



DEUTSCHER  
FUNDRAISING  
VERBAND

Wir stärken **die Kultur des Gebens**

# Spendenmonitor 2022

Angebot des Deutschen Fundraising Verbandes e.V.

8. August 2022

# Spendenmonitor 2022

## Hintergrund und Konkretisierung der Zielsetzung

Der Deutsche Fundraising Verband e.V. wird mit einer **Neuausrichtung des Spendenmonitors** die Forschung im Spendenbereich auf neue Füße stellen.

Es gibt sowohl einen Wechsel auf Dienstleisterseite (Bonsai statt KANTAR) als auch bei der Methodik (Online- statt CAPI-Interviews). Der Spendenmonitor folgt mit Letzterem einem allgemeinen Trend in der Marktforschung, der eine **Kostensenkung** ermöglicht, die Qualität aber weitgehend beibehält.

Bonsai ist ein etablierter Dienstleister in der Marktforschung und kooperiert seit vielen Jahren auch mit KANTAR. Der bisherige, langjährige Betreuer Jan Borchering, wird in Zukunft bei Bonsai wieder der Ansprechpartner sein: Kontinuität im Wandel!

Die Studie wird wie gewohnt verlässliche Aussagen über den Spendenmarkt liefern (Spenderquote, Spendenhöhe, Spendenzwecke, Einstellung zum Spenden) als auch für die teilnehmenden Organisationen ihre Bekanntheit erheben und ein Imagebild zeichnen (Unterstützungswürdigkeit, Imageprofil).

Gegenüber den Vorjahren gibt es einige Verbesserungen, z.B. **eine 90-minütige individuelle Besprechung der Ergebnisse**, in der individuell erwünschte Zusatzauswertungen vorgenommen werden können.

# Spendenmonitor 2022

## Hintergrund und Konkretisierung der Zielsetzung

Es werden dieselben Fragen wie in den Vorjahren gestellt, allerdings wird eine etwas größere Abweichung erwartet gegenüber den Vorjahren. Insofern ist 2022 ein neues Jahr Null – als Ausgangsbasis für die Zukunft. Als Brücke in die Offline-Welt wird ergänzend eine kleine Offline-Studie erhoben.

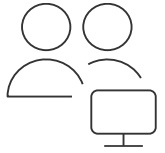
Das Wesen der Studie ist Transparenz und Offenheit – jede teilnehmende Organisation kann, wie auch bereits in der Vergangenheit, die Ergebnisse von allen anderen Organisationen im Teilnehmerkreis sehen. Alle Organisationen werden wie bisher die Möglichkeit bekommen, eigene Fragestellungen hinzufügen/ zu beauftragen (gegen Extraentgelt, direkt beim Dienstleister Bonsai), deren Ergebnisse nur der Organisation selbst zugänglich sein werden.

Neu für kleinere Organisationen: sie können erstmals eigene Spender\*innen / Interessent\*innen zur Befragung einladen und damit ihrer Stichprobe hinzuzufügen, um im Imageprofil besser als bisher eine aussagekräftige Stichprobe aufzubauen. Bisher war die Fallzahl im Imageprofil bei kleineren Organisationen teilweise zu klein, um verlässliche Ergebnisse im Jahresvergleich darzustellen.

Zur Stabilisierung der Zahlen und um einen eventuellen Bias bei der Online-Panelbefragung (z.B. Bildungsstand, Alter...) auszugleichen, wird eine kleine Offline-Studie (Telefon und Face-to-Face, N=1.000; Fragen zur Internetnutzung, Spenden in den letzten 12 Monaten sowie Spendenhöhe) erhoben, die ggf. als Korrektiv in die soziodemographische Gewichtung einfließen.

