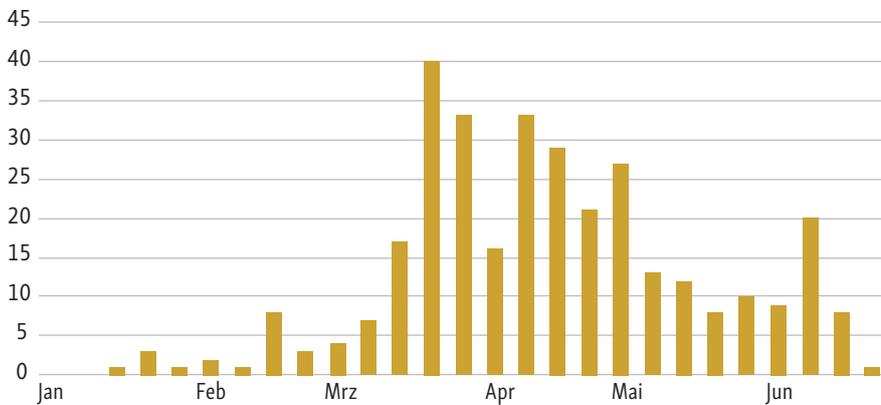


Abbildung 11 zeigt die monatlichen Anteile von Medienbeiträgen zu Spenden und Helfen mit Referenz zum Thema Corona. Die Beiträge wurden automatisiert in den für den Themenradar codierten Beiträgen ermittelt.

Tätigkeitsbereiche und Referenz zu Corona/Covid 19 (Resonanz)

Referenz zu Corona/Covid19 nach Tätigkeitsbereich

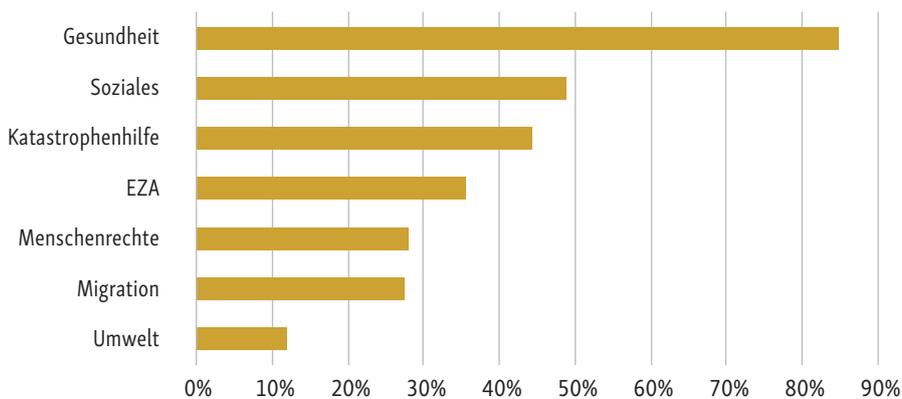


Abbildung 12 zeigt den Anteil von Medienbeiträgen mit Referenz zum Thema Corona für die Tätigkeitsbereiche von Spenden und Helfen. Die Beiträge wurden automatisiert in den für den Themenradar codierten Beiträgen ermittelt.

Die Bedeutung nahm nach dem Lockdown wieder ab, bleibt aber dennoch sehr hoch. Wie nachhaltig sich die Berichterstattung weiterentwickelt, hängt zu einem grossen Teil vom weiteren Verlauf der Pandemie ab. Nehmen die Neuansetzungen wieder zu, bleibt die Resonanz hoch. Wenn die Ausbreitung des Coronavirus eingedämmt wird oder ein Impfstoff erhältlich ist, wird die Resonanz abnehmen, und andere Themen werden wieder an Bedeutung gewinnen.

Auch die Berichterstattung zu «Spenden und Helfen» wurde 2020

bislang von der Corona-Pandemie geprägt. Diese Berichterstattung war jedoch nicht besonders nachhaltig. Nach einem Peak mit 40 Beiträgen am Anfang des Lockdowns fand ab Mai bereits eine deutliche Abkühlung statt (vgl. Abbildung 11). Bezüge zu Corona fanden in der Berichterstattung zu Spenden und Helfen wieder weniger oft statt.

Ähnlich wie das Klimathema beeinflusste die Corona-Pandemie die Berichterstattung in verschiedenen Feldern (vgl. Abbildung 12). Die Resonanz von Gesundheitsthemen war massgeb-

lich dadurch getrieben. In 84% der Beiträge wurde eine Referenz zur Pandemie gemacht. Auch in den Bereichen Soziales (48%), Katastrophenhilfe (44%) und Entwicklungszusammenarbeit (36%) spielte das Thema eine wichtige Rolle. Weniger ausgeprägt war der Bezug zu Corona in den Bereichen Menschenrechte (28%), Migration (28%) und Umwelt (12%). ■

Fazit

Die Corona-Pandemie hat als einschneidendes Ereignis die Beachtung und Darstellung von NPO in den Medien grundlegend verändert. Sie bietet Chancen und Risiken für die öffentliche Positionierung von NPO:

- Die Beachtung und die Darstellung von NPO und ihrer Hilfstätigkeit in den Medien hängen stark von übergeordneten Thementrends ab. NPO sind nur bedingt in der Lage, darauf einzuwirken.
- Die Resonanz von NPO und ihrer Hilfstätigkeit war während der Krise konstant. Es fanden keine starken Verdrängungseffekte statt. Dies zeigt, dass NPO und ihre Tätigkeit in Krisenzeiten relevant sind. Die Pandemie trägt somit zur Legitimation des Sektors bei.
- Thementrends wie die Corona-Pandemie bieten Chancen für eine gesteigerte Beachtung für NPO und ihre Hilfstätigkeit. Um das positive Potenzial auszuschöpfen, muss der Bezug der eigenen Tätigkeit zur Corona-Pandemie aber glaubhaft vermittelt werden.
- Kompass für die öffentliche Positionierung ist im Kontext der Pandemie das eigene Organisationsprofil. Eine (zu) starke Anpassung von öffentlichem Auftritt und Tätigkeit an Thementrends zahlt sich langfristig nicht aus.
- Die Schweizer Bevölkerung ist unmittelbar von der Pandemie betroffen. Die Positionierung über das Corona-Thema ist risikobehaftet, wenn der Bezug nicht glaubhaft vermittelt wird. Fundraising mit Verweis auf Corona ist beispielsweise problematisch, wenn der Eindruck entsteht, dass aus der Not Profit geschlagen wird.

Zur Methodik des Themenradars

Für den «Themenradar» wurde die Berichterstattung über das Thema «Spenden und Helfen» in 20 Schweizer Leitmedien mittels manueller Inhaltsanalyse untersucht (Mediensample vgl. Tabelle 1). Für den Zeitraum von 1.1.2016–30.6.2020 wurden insgesamt 6878 Beiträge bearbeitet. Die relevanten Beiträge wurden mittels Stichwortsuchen ermittelt und danach von geschulten Codierern bearbeitet. Es wurde erfasst, welche Bewertung in den Beiträgen überwiegt (positiv, negativ, neutral oder kontrovers), welcher Tätigkeitsbereich im Zentrum steht (Entwicklungszusammenarbeit, Gesundheit, Katastrophenhilfe, Menschenrechte, Migration, Soziales, Umwelt, Governance oder Spendenpraxis) und ob überwiegend private oder staatliche Hilfe im Artikel thematisiert wird.

Für die Vertiefungsanalyse «Corona, Klimawandel und Migration als Leitthemen» wurden in den Volltexten von NZZ, Tages-Anzeiger und Blick (Datenbasis: Swissex Essentials) die Anzahl erschiener Beiträge mit Suchwörtern zu den Themen Corona, Klima bzw. Migration pro Jahr ermittelt. Zusätzlich wurden die codierten Beiträge des Pilotprojekts automatisiert über eine Keywordliste strukturiert, welche die Suchwörter zur Corona-Pandemie enthielt. Beiträge mit mindestens einer Referenz zur Corona-Pandemie wurden benutzt, um den Anteil Berichterstattung mit Bezug zu Corona insgesamt und nach Tätigkeitsfeldern zu ermitteln.

Tabelle: Mediensample

Nationale Leitmedien	Boulevard- und Gratismedien	Sonntags- und Wochenmedien	Nachrichtensendungen Radio und TV (4 Titel)	Online-Newssites
Le Temps Neue Zürcher Zeitung Tages-Anzeiger	20 Minuten 20 Minutes Blick Blick am Abend Le Matin	Le Matin Dimanche NZZ am Sonntag SonntagsBlick SonntagsZeitung Weltwoche WochenZeitung	10vor10 (SRF) Echo der Zeit (SRF) Rendez-vous (SRF) Tagesschau (SRF)	rts.ch srf.ch watson.ch

Interview mit Daniel Vogler

«Messen, welche Themen öffentlich relevant sind»

Daniel Vogler, Sie haben zusammen mit Prof. Mark Eisenegger einen Themenradar zum «Spenden und Helfen» erstellt, der die Periode von Juli 2019 bis Juni 2020 umfasst. Erläutern Sie uns, worum es da geht.

Vereinfacht gesagt, sehen wir uns die Berichterstattung in Schweizer Medien an, die zu Aktivitätenbereichen von Hilfswerken publizieren. Darüber hinaus analysieren wir die Diskurse, die in den Medien auf einer übergeordneten Ebene zum Thema von Spenden und Helfen geführt werden. Wir fragen: Was steht im Vordergrund? Und was ist die Tonalität, in der die Medien berichten.

Wie gehen Sie bei der Erstellung des Themenradars vor? Oder anders gesagt: Was ist Ihre Methode?

Wir haben mit dem alljährlichen Themenradar bereits 2016 begonnen und führen deshalb eine kontinuierliche Medienbeobachtung durch, aufgrund derer wir ermitteln können, wie sich Themen in der Zeit entwickeln oder wo Chancen und Risiken für die Nonprofitorganisationen (NPO) entstehen. In unserer Medientatenbank ermitteln wir mit Suchwörtern wie Hilfswerke, Spenden, NPO, Migration, Soziales usw. die Medienbeiträge zur Thematik von Spenden und Helfen. Kodiererinnen und Kodierer, in der Regel Studierende im Bachelor- oder Masterstudium, lesen die Beiträge und kategorisieren sie hinsichtlich verschiedener Variablen. Sie beurteilen, ob es sich um einen relevanten Beitrag handelt oder nicht, legen die Art der Bewertung fest und ordnen ihn einem Themenschwerpunkt zu. Eine weitere Variable etwa ist: Geht es um einen Beitrag zu Aktivitäten der öffentlichen Hand oder einer privaten gemeinnützigen Organisation? Hinzu kommt die Registrierung von Metadaten

wie Medientitel oder Erscheinungsdatum. Alle diese Kodierungsarbeiten bilden die Datengrundlage für unsere Analysen.

Eine Gesamtsicht auf die Medienlandschaft vermitteln

Weshalb diese regelmässigen und aufwändigen Beobachtungen? Ist es dermassen entscheidend, was die Medien von der Tätigkeit der Hilfswerke halten?

Manch eine Organisation macht für sich ein Medienmonitoring, damit sie überhaupt weiss, was über sie denn so geschrieben wird. Für uns ist darüber hinaus die Perspektive leitend, dass die Medien immer auch ein Spiegel der Gesellschaft sind. Über die Medieninhalte kann man erfahren und messen, welche Themen in der Öffentlichkeit relevant sind. Das heisst: Ein Thema, das in den Medien eine hohe Resonanz hat, ist mit Sicherheit auch gesellschaftlich von Bedeutung. Darüber hinaus kann man etwas über

Themenkonjunkturen und deren Wandel oder Konstanz im Verlaufe der Zeit erfahren. Mit dem Themenradar geben wir den NPO ein Instrument an die Hand, das ihnen eine Gesamtsicht auf die Medienlandschaft vermittelt. Sie können auf dieser Basis entscheiden, welche Themen für sie wichtig sind oder nicht. Oder sie gelangen zur Überzeugung, dass sie in bestimmten

Handlungsbereichen vermehrt in eine erklärende Kommunikation investieren müssen. Manchmal kann auch das Gegenteil der Fall sein – dass es nämlich besser ist, die eigenen Ressourcen zu schonen und die Finger von bestimmten Themen zu lassen. Allerdings gilt heute ganz allgemein: Die Kommunikation über die Medien ist nicht die einzige Form der Herstellung von Öffentlichkeit.

«**Ein Thema, das in den Medien eine hohe Resonanz hat, ist mit Sicherheit auch gesellschaftlich von Bedeutung.**»

Wenn wir nur schon zusammenkommen, um gemeinsam zu diskutieren, entsteht öffentliche Kommunikation. Früher gab es die klassischen Leitmedien wie die NZZ oder den Blick. Mittlerweise spielen neue Formen der Kommunikation eine wichtige Rolle. Man denke nur an die Social Media.

Sie sprechen von der Resonanz des Themas «Helfen und Spenden», also von der Präsenz eines Themas in den Medien. Gibt es Medien, die sich stärker zum Thema äussern als andere?

