

# EXPERTINNEN-BEFragung

Eine Recherche im November 2010

ZIELGRUPPE:

Fundraiserinnen und Fundraiser von Wohltätigkeitsorganisationen

THEMA:

Steuerliche Absetzbarkeit von Spenden

AUFTRAGGEBER:

Fundraising-Verband

Herbeckstraße 27/10

1180 Wien



**GEORG BAUERNFEIND**  
Gernotgasse 2/23 | 1150 Wien  
+43 (660) 310 41 36  
office@humus.cc | www.humus.cc

## Technischer Bericht

Der Auftraggeber stellte eine Adressliste von 94 Kontaktpersonen aus 84 Wohltätigkeitsorganisationen zur Verfügung. Neun Adressdaten bzw. sieben Organisationen wurden nicht befragt, da die Spendenbeiträge an diese Organisationen nicht von der Steuer absetzbar sind. Der Großteil des Fragebogens wäre für die betroffenen Organisationen irrelevant gewesen.

In der Adressliste wurden fallweise mehrere Kontaktpersonen je Wohltätigkeitsorganisation angeführt. Von jeder Organisation wurde jedoch nur eine Ansprechperson interviewt, damit jede Organisation nur einmal in der Umfrage repräsentiert ist.

Demnach bilden insgesamt 77 Organisationen die Grundgesamtheit. In dem Umfrageprojekt verweigerten sechs Organisationen das Interview und zehn Ansprechpersonen konnten im Erhebungszeitraum nicht erreicht werden. Die Samplegröße umfasst daher 61 Organisationen, das entspricht einer sehr hohen Ausschöpfungsquote von 79%. Die Umfrage kann deshalb als Vollerhebung gewertet werden.

### Samplebeschreibung:

Der Großteil der befragten Personen ist hauptverantwortlich für Fundraising in der jeweiligen Organisation (49%), ca. ein Drittel der Befragten ist geschäftsführend (31%), 15% sind Mitarbeiter/innen im Bereich Fundraising, 5% der Befragten arbeiten in ausgelagerten Agenturen.

Knapp die Hälfte (48%) der befragten Organisationen beschäftigen mehr als 25 Personen, 16% sind Arbeitgeber für 11 - 25 Personen, ein gutes Drittel (36%) der befragten Organisationen sind kleine NGOs mit weniger als 10 Mitarbeiter/innen.

## Ergebnisse

### Spendeneinnahmen seit 2009:

Der Rückblick auf die Spendeneinnahmen seit 2009 fällt in den meisten Fällen positiv aus. Keine befragte Organisation gab an, dass es seit 2009 massive Rückgänge (mehr als minus 10%) gab, nur 5% berichten, dass die Einnahmen durch Spenden gesunken sind (Rückgang von minus 1% - 9%). Demgegenüber stehen 41%, die eine leichte Zunahme (plus 1% - 9%) und 23%, die eine starke (mehr als 10%) Zunahme an Spendeneingängen seit 2009 vermerken. Rund ein Drittel (31%) der befragten Organisationen hat keine Veränderung der Spendeneinnahmen wahrgenommen. Diese Entwicklung ist angesichts der internationalen Wirtschaftskrise besonders beachtlich. Inwiefern die steuerliche Absetzbarkeit der Spenden die Auswirkungen der Wirtschaftskrise kompensiert hat, lässt sich schwer berechnen. Dennoch sind manche Fundraiser/innen der Ansicht, dass die Spendeneinnahmen womöglich rückläufig gewesen wären.