# Spendenmonitor 2022 – Übersicht

## Neuer Ansatz Online-Interviews und größere Flexibilisierung für kleinere Organisationen



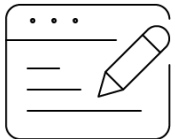
### Erhebungsmethode

- Online-Interviews
- ergänzende Offline-Studie



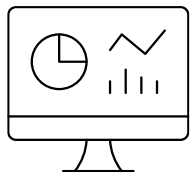
### Zielgruppe und Stichprobe

- Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren
- Stichprobe: n=4.000 Interviews
- soziodemographische Gewichtung
- kleinere Organisationen können erstmals eigene Spender\*innen oder Interessent\*innen der Stichprobe hinzuzufügen



### Fragebogen

- Kick-Off-Meeting mit dem Fundraisingverband und teilnehmenden Organisationen zur Anpassung und Ergänzung von Fragebogenbestandteilen, insbesondere zur umfassenderen Erfassung von Spenden



### Analyse und Auswertung

- Reporting vergleichbar zu den bisherigen Tabellen / Reports / Dashboards, jedoch modernisiert
- 2 stündiger Online-Workshop zur Präsentation der Ergebnisse und Diskussion sowie Einarbeitung neues Dashboard-Tool
- 1 tägiger Workshop zu Learnings, Weiterentwicklung etc. in Berlin oder Hamburg
- Neu: 90 min Online-Workshops zu individuellen Auswertungen für jede teilnehmende Organisation

# Leistungsumfang für DFRV-Kunden des Spendenmonitors

## Preis

- Organisationsmitglieder des DFRV: 4.900 € zzgl. USt.
- Sondertarif für kleine Mitgliedsorganisationen bis 5 Mio. € Einnahmen\*: 3.000 € zzgl. USt.
- Nicht-Mitglieder des DFRV: 7.000 € zzgl. USt.
- Extra-Fragen beauftragen Sie bitte direkt bei Jan Borcharding (Bonsai)  
Preis pro geschlossene Frage 1200 € / offene 2800 € (N=4000)

Es wird die zum Zeitpunkt der Leistungserbringung gültige USt. in Ansatz gebracht.

Der Betrag ist nach Erhalt der Rechnung zahlbar in zwei Raten jeweils im Okt. und Dez. 2022.

Beauftragung nur schriftlich an [spendenmonitor@dfrv.de](mailto:spendenmonitor@dfrv.de) und mit dem Hinweis: Ich nehme das Angebot wie übersandt und ohne Änderungen an.

**WICHTIG: Das Angebot kommt nur zustande, wenn mindestens 15 Organisationen an der Studie teilnehmen. Wir benötigen Ihre Bestellung so früh wie möglich, spätestens jedoch am 28. August 2022.**

\*Zur Beitragsbemessungsgrundlage zählen die Einnahmen aus Spenden, Mitgliedsbeiträgen, Erbschaften und Vermächtnissen sowie aus Sponsoring.



DEUTSCHER  
FUNDRAISING  
VERBAND

Wir stärken **die Kultur des Gebens**

## Vielen Dank.

Fragen oder Anmerkungen können Sie gerne stellen an:

Tom Neukirchen, [t.neukirchen@fundgiver.de](mailto:t.neukirchen@fundgiver.de), Tel. 0179 3910533

Jan Borcharding, [jan.borcharding@bonsai-research.com](mailto:jan.borcharding@bonsai-research.com), Tel. 0171 6869960

Judith Bierau-Vief, [spendenmonitor@dfrv.de](mailto:spendenmonitor@dfrv.de), Tel. 030 308831804



## Bonsai – Wer sind wir?

Bonsai wurde 2004 als Spezialist für Testmärkte, Analytik, Mystery- und Konsumentenforschung gegründet. Im Laufe der Jahre hat sich das Unternehmen zu einem Full-Service-Marktforschungsanbieter mit Fokus auf die Themenbereiche Innovation, Brand, Strategy, Lab, Shopper sowie CX entwickelt.

Selbstverständlich werden alle Projekte nach den nationalen (ADM und BVM) und internationalen (ESOMAR) Qualitätsrichtlinien und Codes der Marktforschungsbranche durchgeführt.

Der Hauptsitz von Bonsai ist in Bremen, mit weiteren Büros in Hamburg und Bielefeld.