Eine hohe Resonanz weist auf ein grosses Gewicht von Themen hin. Grundsätzlich ist Spenden und Helfen medial ein etabliertes Thema. Seine Präsenz ist besonders in den Qualitätsmedien sowohl relevant als auch inhaltlich gehaltvoll. In der Westschweiz wird die Thematik weniger stark verhandelt. Dies hängt damit zusammen, dass politische und damit auch polarisierende Diskurse wie jene zur Sozialhilfe nicht derart präsent sind wie in der Deutschschweiz. Das heisst auch: In der Westschweiz ist die Tonalität in Bezug auf Spenden und Helfen positiver.

Wie der Medienradar deutlich macht, ist «Helfen und Spenden» aber auch im Boulevard präsent ...

Das Thema ist in allen Medientypen präsent. Uns hat sowohl sein Stellenwert als auch die positive Bewertung im Boulevard überrascht. Allerdings ist hier die Bewertung volatiler. Sie kann bei Schwierigkeiten, Unstimmigkeiten oder Fehlern rasch ins Negative umschlagen. Der Boulevard wird dann die Skandalisierung vorwärtstreiben.

Tätigkeit der Hilfswerke wird im Grundsatz positiv bewertet

Neben der Präsenz eines Themas spielt in Ihrem Radar auch die Tonalität eine Rolle, also die Art und Weise, wie sich die Medien über «Helfen und Spenden» verlauten lassen. Welche Beobachtungen machen Sie?

Die Tätigkeiten der NPO werden im Grundsatz positiv bewertet. Natürlich gibt es auch Berichte über das Fehlverhalten von Hilfswerken oder deren Exponenten, wie letztes Jahr im Falle des Uno-Hilfswerks für Palästina (UNRWA). Dann wird die Tonalität kritisch bzw. negativ. Es gibt Tätigkeitsbereiche, die positiver bewertet werden als andere. Negativ werden sie immer dann bewertet, wenn eine Politisierung des Tätigkeitsbereichs gegeben ist, also politische Akteure dazwischen-

« Grundsätzlich ist Spenden und Helfen medial ein etabliertes Thema.

Seine Präsenz ist besonders in den Qualitätsmedien sowohl relevant als auch inhaltlich gehaltvoll.



treten und das Thema bewirtschaften. Das ist etwa der Fall für die Bereiche Migration und Sozialhilfe. Dort geraten negative Aspekte in den Mittelpunkt. Flüchtlinge gelten dann als Bedrohung für die Schweiz. Oder Sozialhilfe wird stark mit Sozialhilfe-Missbrauch konnotiert.

Nun ist «Helfen und Spenden» inhaltlich eine relativ grundsätzliche Festlegung. Welche konkreten Themen und Aktivitäten werden darunter abgehandelt? In welcher Intensität?

Wir erfassen übergeordnete Themenfelder wie Soziales, Migration, Klima, Umwelt, Entwicklungszusammenarbeit, Gesundheit oder Menschenrechte. Für die Periode des Themenradars 2020, die vom Juni 2019 in den Juni 2020 reicht, ist

wenig überraschend, dass ab Januar 2020 die Corona-Krise das dominierende Thema war. Die Hilfe vor Ort, in der Schweiz also, hatte eine starke Präsenz und erfuhr eine positive Bewertung. Letztere betraf vor allem Organisationen im Gesundheits- und im Sozialbereich. Die Dominanz von Covid-19 führte aber auch dazu, dass andere Tätigkeitsbereiche kritischer bewertet wurden: Sollen wir uns im Migrationsbereich verstärkt engagieren, wenn es vor Ort dringendere Krisen gibt? Oder wie steht es um die Auswirkungen der Corona-Krise auf die Sozialhilfe? Und schliesslich trat das während der ersten Beobachtungshälfte dominierende Klima-Thema völlig in den Hintergrund.

Umstrittene Themen differenziert einordnen

Gibt es unterschiedliche Bewertungen einzelner Themen? Welche werden eher positiv und welche eher negativ abgehandelt?

Wir erfassen die Bewertung von Themen und Aktivitäten auf einer Skala, die von -100, ausschliesslich negativ, bis +100, ausschliesslich positiv, reicht. Die meisten Negativ-Themen werden nie bloss kritisch bewertet, es gibt also keine ausschliesslich negative Berichterstattung. So sind Migration und Sozialhilfe als umstrittene Themen nicht massiv, sondern leicht negativ in den Medien bewertet. Sie stellen also nicht per se ein Reputationsrisiko dar. Das Thema Migration ist auf unserer Skala zeitweise sogar ins Positive umgeschlagen – in der Phase, als die Lebensret-

tungsaktionen im Mittelmeer aktuell und medial präsent waren. Es gilt also auch im Fall von stark politisierten Themen zu differenzieren. Dieses Beispiel zeigt überdies, dass wir noch in einer anderen Hinsicht unterscheiden müssen, nämlich zwischen einem kontroversen, übergeordneten Thema wie Migration und einzelnen Ereignissen oder Aktivitäten wie der Rettung von Flüchtlingen.

Kehren wir zu den traditionellen Themen «Helfen und Spenden» zurück: Gegenüber dem Engagement in der Entwicklungshilfe wird politisch – auch in der breiteren Öffentlichkeit – immer wieder moniert: Man solle sich doch stärker um die soziale Not im Inland kümmern. Die Schweiz und ihre Hilfswerke würden zu sehr in den Ländern des Südens aktiv. Nun erstaunt doch, dass das Soziale im Inland gesamthaft eher negativ abschneidet. Ihre Erklärung?

Die von Ihnen genannten Beispiele werden von politischen Akteuren bewirtschaftet. Während eher links orientierte Parteien aus Gründen der Solidarität und der Gerechtigkeit für eine grosszügigere Ausgestaltung der Entwicklungszusammenarbeit eintreten, wird der Gegenpol durch die SVP eingenommen: Wir sollen zunächst den Bedürftigen im Inland helfen, statt das Geld im Ausland zu verschleudern. Aber wie die politische Diskussion immer wieder deutlich macht, ist die SVP-Position alles andere als kohärent. Letzten Endes will sie nicht nur die Entwicklungszusammenarbeit zurückfahren, sondern auch die Sozialhilfe im Inland abbauen. Daher ihr Insistieren auf einem verbreiteten Sozialhilfe-Betrug. Diese politische Konstellation bildet sich im Themenradar ab.

Reputationsrisiken bearbeiten – selbst wenn man damit keine Lorbeeren holt

Es fällt auf, dass in verschiedenen Bereichen die private Hilfe besser wegkommt als die Hilfe der öffentlichen Hand. Beispiele sind etwa die schon genannten Aktivitäten in den Feldern Migration, Soziales oder Entwicklungshilfe. Wie interpretieren Sie diesen Sachverhalt? Welche Schlussfolgerungen ergeben sich daraus?

Der unterschiedlichen Bewertung liegt – etwas pauschal formuliert – eine Logik zugrunde, wonach man mit privatem Geld machen kann, was man will. Sofern man nicht kriminell wird und niemandem zur Last fällt. Auch politische Akteure können hier nicht viel ausrichten. Ihr Hebel zur Intervention liegt bei staatlichen Geldern und bei behördlichen Leistungen. Also bewirtschaften sie die Handlungsfelder der öffentlichen Hand. Diese werden im politischen Diskurs immer wieder zur Zielscheibe von Kritik. Ihre Politisierung führt zu diesen unterschiedlichen Beurteilungen von privater und staatlicher Entwicklungs-, Sozial- und Flüchtlingshilfe.

Fragen dazu, wie transparent denn die Hilfswerke sind, wie wirkungsvoll sie arbeiten oder wie gut sie organisiert sind («Governance»), scheinen in der Medienberichterstattung nicht sehr präsent zu sein. Ist dieser Eindruck richtig? Wenn ja, was bedeutet dieser Sachverhalt für die Hilfswerke?

Good Governance und die Respektierung von gesellschaftlichen Normen haben heute keinen Nachrichtenwert mehr. Good Governance wird vielmehr als Selbstverständlichkeit angesehen – gerade im Blick auf NPO. Verstösse dagegen sind aber für die Medien interessant. Sie wecken bei den Lesern Interesse und lassen sich als Geschichten gut verkaufen. Wir sprechen vom CSR-Paradox (Corporate-Social-Responsibility-Paradox): Dass Unternehmen oder Organisationen transparent, nachhaltig und sozial verantwortlich sind, erwartet die Öffentlichkeit. Wenn sie jedoch über ihre Engagements in diesen Bereichen kommunizieren, werden die Medien skeptisch – und beginnen zu recherchieren. Natürlich sind die Erwartungen an NPO noch höher als jene an die Wirtschaft. NPO müssen deshalb vorsichtig mit solchen Themen in der externen Kommunikation umgehen und darin die Reputationsrisiken erkennen. NPO sollten deshalb auch ein Interesse an qualitativ hochwertigen Medien haben. Diese orientieren sich nicht nur am sogenannten Nachrichtenwert. Sie wenden auch Ressourcen für solide Recherchen und Hintergrundberichte auf. Ausserdem erliegen sie weniger der Tendenz zur Skandalisierung. Und sie sind weniger abhängig von Themen, die andere Medien setzen. Das alles ist für die NPO von Vorteil.

Präsenz der Hilfswerke ist von übergeordneten Themen abhängig

Ein Schlussfazit zu Ihren Beobachtungen und Analysen? Etwa auch hinsichtlich Medienqualität?

Als wir 2016 unsere Arbeit am Themenradar begannen, waren wir überrascht, wie etabliert das Thema «Spenden und Helfen» in der Medienberichterstattung war. Auch hinsichtlich des positiven Grundtenors. Das hat sich über die Jahre hinweg auf diesem Niveau gehalten, trotz gelegentlicher Berichterstattung über vereinzelte Skandale bei Hilfsorganisationen. Uns fällt sodann auf, wie sehr die Präsenz von NPO und ihren Aktivitäten von übergeordneten Themen und Trends abhängt. So etwa 2016 und 2017 vom Thema Migration, 2018 und 2019 von Umweltschutz und Klimakrise und 2020 von der Corona-Krise. Wenn NPO mit ihren Aktivitäten in diesen übergeordneten Feldern engagiert sind, ist auch ihre mediale Präsenz höher; andernfalls verschwinden sie aus dem Fokus. Diese Abhängigkeit bietet Chancen, sie ist aber auch risikobehaftet. ■

Zewo-Spendenstatistik: Bestes Sammelergebnis

Im Jahr 2019 haben Hilfswerke, die in der Schweiz Spenden sammeln, 1,91 Milliarden Franken erhalten. Das ist das beste Sammlungsergebnis, seit es die Spendenstatistik der Zewo gibt. Zugenommen haben vor allem Spenden von privaten Haushalten sowie Legate.

Von Martina Ziegerer

Die Schweizer Hilfswerke haben im Jahr 2019 mit 1,91 Milliarden mehr Spenden erhalten als je zuvor. In den vergangenen Jahren waren die Spenden bei rund 1,8 Milliarden

Franken über längere Zeit auf hohem Niveau stabil geblieben.

Die 50 grössten Hilfsorganisationen, die in der Schweiz Spenden sammeln, erhielten zwischen 117 Millionen und

6 Millionen Franken Spenden. Von drei gespendeten Franken, erhielten diese Werke zwei. Von 100 Spendenfranken, welche die 50 grössten Organisationen bekamen, flossen 63 Franken an Hilfs-

Die wichtigsten Resultate im Überblick

Spendenvolumen Schweiz von 2003 bis 2019 | Hochrechnung in Millionen Schweizer Franken

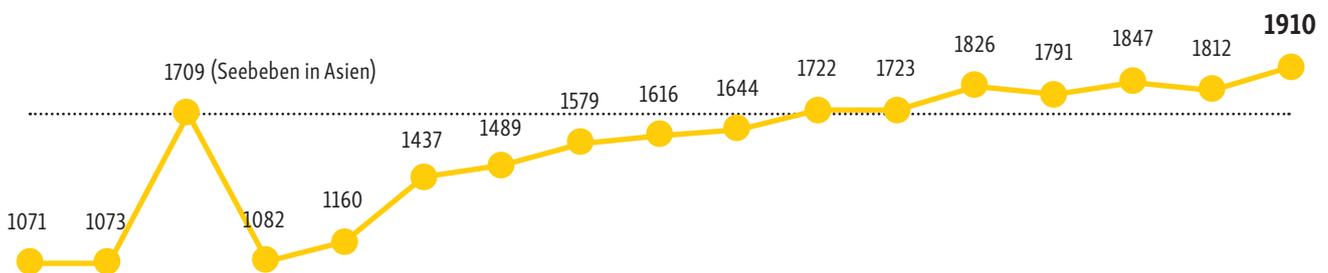


Abbildung 1 zeigt, dass in der Schweiz die Spenden an die gemeinnützigen Organisationen mit 1,91 Milliarden Franken ein Rekordniveau erreicht haben.