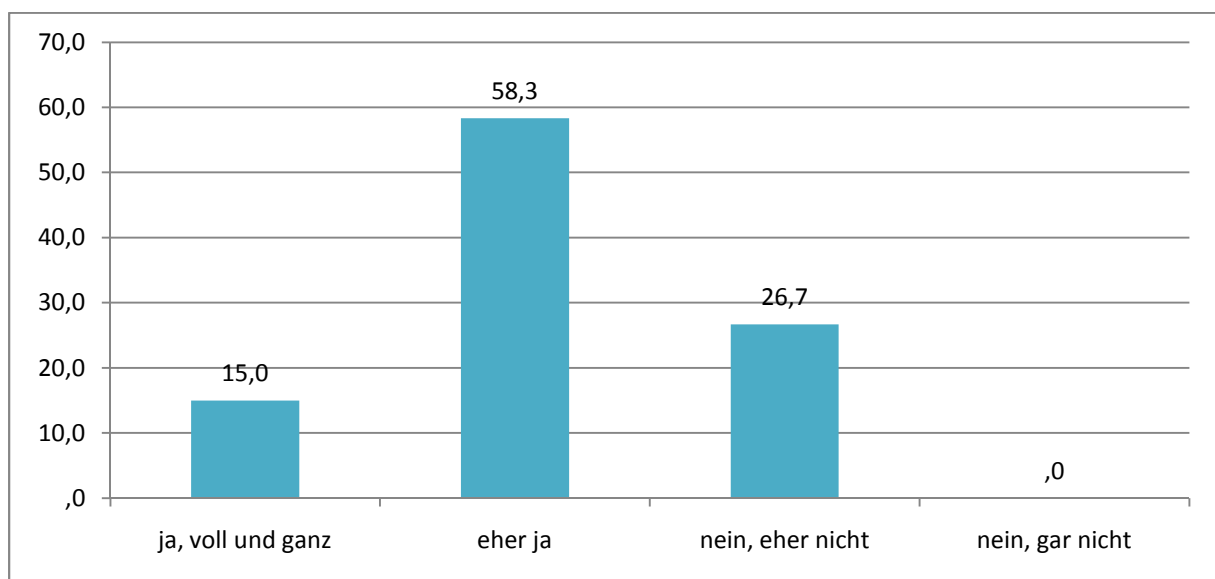
*„Man weiß nicht, wie sich das Spendenverhalten aufgrund der Absetzbarkeit verändert hat. Wie wäre es ohne Wirtschaftskrise verlaufen? Vielleicht wären die Spendeneinnahmen stark rückläufig gewesen? Mit der Absetzbarkeit gab es ein leichtes Plus“.*

*„Durch die Möglichkeit der Absetzbarkeit wird verhindert, dass Spendeneinnahmen sinken.“*

## Auswirkung der Spendenabsetzbarkeit auf die Spendeneinnahmen:

Eine überwiegende Mehrheit (73%) der befragten Wohltätigkeitsorganisationen ist der Ansicht, dass sich die steuerliche Absetzbarkeit der Spenden positiv auf die Spendeneinnahmen ausgewirkt hat. Natürlich spiegeln diese Ergebnisse nur die subjektive Einschätzung der Befragten wieder, für eine evident basierte Einschätzung ist es zu früh. („Die Messbarkeit der Wirkung ist schwierig“) Befragungen in den kommenden Jahren könnten darüber noch mehr Auskünfte bieten.

## Hat sich - Ihrer Einschätzung nach - die Spendenabsetzbarkeit auf die Gesamtentwicklung der Spendeneinnahmen in Ihrer Organisation positiv ausgewirkt?



(Angaben in %, n=60; ein fehlender Wert)

Den Anstieg der Spenden erhofft man sich insbesondere von Groß- (80%), Mittel- (74%) und Unternehmensspenden (72%). Nur 29% der Befragten sind der Ansicht, dass sich die steuerliche Absetzbarkeit auf das Spendenverhalten von Kleinspender/innen auswirken wird. Organisationen, die vorwiegend auf Kleinspender angewiesen sind, haben möglicherweise durch die neue Regelung einen Nachteil. Das bedeutet für sie, dass durch die Absetzbarkeit von Spenden mehr Aufwand entsteht, der durch die gleichbleibende Höhe der Spendeneinnahmen durch Kleinspender nicht kompensiert wird.

