

Deutscher Spendenmonitor 2008

Bevölkerungsrepräsentative Befragung
mit Möglichkeit zur Exklusivbeteiligung



14 Jahre Spendenmarketing-Forschung – weiter geht's

Sehr geehrte Damen und Herren,

der *Deutsche Spendenmonitor* geht jetzt in das 14. Jahr.

Die Innovationen des letzten Jahres, mit denen wir dem *Deutschen Spendenmonitor* grundlegend neue Impulse gegeben haben, wurden über unsere Erwartungen hinaus positiv aufgenommen. Die erfreulichen Reaktionen der langjährigen Bezieher des *Deutschen Spendenmonitors* sind ein wichtiges Indiz dafür. Die vielen Erstbezieher ein Weiteres: Gemeinsam machten sie den *Deutschen Spendenmonitor* 2007 zum erfolgreichsten seiner Geschichte!

An dieser Stelle allen, die mit ihren Ideen den *Deutschen Spendenmonitor* mitgestalteten, ein ebenso herzliches Dankeschön wie denen, die im Vertrauen auf die Qualität erstmals bestellten.

Das Workshop-Konzept hat sich bewährt. Mitte Juni haben wir erneut einen konstruktiven und effizienten Erfahrungs- und Meinungsaustausch erlebt, dem wir Änderungswünsche wie Verbesserungsvorschläge entnehmen konnten.

Als ein Ergebnis werden wir Ihnen wieder eine Fokusgruppe anbieten. Neben den umfassenden Ergebnissen, die für die Auftraggeber der Gruppe verfügbar sind, fließen daraus auch Erkenntnisse in das Jahresthema des *Deutschen Spendenmonitors* ein. Hierzu werden wir Sie alsbald gesondert einladen.

Das **Jahresthema 2008** lautet diesmal „**Loyalität und Kommunikation**“. Im Zentrum steht die Frage, welche Anforderungen ein Spender an „seine“ Organisation stellt, um sich längerfristig an diese zu binden bzw. welche Erwartungshaltung die Organisation erfüllen muss, damit sich eine Beziehung aufbauen und letztendlich Loyalität entwickeln kann. Eng damit verbunden ist das Forschen nach den Kommunikations- bzw. Informationskanälen, die seitens der Organisationen bedient werden müssen, um den Spender effektiv anzusprechen und ihn „abzuholen“. Erstmals werden wir Ihnen den Fragebogen des Jahresthemas bereits Ende Juli zur Verfügung stellen, so dass Sie eine verbesserte Entscheidungsgrundlage haben werden.

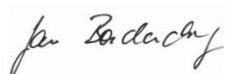
Übrigens: Bei allen Neuerungen bleibt jedoch eines konstant:

Der *Deutsche Spendenmonitor* bleibt die verlässliche Informationsquelle rund um das Thema *Spenden in Deutschland*. Er bietet gemeinnützigen Organisationen den Rahmen, spezifische Fragen kostengünstig an eine große Zielgruppe zu stellen. Die einzigartige Zeitreihe von Ergebnissen zum Thema Spenden wird konsequent fortgesetzt und durch aktuelle Themen sinnvoll ergänzt. Unser Ziel ist dabei, die markt- und zielgruppenorientierte Relevanz zu erhöhen und gleichzeitig durch den neuen, modularen Aufbau die Komplexität zu reduzieren, damit die Ergebnisse zu handhabbaren Erkenntnissen werden.

Abschließend danken wir noch einmal den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Workshops im Juni für die zahlreichen Anregungen und Initiativen. Ihr Einsatz wie auch die Beiträge derer, die uns brieflich, telefonisch und per E-Mail erreicht haben, machen den *Deutschen Spendenmonitor* in immer größerem Maße zu einer „echten“ Beteiligungsstudie. Gemeinsam mit Ihnen wollen wir diesen Austausch weiter vertiefen, um die Erkenntnisinteressen frühzeitig zu erkunden, mit denen wir die hohe Qualität des *Deutschen Spendenmonitors* auch künftig sichern.