Spenden Schweiz nach Anteil zertifizierter NPO in Millionen Franken (2019)

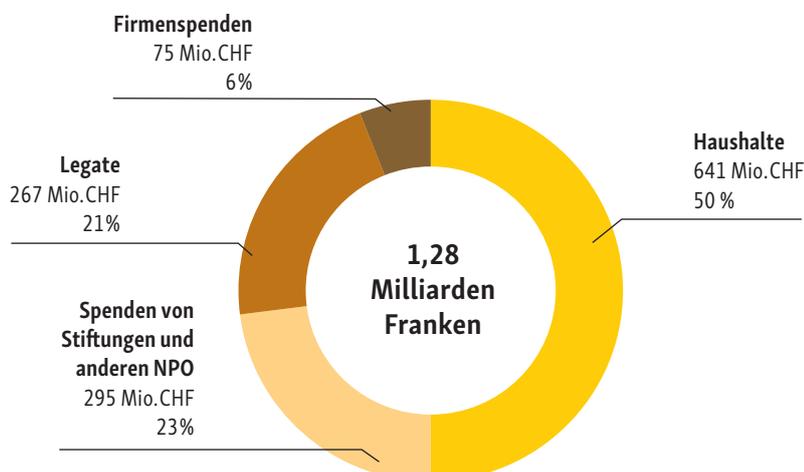


Abbildung 2 zeigt, wie sich die Spendeneinnahmen an die gemeinnützigen Organisationen zusammensetzen.

Woher kommen die Spenden an die Hilfswerke?

Spendenmix zertifizierter NPO | Anteil an den gesamten Spenden (2007 bis 2019)

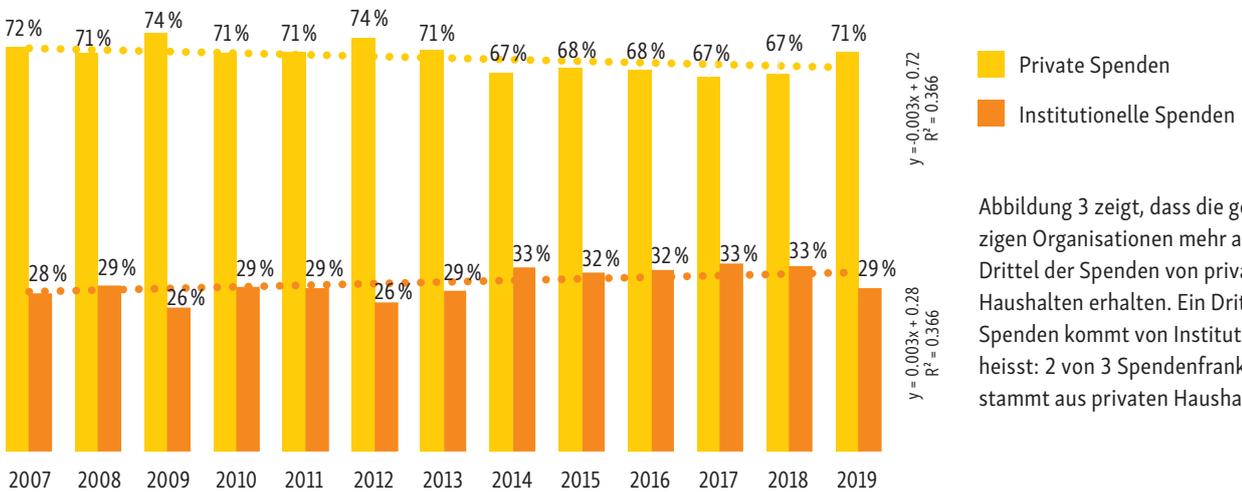


Abbildung 3 zeigt, dass die gemeinnützigen Organisationen mehr als zwei Drittel der Spenden von privaten Haushalten erhalten. Ein Drittel der Spenden kommt von Institutionen. Das heisst: 2 von 3 Spendenfranken stammt aus privaten Haushalten.

Private Spenden zertifizierter NPO in Millionen Franken (2007 bis 2019)

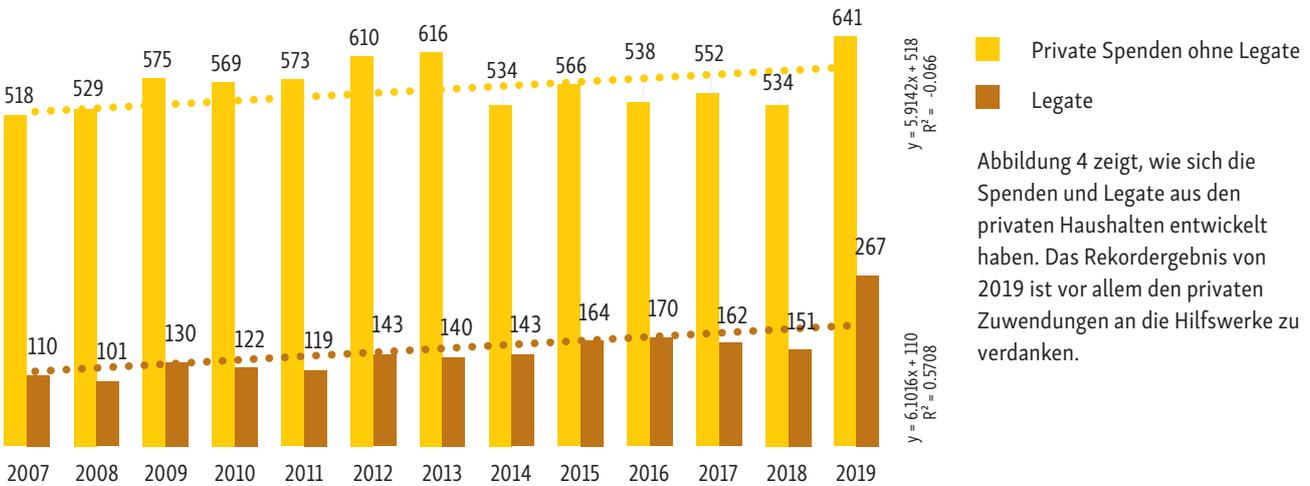


Abbildung 4 zeigt, wie sich die Spenden und Legate aus den privaten Haushalten entwickelt haben. Das Rekordergebnis von 2019 ist vor allem den privaten Zuwendungen an die Hilfswerke zu verdanken.

Institutionelle Spenden zertifizierter NPO in Millionen Franken (2007 bis 2019)

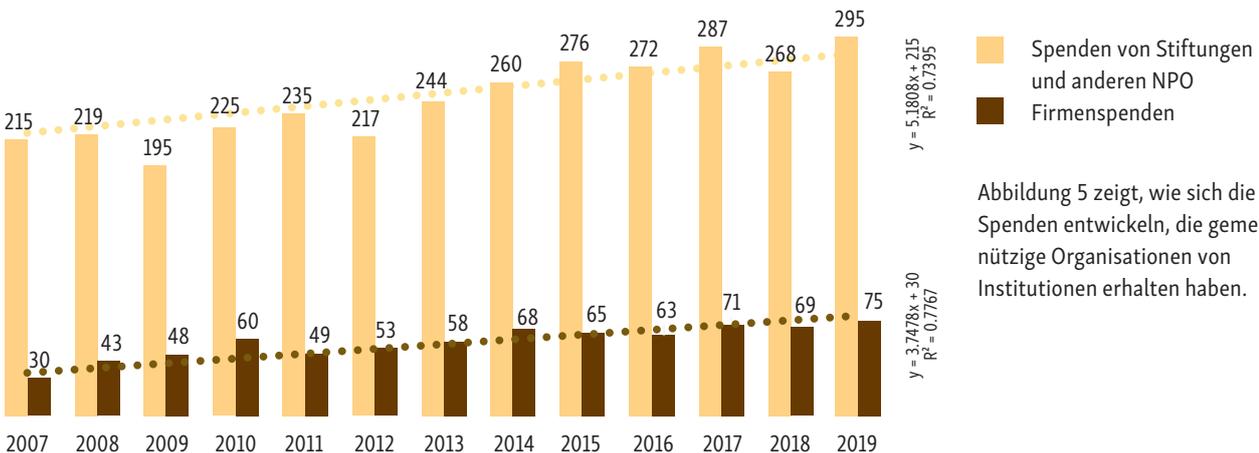


Abbildung 5 zeigt, wie sich die Spenden entwickeln, die gemeinnützige Organisationen von Institutionen erhalten haben.

werke, die das Zewo-Gütesiegel tragen und regelmässig von der Zewo kontrolliert werden.

Das geht aus der Spendenstatistik der Stiftung Zewo hervor, auf deren Basis das Verbandsmanagement Institut (VMI) der Universität Freiburg jährlich die Spendenmarktentwicklung in der Schweiz berechnet (Abbildung 1).

7 von 10 Spendenfranken aus privaten Haushalten und Erbschaften

Alle 498 Hilfswerke, die von der Zewo zertifiziert sind, erhielten im vergangenen Jahr zusammen 1,28 Milliarden Franken Spenden (Abbildung 2). Ihre bedeutendsten Spender sind die privaten Haushalte (Abbildung 3). Von ihnen bekamen die Hilfswerke jeden zweiten Spendenfranken aufgrund von Sammlungsaufrufen, Mitglieder- und Gönnerbeiträgen oder Patenschaften. Jeden fünften Spendenfranken erbten die Hilfswerke. Stiftungen, Firmen oder andere Institutionen trugen 3 von 10 Franken an die Spendeneinnahmen von Hilfswerken bei.

Zugenommen haben 2019 vor allem die Spenden von privaten Haushalten sowie die Legate (Abbildung 4). Dieses ausserordentliche Wachstum kam zahlreichen Hilfswerke zugute, die bereits seit vielen Jahren das Zewo-Label tragen. Nur ein Zehntel der Veränderungen geht darauf zurück, dass im vergangenen Jahr zusätzliche Hilfswerke das Label erstmals erhalten haben und nun Teil der Auswertung sind.

Die Beiträge von Förderstiftungen und die Firmenspenden haben im Vergleich zu den Vorjahren ebenfalls leicht zugenommen. Bei den institutionellen Spenden verlief die Entwicklung aber gleichmässiger als bei den Privatspenden (Abbildung 5).

Gleichviele Spenden für Inland- und Auslandhilfe

Die im Inland tätigen Hilfswerke haben insgesamt etwa gleichviele Spenden erhalten wie jene, die internationale Hilfe leisten (Abbildung 6). Das Verhältnis hat sich im Laufe der Jahre kaum verändert.

Die Inlandwerke machen allerdings drei Viertel aller zertifizierten Organisationen aus. Nur jedes vierte Zewo-Werk ist international tätig. Dieses Viertel finanziert seine Hilfe demnach stärker aus Spenden als Hilfswerke, die im Inland arbeiten. Die Inlandwerke nehmen vermehrt auch Aufträge der öffentlichen Hand wahr. Zudem zählen zu den im Inland tätigen Hilfswerken viele kantonale und regionale Sektionen, die kleiner sind als die internationalen tätigen Hilfswerke.

Welche Zahlungskonäle Spenderinnen und Spender nutzen

Die meisten Spenden gelangen direkt zu den Hilfswerken: Von 100 Spendenfranken, die Hilfswerke von Privatpersonen, aus Legaten oder von institutionellen Spendern erhielten, gelangten auch im vergangenen Jahr 99 Franken über herkömmliche Zahlungs-

kanäle zu ihnen. Meistens sind es direkte Überweisungen von einem Bank- oder Postkonto auf das Spendenkonto der Organisation (Abbildung 7).

Im Jahr 2019 nutzte bereits über die Hälfte der Spenderinnen und Spender aus privaten Haushalten das E-Banking. Per Einzahlungsschein oder mittels Einzahlung am Postschalter überwiesen noch 29 Prozent ihre Spende. Das geht aus dem Swissfundraising Spendenbarometer hervor.

Wenige Spenden über digitale Kanäle

Für digitale Spenden hat die eigene Website eines Hilfswerkes die grösste Bedeutung (Abbildung 8). Doch selbst wenn man nur die privaten Einzelspenden betrachtet, erhalten die Hilfswerke von 100 Franken, die ein privater Haushalt spendet, erst 2 Franken und 40 Rappen über einen digitalen Zahlungskanal wie SMS, Crowdfunding oder eine Spendenplattform (Abbildung 9).

Insgesamt Hilfe für 4,5 Milliarden Franken finanziert

Insgesamt erhielten die Zewo-Werke im Jahr 2019 4,5 Milliarden Franken für ihre Hilfeleistungen (Abbildung 10). Zusätzlich zu den Spenden von 1,28 Milliarden Franken erbrachten sie im Auftrag der öffentlichen Hand Leistungen für fast 1,6 Milliarden. Zudem erwirtschafteten sie aus dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen über 1,2 Milliarden. Die übrigen Einnahmen von knapp 0,4 Milliarden setzen sich

Anteil Spenden nach Zweck an zertifizierte NPO in Prozent der gesamten Spenden (2007 bis 2019)

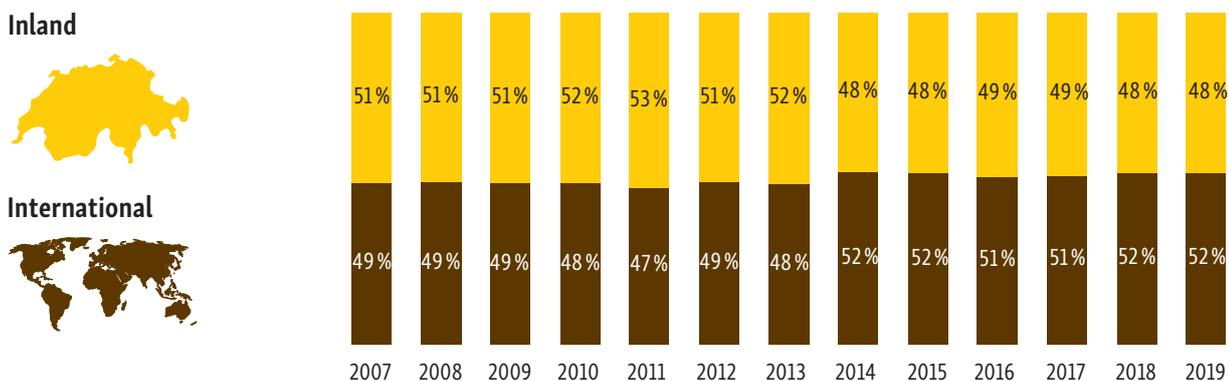


Abbildung 6 zeigt, welchen Anteil der Spenden jene NPO erhalten, die primär im Inland engagiert sind, und welchen Anteil jene NPO erhalten, die vor allem international tätig sind.