*„Bei Großspendern wird es sich rentieren, bei Kleinspendern ist es möglich, dass der Aufwand höher ist, als die dadurch erbrachten Einnahmen“.*

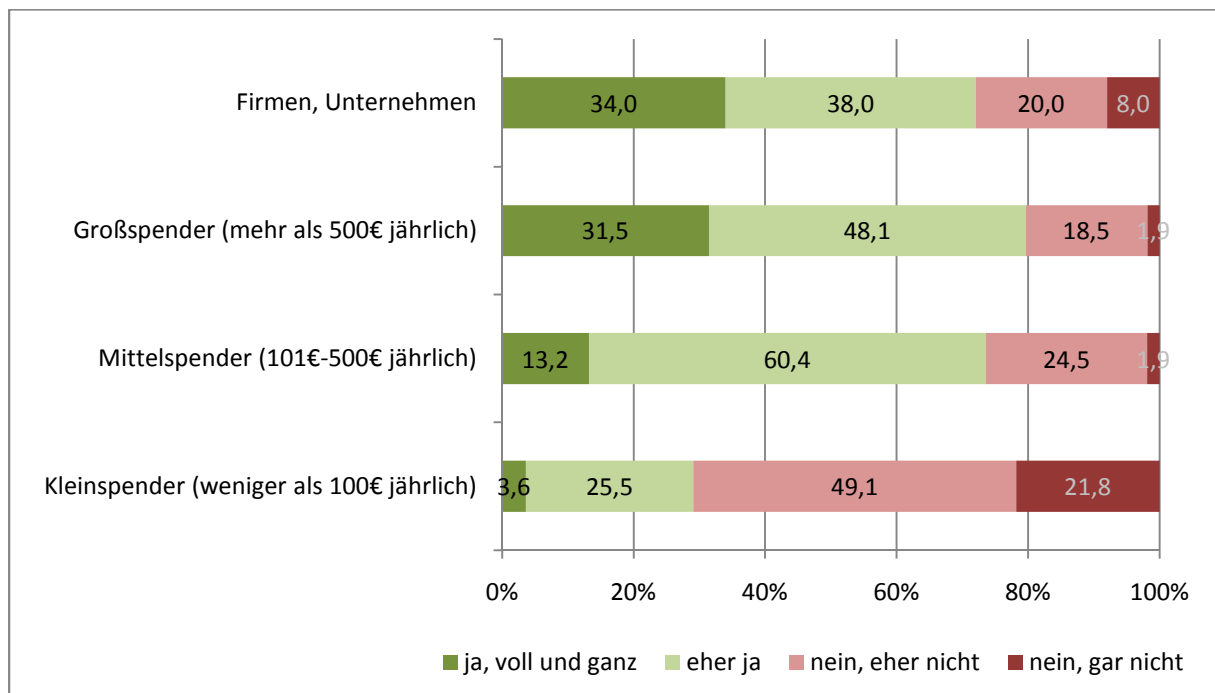
Trotzdem wird die Wirksamkeit der Absetzbarkeit von Spenden weitgehend positiv bewertet:

*„Kleinspender spenden ohnehin, hier kann man werben, dass sie um den Absetzbetrag mehr Spenden können. Bei Unternehmen wird sich viel ändern. Es waren früher oft Anfragen ob Spenden steuerlich absetzbar sind. Jetzt ist es möglich. Die Unternehmen werden dadurch mehr Spenden, sie sind ja auch stolz darauf, sie können das“.*

*ihren Mitarbeitern/innen zeigen und damit Öffentlichkeitsarbeit leisten. Die Einführung der steuerlichen Absetzbarkeit von Spenden war sehr wichtig“.*

*„Die Leute fassen das sehr positiv auf – manche haben dadurch den Dauerauftrag erhöht – sehr positive Reaktionen“.*

**Im Folgenden beziehen wir uns auf spezifische Spendergruppen Ihrer Organisation: Was ist Ihre Einschätzung? Hat sich die Möglichkeit der Spendenabsetzbarkeit auf das Spendenverhalten folgender Gruppen positiv ausgewirkt?**



### **Über die Bedeutung der steuerlichen Absetzbarkeit**

Die Spendenabsetzbarkeit spielt nach Einschätzung der befragten Organisationen für die Spender/innen eine wichtige Rolle. 39% stimmen dieser Meinung voll und ganz zu, weitere 51% bestätigen diese Ansicht tendenziell (eher ja). Nur 10% der befragten Organisationen sind der Ansicht, dass die Absetzbarkeit für die Spender/innen keine wichtige Rolle spielt (eher nein), niemand schließt die Bedeutung der steuerlichen Absetzbarkeit gänzlich aus. Dabei ist anzumerken, dass in den offenen Fragen öfters angegeben wurde, dass die Absetzbarkeit eine zusätzliche Funktion für Spender/innen hat. Es wird seitens der Spender/innen häufig als eine Art Gütesiegel und Qualitätskriterium für Organisationen interpretiert.

