

Grunewald, Mara; Orth, Anja Katrin

**Research Report**

## "Geben ist seliger denn Nehmen"

IW-Kurzbericht, No. 88.2017

**Provided in Cooperation with:**

German Economic Institute (IW), Cologne

*Suggested Citation:* Grunewald, Mara; Orth, Anja Katrin (2017) : "Geben ist seliger denn Nehmen", IW-Kurzbericht, No. 88.2017, Institut der deutschen Wirtschaft (IW), Köln

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/172771>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*



Mara Grunewald / Anja Katrin Orth

## „Geben ist seliger denn Nehmen“

**Weihnachten ist die Zeit des Schenkens. Etwa jeder zweite erwachsene Bundesbürger spendet für soziale, kirchliche, kulturelle, gemeinnützige und wohltätige Zwecke. Die Glücksforschung zeigt zudem: Spenden bringt nicht nur dem Empfänger Freude, sondern auch dem Absender.**

Jedes Jahr zur Weihnachtszeit steigt das Spendenaufkommen der Bundesbürger deutlich an, insgesamt wird fast ein Viertel des gesamten Jahresaufkommens im Dezember gesammelt. Laut dem Deutschen Spendenrat lag das Gesamtvolumen in Deutschland im letzten Jahr bei rund 5,3 Milliarden Euro. Der Spendenempfänger ist in 77 Prozent der Fälle die Humanitäre Hilfe, 5 Prozent gehen an den Tierschutz, jeweils rund 3 Prozent an Sportvereine, Kultur- und Denkmalpflege und Umwelt- und Naturschutz (Deutscher Spendenrat, 2017).

Insgesamt hat sich das Spendenverhalten in Deutschland in den letzten Jahren positiv entwickelt, sowohl die Anzahl der Spenden als auch die durchschnittliche Summe sind seit einigen Jahren angestiegen. 48 Prozent der erwachsenen Bundesbürger spenden für soziale, kirchliche, kulturelle, gemeinnützige und wohltätige Zwecke. Dies entspricht einer Zunahme

von 16 Prozent im Jahr 2014 gegenüber dem Jahr 2009. Die Spenden je Spender sind um 27 Prozent von 210 Euro pro Erwachsenen auf 267 Euro angewachsen. Diese Zahlen stammen aus Berechnungen mit dem Sozio-oekonomischen Panel (SOEP), einer Langzeitbefragung von über 20.000 Bürgern.

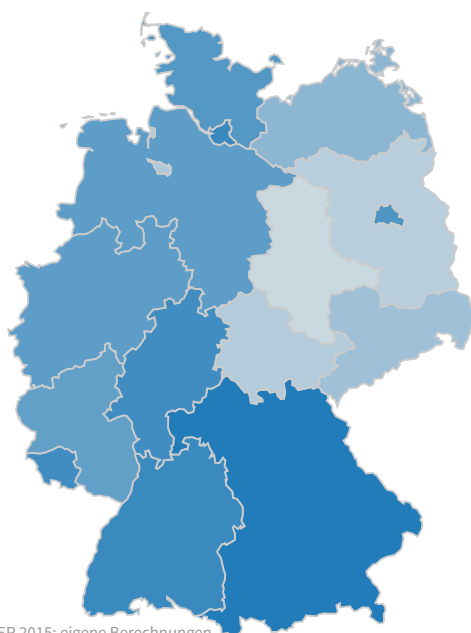
Bei der Untersuchung der Eigenschaften von Spendern mittels des SOEP kam heraus, dass sich Spender auch eher Sorgen um die Umwelt und die Friedenserhaltung machen. Während sich die Häufigkeit der Spenden von Frauen und Männern nicht signifikant voneinander unterscheidet, ist die durchschnittliche Spendenhöhe der Männer pro Jahr mit rund 315 Euro im Vergleich zu 220 Euro bei Frauen größer. Auch wenn die Höhe der geleisteten Spende mit dem Einkommen steigt, spenden auch Geringverdiener. Familien mit Kindern spenden nicht signifikant häufiger als Alleinstehende.