Welche Kanäle benutzen Spenderinnen und Spender?

Herkömmliche Zahlungskanäle

Spenden 2019 in Millionen Franken an zertifizierte NPO

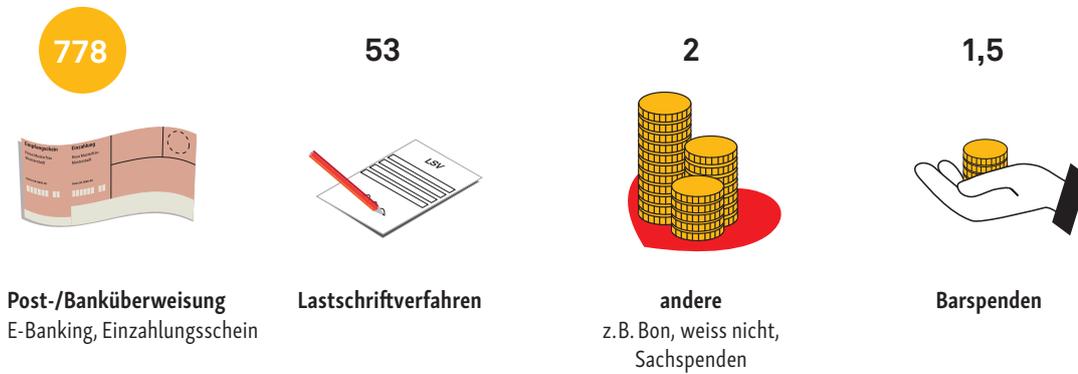


Abbildung 7 zeigt, dass die gemeinnützigen Organisationen nach wie vor am meisten Spenden direkt über eine Überweisung von der Bank oder der Post erhalten.

Neue Zahlungskanäle

Spenden 2019 in Millionen Franken an zertifizierte NPO

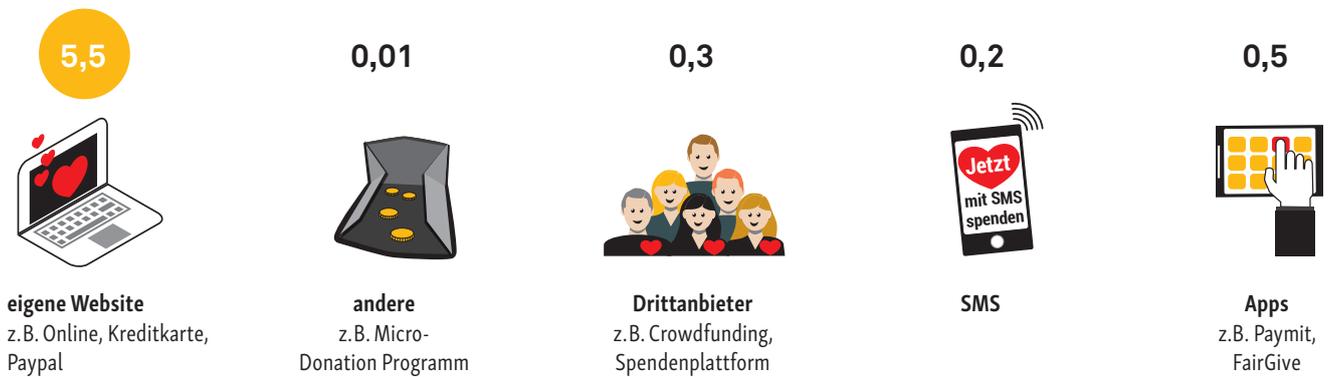


Abbildung 8 zeigt neue Zahlungskanäle, die herkömmliche Formen des Spendensammelns ergänzen. Von diesen haben die Zahlungsmöglichkeiten über die Website der NPO die grösste Bedeutung.

Spenden über neue Zahlungskanäle (2014 bis 2019)

Anteil an den privaten Einzelspenden zertifizierter NPO in Prozent



Abbildung 9 zeigt, dass die gemeinnützigen Organisationen nur 2,40 von 100 gespendeten Franken aus privaten Haushalten (ohne Legate) über neue Zahlungskanäle erhalten haben.

vor allem aus Finanzerträgen oder Geldflüssen aus internationalen Netzwerken zusammen.

Organisationen mit Zewo-Gütesiegel setzen von 100 Franken im Mittel 80 Franken für Hilfsprojekte ein. 13 Franken benötigen sie für administrative Aufgaben. 7 Franken kostet sie das Spendensammeln. Dies geht aus der aktuellen Studie der Zewo zu «Kennzahlen von Hilfswerken» hervor. Der Bericht dazu erscheint voraussichtlich im

Oktober 2020 und wird bei der Stiftung Zewo erhältlich sein.

Ähnlich wie bei den Spenden erklärt sich bei den selber erwirtschafteten Einnahmen die Zunahme gegenüber früheren Jahren fast vollständig durch höhere Einnahmen bei Hilfswerken, die das Gütesiegel der Zewo schon über eine längere Zeit tragen. Bei den öffentlichen Geldern geht die Zunahme hingegen auf neu zertifizierte Hilfswerke zurück, die erstmals in der Statistik

enthalten sind. Das gilt auch für die übrigen Einnahmen. Diese haben insbesondere aufgrund von international tätigen Hilfswerken, die das Gütesiegel der Zewo im Jahr 2019 neu erhalten haben, stark zugenommen.

145 000 Menschen sind im Einsatz für zertifizierte Hilfswerke

498 zertifizierte Hilfswerke beschäftigen zusammen über 30 000 Mitarbeitende, was rund 21 000 Vollzeitstellen

Zusammensetzung der gesamten Einnahmen von zertifizierten NPO im Jahr 2019

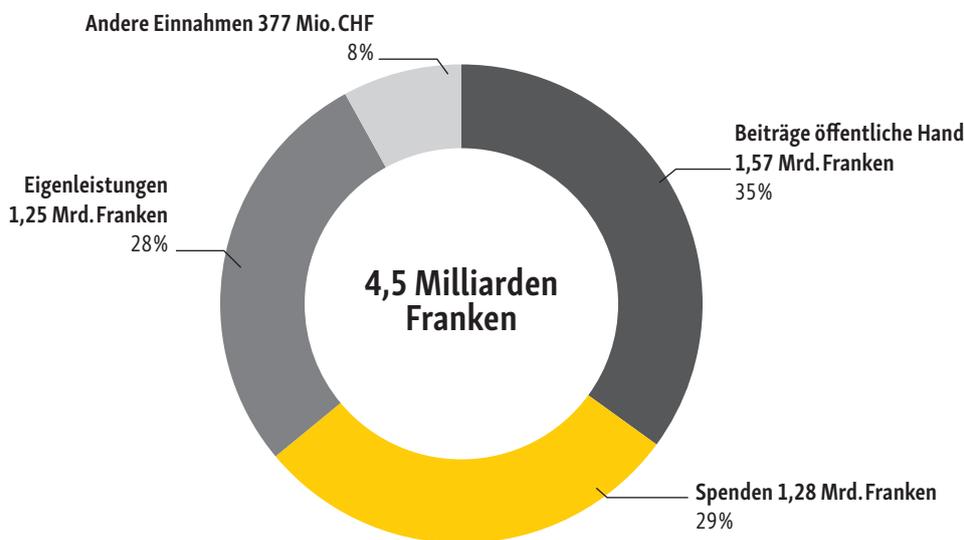


Abbildung 10 zeigt, wie gross der Anteil der Spenden an den 4,5 Milliarden Franken ist, welche die gemeinnützigen Organisationen insgesamt einnehmen.

Entwicklung der gesamten Einnahmen von zertifizierten NPO in Millionen Franken (2007 bis 2019)



Abbildung 11 zeigt, wie sich die Spenden an die gemeinnützigen Organisationen im Vergleich zu anderen Einnahmen entwickelt haben.

entspricht. Darüber hinaus leisten rund 115 000 Menschen unentgeltliche Arbeit in der ehrenamtlichen Leitung oder für Freiwilligeneinsätze. Umgerechnet in angestellte Arbeitsverhältnisse entspricht dies weiteren 3400 Vollzeitstellen.

22 Prozent der Arbeit von Mitarbeitenden und 10 Prozent des ehrenamtlichen und freiwilligen Engagements entfallen auf Hilfswerke, die ganz oder in erheblichem Ausmass für Projekte im Ausland tätig sind. Den überwiegenden Teil ihrer Arbeit leisten zertifizierte Organisationen für die Hilfe in der Schweiz.

Ausblick auf das Spendenjahr 2020

Trotz des hervorragenden Spendenjahrs 2019 und obwohl insbesondere Hilfswerke, die im Inland tätig sind, während der Corona-Krise zusätzlich Spenden erhalten haben, befürchten die meisten Hilfsorganisationen für das Jahr 2020 einen Rückgang bei den Spenden. Mehr dazu ist der erstmals durchgeführten repräsentativen Umfrage der Stiftung Zewo zu entnehmen. Sie zeigt, wie Hilfswerke die Corona-Krise gemeistert haben und was sie von der Zukunft erwarten. → ab Seite 35 ■

Zewo Spendenstatistik

Die Statistik finden Sie als Download auf der Website zewo.ch/de/spendenstatistik



Zur Methodik der Zewo-Spendenstatistik

Die vorliegende Statistik der Zewo beruht auf den direkt bei den Zewo-zertifizierten Organisationen erhobenen Daten zur Einnahmenstruktur. Das Einnahme- und Spendentotal basiert dabei auf einer Befragung bei 498 Zewo-zertifizierten Organisationen. Zur Ergänzung der Datenbasis wurden, wo nötig, die revidierten Jahresrechnungen konsultiert. Je nach Untersuchungsaspekt variiert die Stichprobengrösse aufgrund von Datenlücken. Die Auswertung erfolgte durch Ueli Löffel M. Sc. und Prof. Dr. Markus Gmür vom Verbandsmanagement Institut (VMI), Universität Freiburg/CH.

Definition der Einnahmekategorien

Die Zewo-Statistik unterscheidet die folgenden Einnahmekategorien:

(Klein)Spenden aus privaten Haushalten

- Mitglieder- und Gönnerbeiträge
- Patenschaften
- Spenden von privaten Einzelpersonen (Mailings und neue Kanäle wie Spendenplattformen usw.)
- Spezielle Anlässe (z.B. Benefiz-Konzerte, Spendengalas)

Grossspenden und Legate

- Grossspenden (grosse Beträge von privaten Spendern, Mäzenen, Schenkungen zu Lebzeiten)
- Legate (testamentarisch verfügte Spenden nach dem Tod des Spenders, Erbschaften)

Spenden von Stiftungen und anderen NPO

- Beiträge von anderen NPO und privaten Institutionen aus dem Inland
- Vergabestiftungen
 - Kirchen
 - Glückskette
 - Spenden von Kantonen und Gemeinden (Spenden ohne Gegenleistung/Leistungsauftrag, z.B. Lotteriefonds)
 - Co-Finanzierung durch andere NPO

Firmenspenden

- Spenden von Firmen (kein Sponsoring)
- Sammlungen aus Kooperationen mit kommerziellen Dritten (z.B. Belegschaft

- einer Firma, Weichnachtenlass
- Spende, die an einen Produkteverkauf gekoppelt war, Texaid, Bezahlen mit Kreditkarte, Aufrufen beim Bezahlen, Veranstalter von Events usw.)