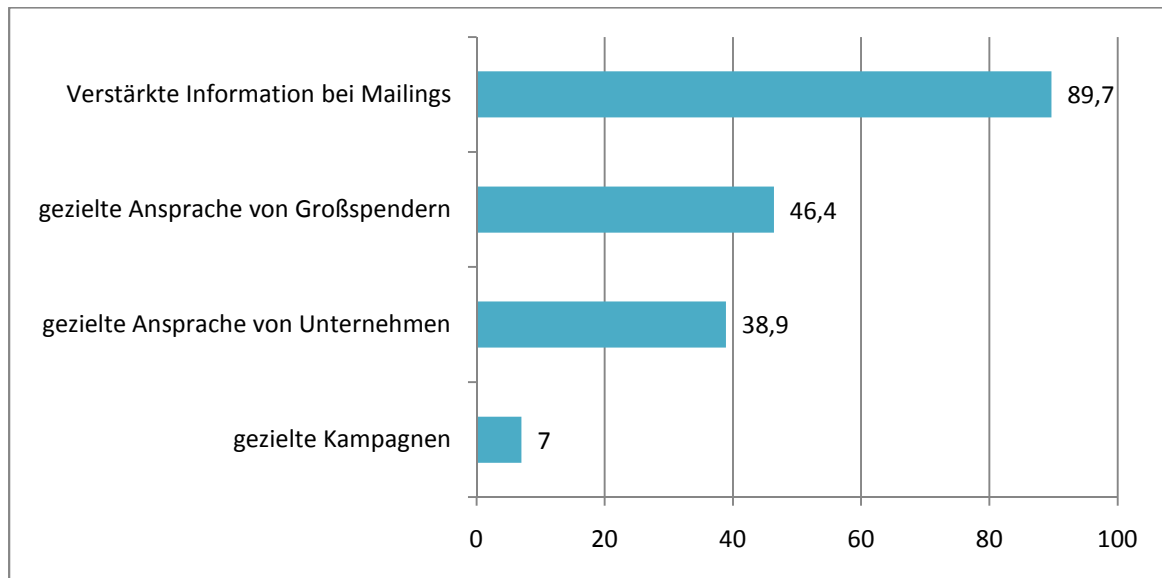
*„Spendenabsetzbarkeit ist für den Spender auch ein sichtbares Qualitätssiegel für die Organisation“.*

*„Über die Hintertür wurde ein Qualitätskriterium eingeführt. Die Spender sehen sich an, welche Organisationen auf der Liste stehen und welche nicht“.*

„Es ist ein Vorteil- weil es der Vertrauenswürdigkeit dient. Es ist ein Argument für die Firmen. Die Absetzbarkeit hat auf jeden Fall etwas gebracht“.

## Maßnahmen

In der vorliegenden Untersuchung wurde die Frage gestellt, welche Kommunikationsaktivitäten getätigt wurden, um die Spender/innen über die Möglichkeit der Spendenabsetzbarkeit zu informieren.



(Angaben in Prozent)

Fast alle Organisationen (90%) gaben an, dass sie bei Aussendungen die Spender/innen über die neuen Möglichkeiten der Absetzbarkeit informiert haben. 46% haben Großspender, 39% Unternehmen gezielt auf die Möglichkeit aufmerksam gemacht. Zusätzlich wurde von den Organisationen häufig angeführt, dass sich Informationen auf der Homepage befinden und auf den Erlagscheinen, Kalendern und sonstigen Werbemitteln darauf hingewiesen wird. Für gezielte Kampagnen reichen in den meisten Fällen die finanziellen Möglichkeiten nicht. Gelegentlich wird vorgeschlagen, dass der Fundraising Verband eine Kampagne im Zusammenschluss mit mehreren Organisationen durchführen könnte.

„Anregung: man könnte eine gemeinsame Kampagne machen – unter Federführung des FR Verbandes um die steuerliche Absetzbarkeit bekannter zu machen“.

„Es braucht noch eine Lernphase, bis die Möglichkeiten bekannt sind. Dafür ist Werbung nötig“.