Wir freuen uns, wenn Sie auch dieses Mal (wieder oder auch zum ersten Mal) teilnehmen, um gemeinsam mit uns am Erfolg Ihrer Organisation zu arbeiten.

Viele Grüße



Jan Borchering
(TNS Infratest)



Monika Bär
(TNS Infratest)

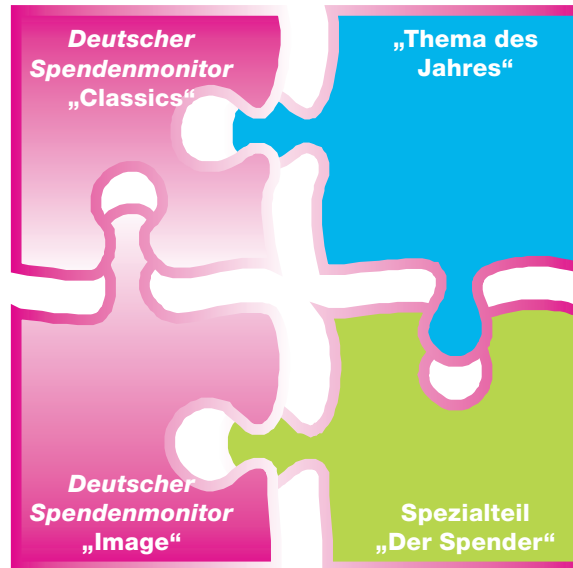


Peter Schmitz



Aufbau und Inhalte der neuen Module des *Deutschen Spendenmonitors*:

Mit dem Erwerb der Module „Classics“ und „Image“ erhalten Sie den gewohnten Standardteil des *Deutschen Spendenmonitors*!



Neu: die optionalen Module „Thema des Jahres“ und der Spezialteil „Der Spender“



Deutscher Spendenmonitor „Classics“

Fragenkatalog:

- Spendenhöhe
- Spendenzwecke (nach Angabe der Befragten)
- Einstellung zum Spenden

Lieferung:

- „14 Jahre *Deutscher Spendenmonitor*“ (Power-Point-Präsentation)
- Kommentierung

Hinweis:

Dieses Modul bildet die Basis des *Deutschen Spendenmonitors* und ist daher von allen Teilnehmern zu erwerben. Veröffentlichungen aus diesem Modul und der Verkauf an außenstehende Interessenten sind möglich.



Deutscher Spendenmonitor „Image“

Fragenkatalog:

- Bekanntheit der Organisationen (gestützt)
- Imageprofile
- Hypothetische Spendenbereitschaft
- Unterstützte Organisationen
- Kritik an unterstützten Organisationen allgemein

Lieferung:

- Power-Point-Präsentation
- Kommentierung
- Fact sheet → die Kernergebnisse für Ihre Organisation auf einen Blick

Hinweis:

Teilnehmer können dieses Modul optional erwerben. Ein weiterer Verkauf über diesen Kreis hinaus ist ausgeschlossen.

„Thema des Jahres“: Loyalität und Kommunikation

Fragenkatalog:

- bis zu 10 Fragen entsprechend des jeweiligen Themas

Lieferung:

- Power-Point-Präsentation
- Kommentierung

Hinweis:

Der Erwerb des Moduls ist optional und richtet sich auch an Interessierte außerhalb des Teilnehmerkreises.

→ Mehr zum Jahresthema 2008 auf der Rückseite!

Spezialteil „der Spender“

Fragenkatalog: nur an Spender gestellt
Bezogen auf die letzte Spende:

- Erstspender vs. Wiederholungsspende
- Zeitpunkt der Spende
- Begünstigte Organisation
- Nutzung von Informationskanälen vor / nach der Spende
- Auslöser der Aufmerksamkeit
- Weg der Spende: Dauerauftrag, Internet-Spende, Sammelbüchse...
- Grund für die Spende
- Spendenhöhe / Art der Spende / Spendenhöhe im Vergleich zur letzten Spende
- Betreuung durch die Organisation im Anschluss – Kritik, Optimierung?
- Dauerspender – Spontanspende
- Fragen zum DZI-Spendensiegel

Lieferung:

- Power-Point-Präsentation
- Kommentierung

Hinweis:

Teilnehmer können dieses Modul optional erwerben. Ein weiterer Verkauf über diesen Kreis hinaus ist ausgeschlossen.