Staatliche Beiträge

Beiträge (Angebots- und Investitionsbeiträge) von Gemeinden, Kantonen sowie vom Bund für eine Gegenleistung/einen Leistungsauftrag

Eigenleistungen

Der Verkauf von Produkten und Dienstleistungen; Leistungen, die von einer Versicherung (z.B. Krankenkasse) stellvertretend für den Leistungsempfänger übernommen werden; Einnahmen aus Sponsoring

Andere Einnahmen

z.B. Liegenschafts- und Finanzertrag, Gelder aus internationalen Netzwerken sowie in der Betriebsrechnung monetarisierte Naturalien

Grundlage zur Schätzung des Spendenmarktvolumens

Seit 2010 basiert die Hochrechnung des Gesamtmarktvolumens auf den effektiven Daten der Zewo-Statistik, die mit den fehlenden Daten aus den revidierten Jahresrechnungen der grössten 50 Spenden sammelnden Organisationen (mit oder ohne Zewo-Zertifizierung) ergänzt wird. Veränderungen im Volumen des Gesamtmarkts oder einzelner Komponenten werden auf Basis einer Panelstudie mit Vergleichsdaten aus den Vorjahren geschätzt. Da keine verlässlichen Daten zu kleineren Hilfswerken ohne Zewo-Zertifizierung verfügbar sind, wird der Marktanteil unterhalb der Gruppe der 50 grössten Hilfswerke, die zusammen über 60% aller Spendeneinnahmen auf sich vereinigen, mit der Annahme geschätzt, dass der Anteil zertifizierter Organisationen in einer Mehrjahresbetrachtung über alle Grössenkategorien hinweg gleich ist. Diese Annahme birgt zwar das Risiko einer systematischen Marktüber- oder -unterschätzung, kann aber zusammen mit den Panelanalysen die Marktentwicklungen seit 2010 gut abbilden.

Die Hilfswerke und die Corona-Krise

Die Stiftung Zewo hat erstmals untersucht, wie die Corona-Krise die Hilfswerke verändert hat. Vor allem im Inland tätige Hilfswerke erhielten während dem Lockdown zusätzliche Unterstützung durch die Schweizer Bevölkerung. Sie passten ihre Hilfeleistungen den veränderten Bedingungen an und verstärkten ihre Angebote. Und sie bleiben zuversichtlich.

von Martina Ziegerer



Dr. Martina Ziegerer
Geschäftsleiterin der Schweizerischen
Zertifizierungsstelle für gemeinnützige
Spenden sammelnde Organisationen
(Zewo).

Am 16. März 2020 erklärte der Bundesrat wegen Corona in der ganzen Schweiz die «ausserordentliche Lage». Er schloss Läden, Restaurants, Unterhaltungs- und Freizeitbetriebe. In der Folge führte er Reisebeschränkungen ein und bot die Armee auf, um die Kantone bei der Bewältigung der Krise zu unterstützen.

Der Lockdown betraf die Hilfswerke gleich in mehrfacher Hinsicht: Sie mussten ihre Arbeit unter erschwerten Bedingungen fortführen und ihre Hilfeleistungen einem Bedarf anpassen, der sich über Nacht verändert und verschärft hatte. Dazu kam die Unsicherheit, wie sich Corona auf das Spendenverhalten und die Einnahmen der Hilfswerke auswirken würde.

Die Schweiz bleibt in Zeiten von Corona solidarisch

Zu Beginn des Lockdowns befürchteten manche Hilfswerke, ihre Spenden würden wegen der Corona-Krise einbrechen. Zu Unrecht, wie die Umfrage der Zewo zeigt. Drei von zehn Hilfswerken

erhielten weniger Spenden aus privaten Haushalten als sonst. Fast jedes zweite Hilfswerk hat während dem Lockdown etwa gleich viele Spenden erhalten wie sonst, jedes fünfte sogar mehr.

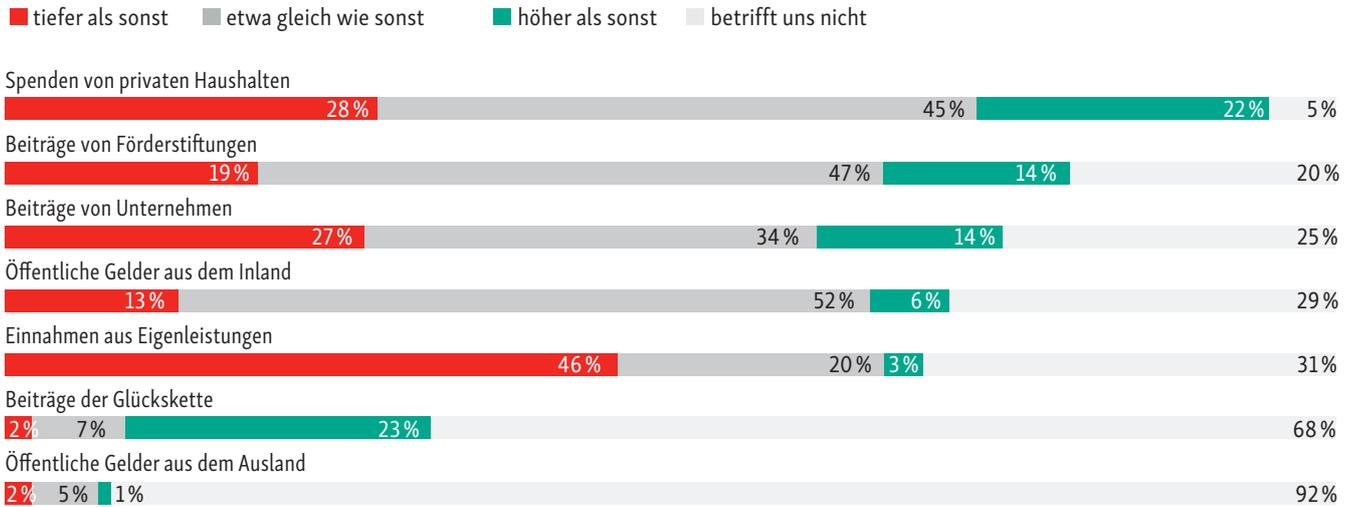
Ähnlich sieht es bei den Beiträgen aus, die Hilfswerke von Förderstiftungen erhielten. Die meisten Hilfswerke stellten keine Änderung fest, einige erhielten sogar mehr Beiträge, nur jedes fünfte weniger. Selbst von Unternehmen verzeichnete fast die Hälfte der Hilfswerke etwa gleich viele oder gar höhere Beiträge als sonst. Jedes vierte Hilfswerk dagegen erhielt weniger Firmenspenden als sonst. Ein weiteres Viertel sammelte auch vor Corona keine Spenden von Firmen.

Besonders grosse Unterstützung für die Hilfe im Inland

Zusätzliche Spenden erhielten vor allem Hilfswerke, die im Bereich Soziales und Gesundheit im Inland tätig sind. Bis im Juni 2020 verzeichnete fast jedes dritte dieser Hilfswerke mehr Spenden aus privaten Haushalten als sonst. Je-

Grafik 1: So wirkt sich Corona auf die Einnahmen von Hilfswerken aus

Frage: Durch die COVID19-Pandemie können sich die Einnahmen von NPO verändern. Welche finanziellen Auswirkungen nimmt Ihre NPO aufgrund der Pandemie seit dem 16. März 2020 in folgenden Kategorien wahr? Mehrfachnennungen möglich

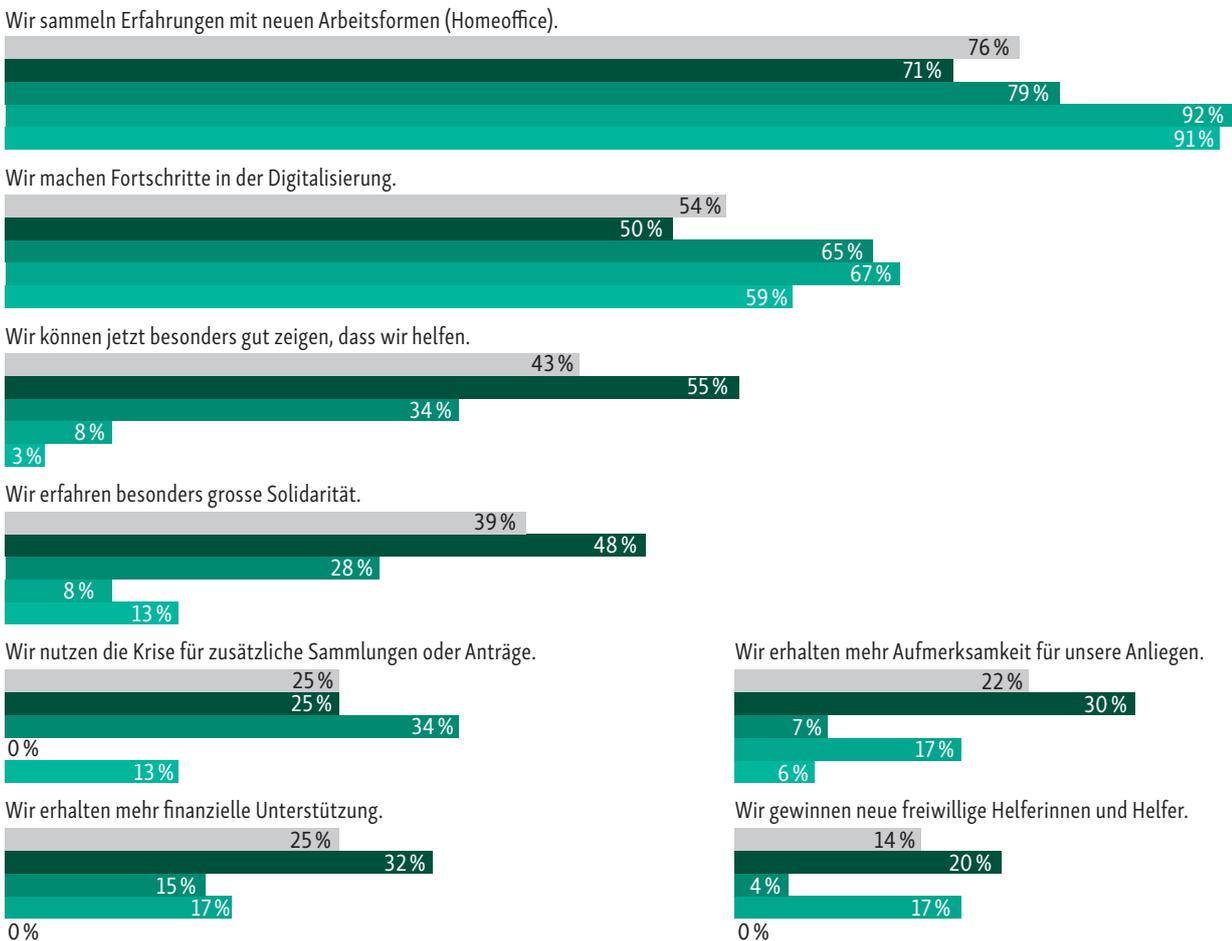


N = 329, ohne Filter, Quelle: Stiftung Zewo, repräsentative Online-Umfrage bei zertifizierten NPO, Juni 2020

Grafik 2: Diese Chancen sehen Hilfswerke trotz Corona

Frage: Aufgrund der COVID19-Pandemie gilt seit dem 16. März 2020 eine ausserordentliche Lage. Wo sehen Sie dies für Ihre NPO trotz allem als Chance? Mehrfachnennungen möglich

■ alle (N=327) ■ Soziales und Gesundheit Inland (N=208) ■ Entwicklungszusammenarbeit (N=68)
 ■ Natur-, Umwelt-, Tier- und Heimatschutz (N=12) ■ Heime (N= 32)



Quelle: Stiftung Zewo, repräsentative Online-Umfrage bei zertifizierten NPO, Juni 2020

des Vierte bekam zusätzliche Gelder von Förderstiftungen oder Unternehmen. Besonders deutlich zeigten sich zusätzliche Einnahmen aus der Sammlung der Glückskette, die 42 Millionen Franken für die Corona-Hilfe im Inland gesammelt hatte. Sie leitete diese Spenden an im Inland tätige Hilfswerke weiter.

Obschon viele Inlandwerke wegen Corona zusätzliche Spenden erhielten, bekamen auch fast gleich viele Organisationen aus dem Bereich Soziales und Gesundheit weniger Spenden von privaten Haushalten und Beiträge von Förderstiftungen. Bei den Firmenspenden registrierte ein Drittel der im Inland tätigen Hilfswerke einen Rückgang und nur jedes vierte eine Zunahme. Eine Erklärung dafür ist in Grafik 2 («Diese Chancen sehen Hilfswerke trotz Corona») zu finden. Obwohl über die Hälfte der Inlandwerke während dem Lockdown besonders gut zeigen konnte, dass sie helfen, nutzte nur jedes vierte diese Zeit für zusätzliche Sammlungen oder Anträge. Dennoch erhielt jede dritte Organisation aus dem Sozial- oder Gesundheitswesen mehr finanzielle Unterstützung. Etwa gleichviele erhielten wegen Corona auch mehr Aufmerksamkeit für ihre Anliegen. Die Solidarität im Inland spielte also. Aber nicht alle Inlandwerke nutzten die Chance, die sich ihnen dadurch für das Fundraising bot.

Im Gegensatz zur Inlandhilfe erhielten Organisationen, die in der Entwicklungszusammenarbeit tätig sind, kaum mehr Spenden wegen Corona. Wenn, dann waren es vor allem Spenden, die sie via Glückskette erhielten, sowie direkte Spenden von privaten Haushalten. Wie ebenfalls Grafik 2 zeigt, galt die Solidarität der Bevölkerung während dem Lockdown denn auch weniger der Entwicklungszusammenarbeit. Hier konnte nur jede dritte Organisation besonders gut zeigen, dass sie hilft. Zwar nutzten ebenso viele diese Zeit für zusätzliche Sammlungen oder Anträge. Aber nur jede sechste Entwicklungshilfeorganisation erhielt mehr finanzielle Unterstützung. In der Entwicklungszusammenarbeit bekam wegen Corona auch kaum ein Hilfswerk mehr Aufmerksamkeit für seine Anliegen. Das änderte sich erst im Vorfeld des Schweizerischen Solidaritätstages der

Glückskette, «Coronavirus international», vom 22. Oktober.