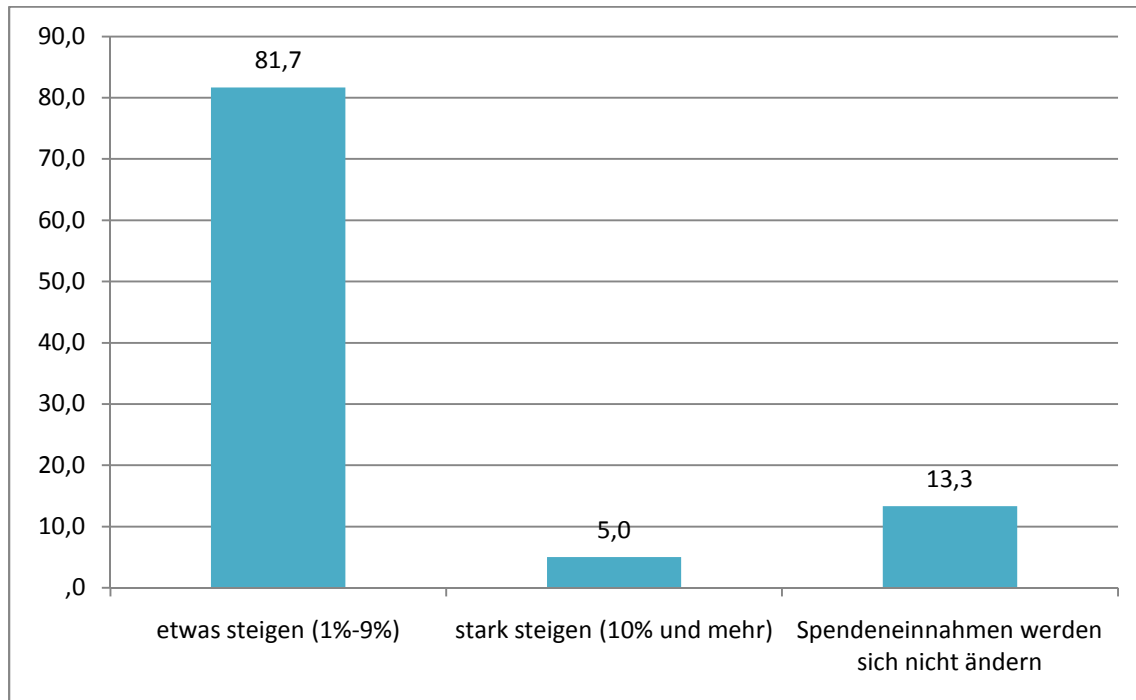
„Kleinspender wissen noch nichts davon, man müsste sie mehr informieren“.

„Man muss es promoten. Spenden ist eine sehr private Sache. Umdenken in der Gesellschaft ist wichtig“.

Vor allem kleine Organisationen fühlen sich in der Informationsarbeit etwas überfordert, da sehr viele Personen anrufen, um sich zu erkundigen. Die Auswertung nach Organisationsgröße zeigt, dass vor allem große Organisationen ihre Spender/innen besser informieren können.

## Zukunftsperspektiven

Die Zukunftseinschätzung der Organisationen bezüglich der Auswirkung der steuerlichen Absetzbarkeit auf die Höhe der Spendeneinnahmen wird für die nächsten fünf Jahre durchwegs positiv bewertet. 82% meinen, dass die Höhe der Spendeneinnahmen dadurch etwas steigen werden (plus 1% - 9%), 5% erwarten dadurch einen Anstieg um 10% oder mehr. Nur 13% sind der Ansicht, dass sich durch die Möglichkeit der steuerlichen Absetzbarkeit die Höhe der Spendeneinnahmen nicht verändern wird.



(Angaben in Prozent)

Die Wirkung der steuerlichen Absetzbarkeit auf die Spendeneinnahmen wird als Prozess verstanden, der Informationsarbeit und Zeit benötigt. Generell herrscht Zuversicht, dass sich diese Arbeit lohnen wird.

