

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/8664/1093451/adventszeit-ist-spendenzeit-jeder-zweite-deutsche-gibt-110-euro> abgerufen werden.



## Adventszeit ist Spendenzeit: Jeder zweite Deutsche gibt 110 Euro

29.11.2007 - 11:26 Uhr, PwC PriceWaterhouseCoopers

Frankfurt am Main (ots) -

- Querverweis: Bilder werden über obs versandt und sind unter <http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> abrufbar -

Aktuelle PwC-Umfrage: Spenden auf Vorjahresniveau, jeder zweite Deutsche gibt allerdings gar nichts / Soziale und wohltätige Zwecke vor Kindern und Umwelt- und Tierschutz / Westdeutsche und die Generation 50 plus sind am großzügigsten

In fast jedem Briefkasten landen derzeit Werbebriefe von Spendenorganisationen, Adventszeit ist Hochsaison. Um Spenden bitten lohnt sich in Deutschland: Fast jeder zweite Deutsche hat im laufenden Jahr durchschnittlich 110 Euro gespendet oder wird dies noch tun. Die meisten Spender (73 Prozent) geben so viel wie im Vorjahr, jeder Zehnte wird seine Spenden jedoch reduzieren. Jeder zweite Deutsche spendet in diesem Jahr gar nichts (53 Prozent). Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Umfrage der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC), die vergangene Woche durch das Marktforschungsinstitut tns Emnid durchgeführt wurde. Befragt wurden 1.000 Bundesbürger über 14 Jahre.

Generation 50 plus ist mit durchschnittlich 134 Euro am großzügigsten

Während die Befragten aus den neuen Bundesländern angeben, im Durchschnitt 70 Euro zu spenden, sind es bei den Bürgern aus den alten Bundesländern 118 Euro. Deutliche Unterschiede zeigen sich auch in den Altersgruppen: Unter den jüngeren Befragten zwischen 14 und 29 Jahren spendet jeder vierte Befragte. Diejenigen, die in dieser Altersgruppe spenden, bringen es nach eigenem Bekunden pro Kopf auf einen Durchschnittsbetrag von 63 Euro. Die Generation 50 plus ist nach eigener Aussage am großzügigsten und stellt mit durchschnittlich 134 Euro mehr als das Doppelte zur Verfügung.

Soziale und wohltätige Zwecke sowie Kinder haben höchste Priorität

" Spenden für wohltätige und soziale Zwecke stehen auf der Rangliste der Spender klar an erster Stelle, dicht gefolgt von Spenden für Kinder und Jugendliche", so Dieter Horst, Spendenexperte im Bereich Sustainable Business Solutions bei PwC. 41 Prozent der Befragten spenden in 2007 Geld für Wohltätigkeit und Soziales (siehe Grafik 2), 33 Prozent erklärten hingegen, hauptsächlich für Projekte oder Organisationen zu spenden, die Kinder und Jugendliche unterstützen. Der Anteil der Frauen, die für Kinder und Jugendliche spenden ist dabei deutlich höher (39 Prozent) als derjenige der Männer (27 Prozent). Die Ostdeutschen geben häufiger an, Geld für die Belange von Kindern und Jugendlichen zu spenden als Westdeutsche (38 vs. 32 Prozent).

Umwelt- und Tierschutz überwiegend von jungen Spendern unterstützt

Beim Thema Umwelt- und Tierschutz zeichnet sich ein deutlicher Unterschied zwischen den Generationen ab: Während 17 Prozent der jungen Befragten zwischen 14 und 29 Jahren angeben, für Umwelt- und Tierschutz zu spenden, sind es in der ältesten Befragtengruppe 60 plus gerade einmal fünf Prozent, also nur jeder Zwanzigste. Unterschiedliche Bedeutung wird dem Thema Umwelt- und Tierschutz offensichtlich auch in West und Ost zugemessen: Zwölf Prozent der

Befragten in westlichen Bundesländern unterstützten Projekte und Institutionen mit finanziellen Zuwendungen, während im Osten lediglich sechs Prozent hierfür Geld spenden.

Sport, Bildung, Kunst und Kultur sind die Verlierer

"Die Erkenntnis, dass die öffentliche Hand in den letzten Jahren ihre finanzielle Unterstützung für Sport, Bildung, Kunst und Kultur reduziert hat und deshalb Unternehmen und private Spender hier mehr leisten müssen, ist bei den Deutschen offensichtlich noch nicht angekommen", meint Dieter Horst. Nur so lasse sich die geringe Bedeutung von Sport, Bildung, Kunst und Kultur als Spendenthema erklären. Nur zwei bzw. ein Prozent der Befragten würden in der Hauptsache für diese Themen spenden - trotz Pisa-Diskussion und der Bedeutung des Breitensports. Auffällig ist, dass im Osten die Bereitschaft für Sport und Bildung zu spenden mit jeweils vier Prozent der Befragten höher ist als im Westen (1 Prozent). Aber auch die geringe Spendenbereitschaft für lokale und regionale Institutionen und Projekte (6 Prozent der Befragten) oder für politische Organisationen (3 Prozent) sind Hinweise darauf, dass Idee und Bedeutung eines bürgerschaftlichen Engagements noch nicht ausreichend das Spendenverhalten der Deutschen durchdrungen haben.

Grafik 1: Durchschnittliche Höhe der privaten Spenden

Grafik 2: Für welche Zwecke haben Sie in diesem Jahr 2007 hauptsächlich gespendet?

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Dieter Horst PricewaterhouseCoopers AG WPG Sustainable Business Solutions Tel: (069) 9585 - 1397 E-Mail: [dieter.w.horst@de.pwc.com](mailto:dieter.w.horst@de.pwc.com)

Redaktionshinweis:

Die PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist in Deutschland mit 8.390 Mitarbeitern und einem Umsatzvolumen von rund 1,35 Milliarden Euro eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaften. An 28 Standorten arbeiten Experten für nationale und internationale Mandanten jeder Größe. PwC bietet Dienstleistungen an in den Bereichen Wirtschaftsprüfung und prüfungsnahen Dienstleistungen (Assurance), Steuerberatung (Tax) sowie in den Bereichen Transaktions-, Prozess- und Krisenberatung (Advisory).

@@infblk@@

Pressekontakt:

Nicole Susann Roschker  
PricewaterhouseCoopers AG WPG  
Corporate Communications / Presse  
Tel: (069) 9585 - 1669  
E-Mail: [nicole.susann.roschker@de.pwc.com](mailto:nicole.susann.roschker@de.pwc.com)

Originaltext:

PwC PriceWaterhouseCoopers

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/8664/pwc-pricewaterhousecoopers>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_8664.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_8664.rss2)