Auch Hilfswerke, die sich dem Natur-, Umwelt-, Tier- oder Heimatschutz widmen, bekamen wegen Corona nur sehr vereinzelt mehr Spenden. Bei den meisten blieben die Spenden während dem Lockdown aber stabil. Nur rund ein Viertel verzeichnete wegen Corona einen Spendenrückgang von privaten Haushalten.

Stabile Beiträge der öffentlichen Hand

Von 10 Hilfswerken erbringen 7 ihre Leistungen teilweise im Auftrag der öffentlichen Hand oder finanzieren ihre Projekte und Programme unter anderem durch Beiträge der öffentlichen Hand. Diese Einnahmen blieben während dem Lockdown für die meisten Organisationen stabil. Nur jedes fünfte Hilfswerk, das für seine Leistungen öffentliche Gelder erhält, bekam weniger als sonst.

Der Rückgang könnte damit zu erklären sein, dass Risikogruppen die Angebote der Hilfswerke wegen Corona weniger in Anspruch nahmen als sonst. Beispielsweise, weil Kurse verschoben wurden oder keine persönliche Beratung mehr angeboten wurde. Jedes zehnte Hilfswerk, das für seine Leistungen Beiträge der öffentlichen Hand erhält, bekam während dem Lockdown mehr Beiträge als sonst. Dies könnte damit zu erklären sein, dass diese Hilfswerke während dem Lockdown ihr Leistungsangebot im Auftrag der öffentlichen Hand erweiterten. Sie organisierten zum Beispiel Hilfe für Menschen in Not, halfen beim Corona-Test und unterstützten das Contact-Tracing.

7 von 10 Hilfswerken erwirtschaften mit dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen Einnahmen. Bei jedem zweiten Hilfswerk gingen diese Einnahmen während dem Lockdown jedoch zurück. Nur jedes fünfte Hilfswerk erwirtschaftete gleich viel wie sonst. Kaum eine Organisation verzeichnete während dieser Zeit mehr Einnahmen aus Eigenleistungen. Hält man sich vor Augen, dass jedes zweite Hilfswerk einen Teil seiner Leistungen während dem Lockdown partiell nicht mehr erbringen konnte, erstaunt dies wenig. Denn auch Hilfswerke waren zumindest teilweise von Schliessungen betroffen, etwa wenn sie ein Brocken-

haus, ein Restaurant, einen Second-hand-Shop oder einen Fairtrade-Laden betreiben.

Hilfswerke haben ihre Leistungen wegen Corona verstärkt

Jedes vierte Hilfswerk baute während dem Lockdown seine Leistungen aus. Es entstanden zum Beispiel neue Angebote in der Nachbarschaftshilfe, bei der Verteilung von Mahlzeiten, und es gab zusätzliche Budgethilfen. Jedes fünfte Hilfswerk setzte wegen Corona andere Prioritäten, um auf die veränderten Bedürfnisse zu reagieren. So wurden etwa innerhalb von Programmen der Entwicklungszusammenarbeit die Gesundheitsprojekte mit Hygienemassnahmen stärker betont. Andere thematisierten die Folgen von Corona für die Menschenrechte. Doch die Hilfswerke waren auch selber vom Lockdown betroffen. Vorübergehend konnte jedes zweite Hilfswerk einen Teil seiner Leistungen nicht mehr erbringen. Den Betrieb ganz einstellen oder die Leistungen insgesamt reduzieren musste zum Glück nur jede zehnte Hilfsorganisation.

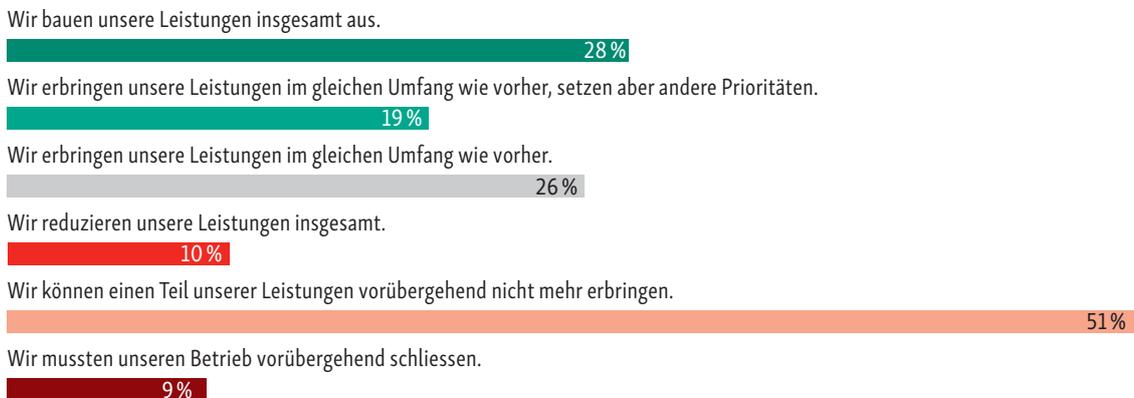
Corona wirkte sich am stärksten auf das Leistungsangebot jener Hilfswerke aus, die im Sozial- und Gesundheitsbereich im Inland tätig sind. Zwar mussten sie insgesamt häufiger als die international tätigen Hilfswerke einen Teil ihrer Leistungen vorübergehend einstellen oder den Betrieb schliessen. Trotzdem bauten sie ihre Leistungen insgesamt stärker aus als die in der Entwicklungszusammenarbeit tätigen Hilfswerke. Diese änderten wegen Corona etwas häufiger ihre Prioritäten als die im Inland tätigen Hilfswerke.

Neue und verändert Hilfsangebote wegen Corona – wie nachhaltig?

Die Hilfswerke passten wegen Corona nicht nur den Umfang ihrer Angebote an. Sie veränderten auch deren Form und Inhalte. Nur ein Viertel erbrachte genau die gleichen Leistungen wie vorher. 3 von 5 Hilfswerken boten ihre Leistungen auf neue Weise an, indem beispielsweise persönliche Gespräche und Beratungen online oder telefonisch erfolgten. 2 von 5 Organisationen richteten ihre Angebote inhaltlich auf den veränderten Bedarf aus. Jedes vierte Hilfswerk entwickelte wegen Corona völlig neue Angebote.

Grafik 3: Wie Hilfswerke den Umfang ihrer Leistungen wegen Corona verändern

Frage: Durch die COVID19-Pandemie seit dem 16. März 2020 kann sich der Umfang von Leistungen, die eine NPO erbringt, verändern. Wie hat sich die Pandemie auf den Umfang der Leistungen, die Ihre NPO erbringt, ausgewirkt? Bitte kreuzen Sie an, was am besten auf Ihre NPO zutrifft. Mehrfachnennungen möglich

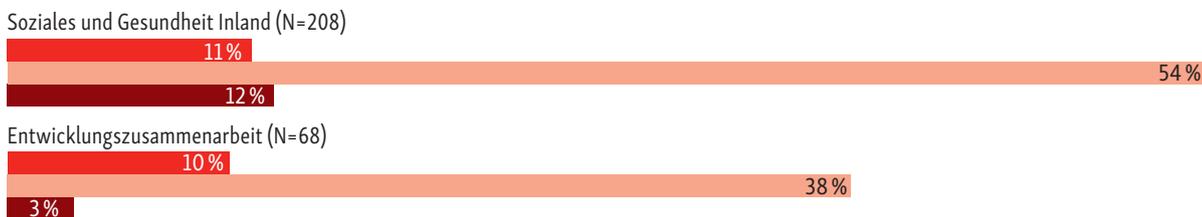


N = 327, Quelle: Stiftung Zewo, repräsentative Online-Umfrage bei zertifizierten NPO, Juni 2020

Grafik 4: Welche Hilfswerke ihre Leistung wegen Corona reduzieren

Frage: Durch die COVID19-Pandemie seit dem 16. März 2020 kann sich der Umfang von Leistungen, die eine NPO erbringt, verändern. Wie hat sich die Pandemie auf den Umfang der Leistungen, die Ihre NPO erbringt, ausgewirkt? Bitte kreuzen Sie an, was am besten auf Ihre NPO zutrifft. Wir mussten unseren Betrieb vorübergehend schliessen.

- Wir reduzieren unsere Leistungen insgesamt.
- Wir können einen Teil unserer Leistungen vorübergehend nicht mehr erbringen.
- Wir mussten unseren Betrieb vorübergehend schliessen.

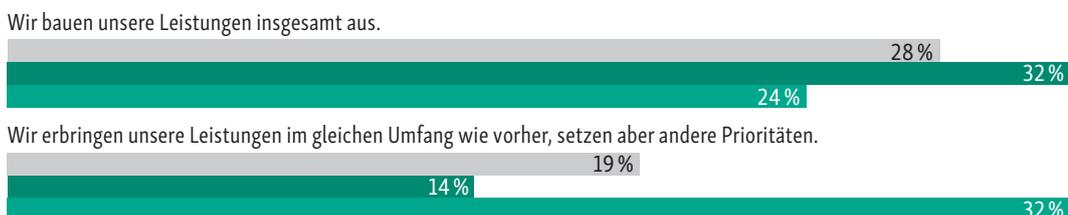


Quelle: Stiftung Zewo, repräsentative Online-Umfrage bei zertifizierten NPO, Juni 2020

Grafik 5: Welche Hilfswerke ihre Angebote wegen Corona ausbauen

Frage: Durch die COVID19-Pandemie seit dem 16. März 2020 kann sich der Umfang von Leistungen, die eine NPO erbringt, verändern. Wie hat sich die Pandemie auf den Umfang der Leistungen, die Ihre NPO erbringt, ausgewirkt? Bitte kreuzen Sie an, was am besten auf Ihre NPO zutrifft.

- alle (N=327)
- Soziales und Gesundheit Inland (N=208)
- Entwicklungszusammenarbeit (N=68)



Quelle: Stiftung Zewo, repräsentative Online-Umfrage bei zertifizierten NPO, Juni 2020

Grafik 6: So verändern sich die Hilfeleistungen wegen Corona

Frage: Durch die COVID19-Pandemie seit dem 16. März 2020 können sich die Art und Weise, wie eine NPO ihre Leistung erbringt oder deren Inhalt verändern. Wie hat sich die Pandemie diesbezüglich auf die Leistungen ihre NPO ausgewirkt? Bitte kreuzen Sie an, was am besten auf Ihre NPO zutrifft:

Wir haben völlig neue Angebote entwickelt.

26 %

Wir erbringen genau die gleichen Leistungen wie vorher.

27 %

Wir haben unsere Leistungen inhaltlich angepasst, da sich der Bedarf verändert hat.

43 %

Wir haben die Art und Weise, wie wir die Leistung erbringen angepasst.

59 %

N = 329, Mehrfachnennungen möglich, Quelle: Stiftung Zewo, repräsentative Online-Umfrage bei zertifizierten NPO, Juni 2020

Grafik 7: Der Lockdown stellte Hilfswerke vor diese operativen Herausforderungen

Frage: Die COVID19-Pandemie seit dem 16. März 2020 stellt Organisationen vor verschiedene Herausforderungen. Von welchen der folgenden Massnahmen ist Ihre NPO betroffen? Mehrfachnennungen möglich

■ alle (N=327) ■ Soziales und Gesundheit Inland (N=208) ■ Entwicklungszusammenarbeit (N=68)
■ Natur-, Umwelt-, Tier- und Heimatschutz (N=12) ■ Heime (N= 32).

Einhaltung von Hygienemassnahmen (z.B. Masken, Desinfektion)



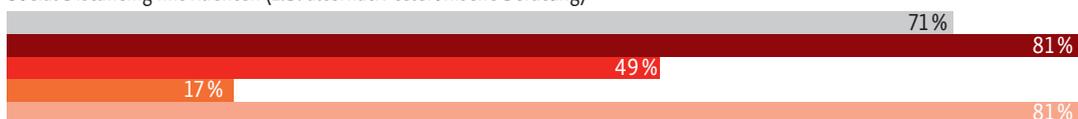
Social Distancing im Betrieb (Homeoffice, Besuchsverbot, Ausfall Freiwillige)



Absage/Verschiebung Anlässe



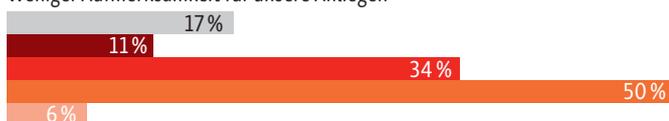
Social Distancing mit Klienten (z.B. alternativ telefonische Beratung)



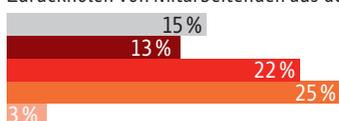
Erschwerte Reisetätigkeit ins Ausland



Weniger Aufmerksamkeit für unsere Anliegen



Zurückholen von Mitarbeitenden aus dem Ausland



Quelle: Stiftung Zewo, repräsentative Online-Umfrage bei zertifizierten NPO, Juni 2020

Fast die Hälfte der Hilfswerke, die ihre Angebote wegen der Corona-Krise veränderten, konnte im Juni 2020 noch nicht abschätzen, wie nachhaltig diese ihr Leistungsangebot verändern würde. Wer eine Aussage dazu machte, gab meist an, dass sich das Leistungsangebot bloss kurzfristig wegen Corona verändert habe. Nur rund jede zehnte Organisation war im Juni 2020 der Ansicht, dass sich das Leistungsangebot der Hilfsorganisation wegen Corona langfristig verändern werde. Es wird interessant sein, zu einem späteren Zeitpunkt in Erfahrung zu bringen, ob sich diese Einschätzung bestätigt.