Woher kommen die Spenden? Hier zeigen sich regionale Unterschiede: In Bayern spendete mehr als jeder zweite, genauso auch in Hamburg, Baden-Württemberg, Hessen und im Saarland (Abbildung). Wohingegen in Sachsen-Anhalt nicht einmal jeder dritte Befragte angab, gespendet zu haben.



## Mehr als die Hälfte der Süddeutschen hat 2014 gespendet

Anteil der erwachsenen Personen, die 2014 gespendet haben, in Prozent



Quelle: SOEP 2015; eigene Berechnungen

Bayern	55,3
Hamburg	51,8
Baden-Württemberg	51,6
Saarland	50,6
Hessen	50,6
Berlin	48,6
Schleswig-Holstein	47,8
Niedersachsen	47,7
Nordrhein-Westfalen	46,5
Rheinland-Pfalz	45,7
Mecklenburg-Vorpommern	39,8
Sachsen	37,1
Bremen	34,8
Thüringen	34,2
Brandenburg	33,4
Sachsen-Anhalt	30,9

Eine Erklärung für die regionalen Unterschiede kann in dem Zusammenhang des Spendenverhaltens und der Religiosität liegen: Religiöse Menschen geben signifikant häufiger an, gespendet zu haben. In Ostdeutschland gehören weniger Menschen einer Kirche oder Religionsgemeinschaft an.

Während die Spenden nicht nur den Hilfsorganisation und ihren Projekten eine Freude machen, wurde bei der Analyse des SOEP auch ein positiver Zusammenhang zwischen der Spendenbereitschaft und der Lebenszufriedenheit festgestellt. So haben Spender unabhängig von Einkommen, Alter und Familienstand eine signifikant höhere Lebenszufriedenheit. Insbesondere zur Weihnachtszeit lässt sich die zunehmende Spendenbereitschaft der Deutschen für humanitäre Zwecke mit emotionalen Beweggründen wie Mitgefühl und Mitleid während der kalten Jahreszeit erklären.

Ein Ursprung für den Zusammenhang von positiven Gefühlen und Schenken liegt in sozialen Beziehungen. Diese sind ein menschliches Grundbedürfnis und lassen sich getreu dem Motto „Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft“ stärken. Zumindest dann,

wenn dies freiwillig geschieht. Verhaltensökonomische Untersuchungen, bei denen die Gehirnaktivitäten erfasst wurden, zeigten: Bei freiwilligen Spenden wird das Belohnungssystem im Gehirn sehr viel stärker aktiviert als bei erzwungenen (Dunn et al., 2014). Wird Spenden und Schenken zur Weihnachtszeit jedoch zur lästigen Pflicht, sollten besser andere Formen gefunden werden, um seine Nächstenliebe zu zeigen.

### Fazit

Das Spendenaufkommen steigt jährlich und ist über Deutschland heterogen verteilt. Spenden bringt den Spendern und den Empfängern Freude. Das soziale Engagement darf dabei nicht zur Pflicht werden.

## Literatur

Dunn, W. Elizabeth / Aknin, Lara B. / Norton, Michael I., 2014, Prosocial Spending and Happiness: Using Money to Benefit Others Pays Off. Current Directions in Psychological Science, Vol 23, Issue 1, S. 41 - 47

Deutscher Spendenrat 2017, [http://www.spendenrat.de/wp-content/uploads/2017/02/Bilanz\\_des\\_Helfens\\_2017.pdf](http://www.spendenrat.de/wp-content/uploads/2017/02/Bilanz_des_Helfens_2017.pdf) [27.11.2017]

SOEP – Sozio-oekonomisches Panel, 2017, Daten der Jahre 2004–2014, Version 31, Berlin