Neuheiten

Neben der Einschaltung von Exklusivfragen bietet TNS Infratest auch in diesem Jahr wieder eine weitere *Sonderbestelloption* an. D.h. Sie können als zusätzliches Modul das **Jahresthema „Loyalität & Kommunikation“** bestellen.

Damit die Organisationen im immer gesättigteren Spendenmarkt bestehen können, gewinnt das Thema Loyalität – Spenderbindung mehr und mehr an Bedeutung. Unverzichtbar für diese Bindung ist ein bedürfnisgerechtes und nutzenorientiertes Beziehungsmanagement, das den Spender mit seinen Bedürfnissen in die Marketingstrategien als Partner einbezieht. Je nach Beziehungsintensität (Erstspender, Mehrspender, Dauerspender...) stellt sich die Frage, was der jeweilige Spender-Typ für eine Erwartungshaltung an „seine“ Organisation hinsichtlich der Kommunikation hat.

Das Augenmerk der Organisationen richtet sich darauf, Mehrfachspender für Dauerspendsen zu gewinnen oder für Erbschaftsspen-

den zu motivieren. Welche Kommunikationskanäle auf welcher „Beziehungsebene“ daher zum Einsatz kommen müssen, damit sich der Spender angesprochen fühlt, soll das **Jahresthema 2008** näher beleuchten.

Optionale Ergänzungen:

Sie haben Interesse an Sonderaufbrüchen, z.B. Zielgruppen, speziellen Zusammenstellungen (Katholiken, Menschen über 65, ...)

Sie interessiert eine besondere Zielgruppe? Ein Bundesland? Ihre Spender?

- Aufstockung mit Zufallsadressen in Regionen?
- Aufstockung mit Spenderadressen?

Ihre Wünsche können gemeinsam mit dem *Deutschen Spendenmonitor* ausgewertet werden

Kosten hierfür auf Anfrage

Lieferung per E-Mail wird durch TNSInfo ersetzt

In einem übersichtlichen Online-Portal stellen wir Ihnen die Informationen und Ergebnisse rund um den *Deutschen Spendenmonitor* zur Verfügung. So entfällt der oft fehleranfällige, unsichere Versand der Dateien per E-Mail. Sie können sich – nach Ihrer Anmeldung für den *Deutschen Spendenmonitor* – jederzeit in das Portal einloggen und Dateien herunterladen – ganz nach Ihren Bedürfnissen und genau auf Ihre Bestellung angepasst. Auch Ihre „Altdaten“ – also den *Spendenmonitor 2007* – werden wir im Portal zur Verfügung stellen.

TNSInfo benachrichtigt Sie automatisch beim Einstellen neuer Dateien.

Das Seminar im Frühjahr 2009

Bei Interesse werden wir auch im Frühjahr 2009 wieder ein Seminar rund um den *Deutschen Spendenmonitor* in Bielefeld stattfinden lassen. Nähere Informationen hierzu erhalten alle Teilnehmer des *Spendenmonitors 2008* über unsere TNSInfo Informationsplattform.

Grundgesamtheit:

Deutschsprachige Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland ab 14 Jahren

Stichprobenumfang:

n = 4.000 Befragte

Auswahlverfahren:

Zufallsauswahl nach Random-Route-Verfahren

Streuung:

Repräsentative Streuung über Bundesländer und Ortsgrößen mittels ADM-Mastersamples

Erhebungsmethode:

Persönlich-mündliche Befragung, CAPI-Omnibus (Computer Assisted Personal Interviewing)

Befragungszeitraum:

September 2008

Ergebnislieferung:

Ende Dezember 2008 / Anfang Januar 2009

Ihr Ansprechpartner bei TNS Infratest:

Jan Borcharding
t +49 (0) 521 9257 496
f +49 (0) 521 9257 333
e jan.borcharding@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com
TNS Infratest, Stieghorster Str. 66
33605 Bielefeld, Germany

mit freundlicher Unterstützung durch:

social concept

Agentur für Sozialmarketing