Weniger Aufmerksamkeit für Umwelt und Entwicklungszusammenarbeit

Ähnlich wie das Gewerbe und die Wirtschaft erbrachten auch die allermeisten Hilfswerke ihre Arbeit wegen Corona unter erschwerten Bedingungen. Praktisch alle waren von Social-Distancing-Massnahmen wie Homeoffice und Besuchsverboten oder dem Ausfall von freiwilligen Helferinnen und Helfern betroffen. Zudem führten sie neue Hygienemassnahmen ein.

Drei Viertel der Hilfswerke mussten Veranstaltungen absagen oder verschieben. Dies erschwerte die Kommunikation mit Mitgliedern, Spenderinnen und Spendern, Leistungsempfängern und Klientinnen sowie den Austausch im eigenen Netzwerk. Die

Reisetätigkeit ins Ausland war naturgemäss für Hilfswerke, die in der Entwicklungszusammenarbeit tätig sind, besonders schwierig.

Umwelt- und Naturschutz-Organisationen hatten im Jahr 2019 und Anfang 2020 mit der Klimadebatte viel Aufmerksamkeit für ihre Anliegen erhalten. (vgl. Spendenreport 2020, S.21) Dies änderte sich mit Corona deutlich. Jede zweite Umweltorganisation erhielt wegen Corona weniger Aufmerksamkeit für ihre Anliegen. Das traf auch auf jedes dritte Hilfswerk aus der Entwicklungszusammenarbeit zu, aber nur auf jedes zehnte aus dem Sozial- und Gesundheitswesen.

Jedes fünfte Hilfswerk stand wegen Corona vor finanziellen Problemen, etwa weil die Einnahmen zurückgingen oder weil die liquiden Mittel knapp wurden. Jedes zweite Hilfswerk, das im Inland im Sozial- oder Gesundheitswesen tätig ist, musste zumindest für einen Teil seiner Beschäftigten Kurzarbeit beantragen. In der Entwicklungszusammenarbeit traf dies auf jedes vierte Hilfswerk zu. Andere finanzielle Leistungen wie Überbrückungskredite oder Mietzinsreduktionen nahmen die Hilfswerke nur vereinzelt wahr. Die Hilfswerke waren bisher auch kaum von Stellenabbau betroffen. Wenn überhaupt, betraf dieser primär Hilfsorganisationen, die in der Entwicklungszusammenarbeit tätig sind.

Drei von vier Hilfswerken sehen neuen Arbeitsformen wie Homeoffice als Chance. Über die Hälfte macht Fortschritte in der Digitalisierung. Beides trifft stärker zu auf Organisationen, die in der Entwicklungszusammenarbeit oder im Umwelt- und Naturschutz tätig sind, als auf Hilfswerke aus dem Sozial- und Gesundheitswesen. Heime sehen vor allem in neuen Arbeitsformen eine Chance.

Hilfswerke befürchten sinkende Spenden wegen Corona

Mehr als die Hälfte der Hilfswerke befürchtet, dass sie wegen Corona mittelfristig weniger Spenden von privaten Haushalten erhalten werden. Die Werke aus dem Bereich Soziales und Gesundheit, die während dem Lockdown grosse Unterstützung erhielten, befürchten dies etwas häufiger als Entwicklungshilfeorganisationen.

Auch im Hinblick auf die Beiträge von Unternehmen blicken Hilfswerke skeptisch in die Zukunft. In der Entwicklungshilfe erwartet mehr als die Hälfte der Organisationen wegen Corona einen Rückgang. Die Firmenspenden machen allerdings den kleinsten Anteil der Spendeneinnahmen von Hilfswerken aus.

Grössere Bedeutung haben bei den institutionellen Spenden jene Beiträge, die Hilfswerke von Förderstiftungen und anderen NPO erhalten. Hier sind

Grafik 8: Diese negativen Folgen erwarten Hilfswerke wegen Corona

Frage: Welche negativen Auswirkungen der COVID-19 Pandemie erwarten Sie mittelfristig? Bitte geben Sie an, wie wahrscheinlich Sie folgende Sachverhalte in Bezug auf Ihre NPO einschätzen.

■ Sehr wahrscheinlich ■ Eher wahrscheinlich

Spendenrückgang private Haushalte



Beitragsrückgang Unternehmen



Beitragsrückgang Förderstiftungen und NPO



Kürzung öffentliche Beiträge



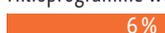
Neue Arbeitsformen erschweren den betrieblichen Ablauf mittelfristig



Stellenabbau trotz staatlicher Hilfe



Hilfsprogramme werden definitiv eingestellt



die mittelfristigen Prognosen der Hilfswerke etwas weniger pessimistisch als bei den andern Spendeneinnahmen. Dennoch erwartet jedes dritte Hilfswerk im Sozial- und Gesundheitsbereich sowie in der Entwicklungshilfe, dass diese Beiträge von Förderstiftungen mittelfristig zurückgehen werden.

Hilfswerke, die für ihre Leistungen einen Beitrag der öffentlichen Hand erhalten, erwarten mehrheitlich keine Kürzungen wegen Corona. Nur jede vierte Entwicklungshilfeorganisation und jedes fünfte Hilfswerk, das im Bereich Soziales oder Gesundheit tätig ist, erwartet wegen Corona mittelfristig weniger öffentliche Gelder.

Umgekehrt wagt aber auch kaum ein Hilfswerk zu hoffen, dass es wegen Corona in Zukunft mehr Spenden aus privaten Haushalten, von Firmen und aus Förderstiftungen erhält oder dass es für seine Leistungen wegen Corona mittelfristig mehr öffentliche Gelder bekommt.

Hilfswerke bleiben zuversichtlich

Hilfswerke sehen neuen Arbeitsformen, die sie wegen Corona eingeführt haben, auch mittelfristig als Chance für ihren Betrieb. Das betrifft zum Beispiel Videokonferenzen oder Homeoffice und kommt in der Entwicklungszusammenarbeit stärker zum Ausdruck als im Sozial- und Gesundheitswesen.



Corona und NPO

Den Bericht finden Sie als Download auf der Website <https://zewo.ch/de/news-hilfswerke-meistern-corona-krise/>



Zur Methodik der Umfrage

Die Zewo führte gleichzeitig mit der Datenerhebung für die Spendenstatistik 2019 bei den von ihr zertifizierten Hilfswerken eine Online-Umfrage zu Corona durch. Der Fragebogen wurde am 28. Mai 2020 an alle 495 zertifizierten Organisationen in deutscher oder französischer Sprache versandt. 329 Hilfswerke haben bis am 3. Juli 2020 die Fragen zu Corona beantwortet. Die Rücklaufquote beträgt 66 Prozent. Die Auswertung der Daten erfolgte mit Unterstützung des Instituts für Verbandsmanagement an der Universität Freiburg/CH unter der Leitung von Prof. Markus Gmür. Die Hilfswerke beantworteten die Fragen zu Corona grösstenteils im Juni 2020. Sie zeigen ein repräsentatives Bild von zertifizierten Hilfswerken, die in der Schweiz Spenden sammeln. Der vollständige Bericht zur Befragung ist zugänglich auf: <https://zewo.ch/de/news-hilfswerke-meistern-corona-krise/>

Jene Werke, die wegen Corona ihre Hilfeleistungen einstellen mussten, planten im Juni 2020, diese wieder aufzunehmen und mittelfristig weiterzuführen. Kaum ein Hilfswerk befürchtet, dass es trotz staatlicher Hilfe wegen Corona mittelfristig Personal abbauen oder seine Hilfe einstellen muss.

Von den Leistungen, die Hilfswerke wegen Corona neu ins Leben gerufen

haben, dürfte im In- und Ausland zumindest ein Teil mittelfristig bestehen bleiben. Zudem sind im Inland tätige Hilfswerke zuversichtlich, dass sie auch mittelfristig auf die Unterstützung von freiwilligen Helferinnen und Helfern zählen können, die sie wegen Corona neu gewonnen haben. ■

Grafik 9: Diese positiven Auswirkungen erwarten Hilfswerke von Corona mittelfristig

Frage: Welche positiven Auswirkungen der COVID-19 Pandemie erwarten Sie mittelfristig? Bitte geben Sie an, wie wahrscheinlich Sie folgende Sachverhalte in Bezug auf Ihre NPO einschätzen

■ Sehr wahrscheinlich ■ Eher wahrscheinlich

Neue Arbeitsformen (z.B. Videokonferenzen, Homeoffice), die wir aufgrund von Corona eingeführt haben, werden unseren betrieblichen Ablauf mittelfristig verbessern.

13% 42%

Hilfeleistungen, die wir wegen Corona neu ins Leben gerufen haben, werden auch mittelfristig Bestand haben.

3% 23%

Freiwillige Helferinnen und Helfer, die wir wegen Corona rekrutiert haben, werden uns auch mittelfristig unterstützen.

3% 21%

Spenden, die wir von privaten Haushalten erhalten, werden wegen Corona mittelfristig steigen.

11%

Beiträge, die wir von Förderstiftungen oder andern NPO erhalten, werden wegen Corona mittelfristig steigen.

1% 7%

Beiträge, die wir von der öffentlichen Hand für die von uns erbrachten Leistungen erhalten (z.B. Leistungsaufträge, Subventionen, Programmbeiträge), werden wegen Corona mittelfristig steigen.

5%

Beiträge, die wir von Unternehmen erhalten, werden wegen Corona mittelfristig steigen.

2%

N = 329, Mehrfachnennungen möglich, Quelle: Stiftung Zewo, repräsentative Online-Umfrage bei zertifizierten NPO, Juni 2020

Interview mit Martina Ziegerer

«Organisationen blicken mit Zuversicht in die Zukunft»

In der aktuellen Zewo-Spendenstatistik schreiben Sie, 2019 sei mit einem Spendenvolumen von insgesamt 1910 Millionen Franken ein Rekordjahr gewesen. Wie erklären Sie sich das Ergebnis? 2019 war ja beispielsweise ein Jahr ohne medienträchtige Grosskatastrophen. Was hat Schweizerinnen und Schweizer zum Spenden bewegt?

Unsere Statistik ist im Blick auf das ermittelte Spendenvolumen eine Hochrechnung. Wir müssen dabei von gewissen Annahmen ausgehen. Am besten Bescheid wissen wir über die Zewo-zertifizierten Hilfswerke, die zwei Drittel dieser Spenden erhalten haben. Sie sind die Grundlage für unsere Hochrechnung. Für die übrigen Nonprofit-Organisationen stehen uns die Jahresrechnungen zur Verfügung. Bei den zertifizierten Nonprofit-Organisationen (NPO) stellten wir fest, dass die Spenden aus den privaten Haushalten und die Legate stark zugenommen haben. Diese sind im Wesentlichen für das Rekordjahr verantwortlich. Eine detaillierte Analyse hat uns auch gezeigt, dass mehrere NPO einen sprunghaften Zuwachs an Legaten zu verzeichnen hatten. Wie wir in Erfahrung gebracht haben, kam ein Legat im dreistelligen Millionenbereich mehreren Hilfswerken zugute. Im Blick auf die privaten Spenden aus den Haushalten ist zu sagen, dass die Spendenfreudigkeit sich auf einem konstant hohen Niveau bewegt. 2019 ist sie sogar noch gestiegen. Allerdings haben nicht alle Hilfswerke Spendenzuwächse zu verzeichnen. Es gibt Unterschiede. Am Ende hängt das Ergebnis einer Organisation davon ab, wie erfolgreich sie in ihrem Fundraising war. Wir wissen ja alle: In der Regel spenden wir, weil wir darum gebeten werden. Spendenergebnisse kommen nicht aus dem Nichts. Organisationen müssen auf sich und ihr Engagement aufmerksam machen, damit sie

«Bei den zertifizierten Nonprofit-Organisationen stellten wir fest, dass die Spenden aus den privaten Haushalten und die Legate stark zugenommen haben.»

Spenden erhalten. Aus unserer Kostenstudie, die wir in Bälde publizieren, wissen wir, dass jene Hilfswerke, die besonders auf Spenden angewiesen sind, diese auch effizienter sammeln als jene, die einen breit abgestützten Einnahmenmix haben. Es geht bei ihnen gewissermassen um die Wurst.