*„Langfristig wird es selbstverständlich werden.“*

*„Es fängt erst zum Laufen an – kommt langsam ins Bewusstsein.“*

*„Es nützt mehr als es schadet. Wahrscheinlich braucht es lange, bis sich diese Möglichkeit in den Köpfen der Leuten festgesetzt hat.“*

## Sonstige Anmerkungen und Anregungen:

Die offene Frage hatte die Funktion, Anregungen festzuhalten, die im Fragebogen nicht erhoben wurden. In der folgenden Analyse sollen die vier wichtigsten Themenblöcke festgehalten werden.

### 1.) Sorge um die Sozialversicherungsnummer

Die NGOs haben erfahren, dass die steuerliche Absetzbarkeit an die Bekanntgabe der Sozialversicherungsnummer gekoppelt werden soll. Diese Maßnahme wird mit großer Sorge betrachtet. Sie bedeutet einerseits Mehraufwand für die Organisationen, andererseits haben sie aus Gründen des Datenschutzes bedenken.

*„Die SV-Nummer soll wegverhandelt werden.“*

*„Die Meldung der SV-Nummer macht uns große Sorgen.“*

*„Wie geht das Ganze mit der SV-Nummer aus?“*

*„Sozialversicherungsnummer anzugeben ist aus Datenschutzgründen der absolute Wahnsinn. Grotesk. Aber die Absetzbarkeit hat den wirtschaftskrisenbedingten Spendenrückgang von Unternehmen abgedeckt.“*

*„SV Nummer: wenn das kommt, dann bedeutet das einen riesigen Mehraufwand, den wir nicht leisten können“.*

*„Wenn das mit der SV-Nummer kommt, dann bricht das kleinen Vereinen wie uns das Genick.“*

*„Wenn das mit der SV Nummer kommt, dann ist es mehr Aufwand, als es bringt.“*

*„Wir kritisieren die Abgrenzung von der Mildtätigkeit. Die Sache mit der SV-Nummer ist ein großes Problem – wir sind im Flüchtlingsbereich aktiv – da scheuen sich die Leute, ihre Daten bekannt zu geben. Wenn man viele Daten angeben muss, dann lässt man es eher bleiben.“*

### 2.) Positiv kann festgehalten werden, dass einige NGOs sich die steuerliche Absetzbarkeit von Spenden auch für Umweltschutz-Organisationen wünschen:

*„Alle NPOs sollten die Absetzbarkeit bekommen.“*

*„Forderung: Auch die Tierschützer sollten die Möglichkeit der Absetzbarkeit bekommen.“*

### 3.) Generell erhält der Fundraising-Verband häufig positives Feedback zur geleisteten Arbeit:

*„F- Verband macht gute Arbeit: weiter so.“*

*„Super, dass es das jetzt gibt, toll, dass sich der FR-Verband dafür eingesetzt hat. Großartige Aktion!“*

*„Die Arbeit des FR Verbandes ist wichtig, damit man am letzten Stand bleibt. Das kann sogar noch ausgebaut werden.“*

*„Wir sind sehr froh, dass es das gibt.“*

### 4.) Dennoch sehen bestimmte NGOs mehr Informationsbedarf:

*„Bauchweh bereitet die administrative Abwicklung. Da gibt es viel Unklarheit.“*

*„Ich vermisse konkrete Handlungsvorschläge, es gibt zu wenig zuverlässige Information.“*

*„Es ist vieles noch unklar. Vor allem wie man das dann dem Finanzamt kommunizieren soll.“*

## **Resümee**

Die Befragung unter Österreichs wichtigsten NGOs zeigt, dass die steuerliche Absetzbarkeit von Spenden einen positiven Effekt auf die Höhe der Spendeneinnahmen haben wird. 73% haben bereits positive Auswirkungen beobachtet, 87% sind der Ansicht, dass diese neue politische Maßnahme innerhalb der nächsten fünf Jahre positive Effekte bringen wird. Vor allem Unternehmen und Großspender werden dadurch ihr Spendenhäufigkeit oder ihr Volumen erhöhen. Dennoch wird darauf hingewiesen, dass Informationsmaßnahmen notwendig sind, um das volle Potential dieser Errungenschaft auszuschöpfen.

## **HUMUS – Agentur für Kommunikation**

Durchführung:

Mag. Alfons Bauernfeind

Mag. Georg Bauernfeind

Gernotgasse 2/23

1150 Wien

Tel: 0660-310 41 36

office@georg-bauernfeind.at

www.humus.cc