Wie beurteilen Sie die Entwicklung von Legaten zugunsten der Hilfswerke. Zeichnet sich da ein Aufwärtstrend ab? Einerseits werben Hilfswerke offensichtlich intensiver für Legate, und gleichzeitig werden jährlich hohe Summen vererbt. Für 2020 sollen es rund 95 Milliarden sein. Nimmt sich das von Ihnen erhobene Volumen von 267 Millionen im Vergleich dazu nicht sehr bescheiden aus?

Bei den Legaten gibt es zweifellos Luft nach oben

267 Millionen sind knapp 0,3 Prozent der von Ihnen genannten Summe der vererbten Vermögen. Im Vergleich zu den zehn Jahren zuvor, in denen durchschnittlich Legate in der Höhe von 140 Millionen zu verzeichnen waren, sind es sogar nur 0,15 Prozent. Das ist in der Tat ein bescheidener Anteil. Gemäss dem neuesten Spendenbarometer von Swissfundraising erklären auf 100 Befragte deren 20, sie hätten ein Testament gemacht. Von diesen wiederum hat jede 12. Person ein Hilfswerk mit einem Legat bedacht. Das entspricht 1-2 Personen aus den 100 Befragten. Immerhin haben von den 80 Befragten, die kein Testament hinterlegt hatten, weitere 21 geäußert, sie könnten sich vorstellen,

einmal Hilfswerke in ihrem Testament zu berücksichtigen. Das ist ermutigend. Über die Jahre hinweg ist das Volumen der Legate leicht angestiegen. Zweifelsohne gibt es noch Luft nach oben.

Von den Spendenbeträgen, die die Hilfswerke 2019 erhalten haben, stammen 71 Prozent aus privaten Haushalten, 29 Prozent von Institutionen. Wie sind diese institutionellen Beiträge zu bewerten – ist das viel oder wenig? Wie beurteilen Sie die Entwicklung?

Wie Swissfoundations, der Verband der Schweizer Förderstiftungen, festhält, gibt es in der Schweiz etwa 13 000 Stiftungen mit einem Stiftungsvermögen von rund 100 Milliarden. Leider kennen wir die jährliche Ausschüttungsquote nicht. Wenn wir aber die Stiftungsbeiträge an die Zewo-zertifizierten Organisationen, die weniger als 300 Millionen ausmachen, mit dem Stiftungsvermögen von 100 Milliarden vergleichen, entsprechen diese Beiträge höchstens 0,3 Prozent des Stiftungsvermögens. Ist das viel oder wenig? Schwierig zu beurteilen. Was wir aber sehen: Früher betrug der Anteil von privaten Spenden nahezu drei Viertel, jener der institutionellen gut ein Viertel. Sieht man von den Ausreissern des Jahres 2019 ab, ist der Anteil der institutionellen Spenden mittlerweile auf ein Drittel angestiegen. Er hat also relativ und absolut leicht zugenommen.

Nach der Zewo-Spendenstatistik erhalten Hilfswerke, die sich im Ausland engagieren, in etwa gleichviele Spenden wie die sogenannten Inland-Hilfswerke. Überrascht Sie dieser Befund?

Er ist tatsächlich auf den ersten Blick überraschend. Denn die Hilfswerke, die im Ausland, also vor allem in der Entwicklungszusammenarbeit und in der humanitären Hilfe tätig sind, machen nur rund 20 Prozent der von uns zertifizierten gemeinnützigen Organisationen aus. Es wird an diesem Sachverhalt aber auch deutlich, wie unterschiedlich sich Hilfswerke finanzieren. Im Inland, also im Gesundheits- und Sozialbereich oder bei der Führung von Heimen, ist der Anteil der öffentlichen Gelder hoch. Demgegenüber hat die Spendenbeschaffung bei den Ausland-Hilfswerken eine viel stärkere Bedeutung. Es gibt sogar Organisationen, die sich nahezu ausschliesslich über Spenden finanzieren. Daher machen sie deutlich mehr Fundraising als NPO mit anderen Aktivitätsschwerpunkten.

Die Fundraisingrevolution im Internet hat noch nicht stattgefunden

Sie analysieren auch die Zahlungskanäle, über die Hilfswerke gemäss ihren Angaben Spenden erhalten. Bei den Einzelspenden werden demnach gerade einmal 2,40 Franken von 100 über digitale Kanäle abgewickelt. Offenbar hat die Fundraising-Revolution im Internet immer noch nicht stattgefunden ...

Auch wenn gelegentlich etwas viel Aufhebens um das digitale Fundraising gemacht wird: Wir sehen, dass Hilfswerke oft zurückhaltend sind, wenn es darum geht, auf Plattformen von Dritten präsent zu sein. Oder sie zeigen wenig Begeisterung für den Aufbau vergleichsweise aufwändi-

ger digitaler Zahlungskanäle, wenn beträchtliche Abzüge bei den Spendererträgen gemacht werden, bevor sie die Hilfswerke erreichen. Viele sind auch nicht erpicht darauf, teure Investitionen mit ungewissem Ausgang zu tätigen. Für die Hilfswerke sind neue Zahlungskanäle nicht unbedingt günstiger, und sie enthalten Risiken oder Ungewissheiten. Aber Hilfswerke müssen Trends und Innovationen beachten und bereit zum Einstieg sein, wenn sich beispielsweise im Zahlungswesen neue Verhaltensweisen zu etablieren beginnen. Ich wage die Prognose, dass nach dem Corona-Jahr der digitale Zahlungskanal wichtiger sein wird. Denn realistischerweise nutzen die Spender jene Kanäle, über die sie auch sonst Zahlungen ausführen.

Im Durchschnitt machen die Spenden nur 29 Prozent der Erträge eines Zewo-zertifizierten Hilfswerkes aus. Woher stammt denn der – übrige – Grossteil der Einnahmen?

Ein nahezu gleich grosses Volumen bilden die Eigenleistungen einer zertifizierten Organisation. Ein grösserer Teil, 35 Prozent, sind Beiträge der öffentlichen Hand. Wir beobachten folgende Entwicklung: Die Hilfswerke sind in den vergangenen zehn Jahren insgesamt gewachsen. Bis 2010 bildeten dabei die Spenden den grössten Anteil ihrer Einnahmen. Sie sind seither auch angestiegen, wie die Eigenleistungen. Die Beiträge der öffentlichen Hand erfuhren allerdings im Vergleich dazu ein stärkeres Wachstum.

Einnahmenmix hat Auswirkungen auf Kostenstruktur einer Organisation

Lassen sich im Blick auf die Einnahmenstruktur eines Hilfswerkes verallgemeinernde Aussagen machen? Gibt es je nachdem bestimmte Typen oder Kategorien von gemeinnützigen Organisationen?

Wir begegnen den unterschiedlichsten Typen oder Kategorien von Organisationen. So gibt es Hilfswerke, die sich ausschliesslich über Spenden finanzieren – entweder durch Fundraising in der allgemeinen Öffentlichkeit oder bei privaten Institutionen. Bei schwergewichtigen Finanzierungen durch die öffentliche Hand ist das Betätigungsfeld von Bedeutung. Für private Umweltorganisationen gibt es kaum gesetzlichen Grundlagen zur Finanzierung ihrer Tätigkeit. Umgekehrt sieht es für Organisationen im Gesundheits- und Sozialsektor aus. Hier dominieren staatliche Beiträge. Andere Hilfswerke wiederum bemühen sich um einen breitabgestützten Mix von Finanzierungsformen. Ausserdem gibt es Organisationen, die streben bewusst eine enge Zusammenarbeit mit der öffentlichen Hand an, andere dagegen setzen in ihren Strategien ausschliesslich auf private Mittel. Diese unterschiedlichen Modelle haben auch Auswirkungen auf die Kosten-

struktur, die wir verstärkt berücksichtigen müssen. Aufgrund der schon erwähnten Studie, die wir demnächst publizieren, zeichnen sich neue Erkenntnisse ab: Je mehr eine Organisation von Spenden abhängig ist, desto mehr muss sie ins Fundraising investieren. Aber sie macht dies häufig auch effizienter, weil sie gezwungen ist, Fundraising-Aktivitäten stärker zu fokussieren.

Die Zewo hat im Frühsommer dieses Jahres eine Umfrage durchgeführt zur Thematik «Hilfswerke und die Corona-Krise». Zunächst einmal die Frage: Inwiefern waren die Hilfswerke vom Lockdown betroffen?

Sie waren zunächst einmal betroffen wie alle Betriebe – durch zusätzliche Hygienemassnahmen, Social Distancing, Homeoffice oder durch die Absage von Veranstaltungen. Besonders gefordert waren sodann Organisationen im Sozial- und Gesundheitsbereich, die mit Risikogruppen arbeiten, oder Hilfswerke in der Entwicklungszusammenarbeit, die mit ihren Partnern nur noch über Video kommunizieren konnten und auch von den Lockdowns in den Projektländern betroffen waren. Rund die Hälfte der befragten Organisationen gab an, dass sie ihre Leistungen vorübergehend nicht mehr erbringen konnten. Sechs von zehn NPO mussten die Art und Weise ihrer Leistungserbringung anpassen. So etwa führten sie ihre Beratungstätigkeit telefonisch durch oder bauten die Online-Schiene aus, weil der persönliche Kontakt nicht mehr möglich war. Aber kaum eine NPO war zu Personalabbau gezwungen. Kurzarbeit beantragten zwar viele, aber wohl nur für einen kleinen Teil des Personals.

Hilfswerke engagierten sich auch politisch für die Opfer der Corona-Krise

Haben die Hilfswerke auf die Corona-Krise mit eigenen Projekten und Aktivitäten reagiert? Können Sie diese näher beschreiben?

Dies kommt auf das Tätigkeitsfeld an, in dem eine Organisation engagiert ist. Vor allem im Gesundheits- und Sozialbereich haben Organisationen mit neuen Angeboten reagiert. Während des Lockdowns haben sie Einkaufshilfen für Risikogruppen organisiert oder sie haben für Menschen, die wegen der Corona-Krise in finanzielle Nöte gerieten, Überbrückungs- und Beratungshilfe geleistet. Zum Teil erhielten sie Angebote von Freiwilligen, die sich spontan eine Zeit lang für soziale Dienste zur Verfügung stellten. Auch in

der Entwicklungszusammenarbeit wurden Projekte priorisiert, in deren Zentrum Hygienemassnahmen wie die Abgabe von Masken oder der Zugang zu sauberem Wasser standen. Die Hilfswerke betrieben auch Advocacy, indem sie mit Nachdruck auf die Auswirkungen der Krise für sozial Benachteiligte hinwiesen.

Wie sah es mit der Spendenfreudigkeit der Bevölkerung aus? Es gab ja einen Glückskette-Tag, die für die Inlandhilfe insgesamt 42 Millionen einbrachte, und einen weiteren Sammeltag, bei dem für die internationale Hilfe 6 Millionen Franken zusammenkamen. Darüber hinaus scheinen viele Hilfswerke ebenfalls gesammelt zu haben. Ihre Beobachtungen?

Der grössere Teil der Hilfswerke erklärte uns gegenüber, die Spendeneingänge seien stabil, vergleichbar mit dem Vorjahr. Die übrigen waren zweigeteilt. Die einen erhielten weniger Spenden, die anderen hatten speziell wegen Corona einen Anstieg zu verzeichnen, weil sie entsprechende Projekte hatten und dafür um Unterstützung baten. Rückgänge gab es schliesslich vor allem bei den Einnahmen aus Eigenleistungen. Dafür kamen weit mehr Hilfswerke als üblich in den Genuss von Glückskette-Beiträgen. Zu Beginn der Krise war die Unsicherheit sicher grösser.

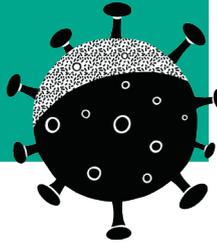
Dann zeigte sich aber – wie bislang fast immer –, dass die wirtschaftliche Entwicklung das Spenden nicht kurzfristig bzw. unmittelbar beeinflusst. Im Gegenteil, es entsteht so etwas wie eine Katastrophensolidarität.

Zurückhaltung im Blick auf die Spendeneinnahmen

Sie haben die Hilfswerke auch eine Einschätzung der Zukunftsaussichten vornehmen lassen. Was ist das Fazit?

Sie sind der Auffassung, dass sich infolge von Corona ihre Arbeitsweise in Teilen verändern wird. Dass sie – statt zu reisen – häufiger auf das Instrument der Videokonferenz zurückgreifen werden. Vermehrtes Homeoffice ist ein anderes Stichwort. Im Allgemeinen blicken die Hilfswerke zuversichtlich in die Zukunft. Sie sind der Überzeugung, dass ihre Arbeit gesellschaftlich gebraucht wird, weil sie relevant ist. Die Hälfte der befragten NPO befürchtet freilich, dass die Spenden wegen der ökonomischen Folgen von Corona zurückgehen könnten. Vielleicht sind sie in dieser Hinsicht aber zurückhaltend und vorsichtig, weil wir sie im Mai nach der Jahresprognose gefragt haben. ■

« NPO sind der Auffassung, dass sich infolge von Corona ihre Arbeitsweise in Teilen verändern wird. »





Ihre Spende
in guten Händen.

swissfundraising 
Wir leben Fundraising.