

## Untersuchungsskizze zu den Spendenmotiven

Sowohl in Praxis als auch in der Wissenschaft wird immer wieder nach Daten zu den Spendenmotiven gefragt. Neben der in Deutschland noch unzulänglichen und z.T. unübersichtlichen Datenlage bei den Spendenmotiven besteht oft auch Unklarheit über die Begrifflichkeit als solche.

Im Rahmen einer Untersuchung wurden 30 Spenderinnen und Spender mittels qualitativer Interviews zu ihrer (Spenden-)Biographie und ihren Einstellungen zum Spenden befragt. Dies soll ein Versuch sein, sich der Begrifflichkeit aber auch dem Gegenstand ganzheitlicher zu nähern.

### 1 Der Begriff „Spendenmotive“

Der Begriff Spendenmotive wird in der Diskussion oft sehr Unterschiedliches verstanden, daher ist es nötig, diesen vorab zu definieren. Im Rahmen von größeren Erhebungen zum Spendenverhalten der Deutschen wird der Begriff „Spendenmotive“ oft synonym mit konkreten Erwartungen bzw. situativen Beweggründen verwendet.

Motive werden in der Psychologie als tiefer liegende Sinnstrukturen des Antriebs verstanden, welche mit überdauernden und relativ konstanten Wertungsdispositionen verknüpft sind (Vgl. z.B. *Heckhausen* 1989). Man könnte auch vereinfachend sagen, Motive sind Werte plus Handlungsorientierung. Diese Definition müsste für die Betrachtung der Spendenmotive eigentlich etwas erweitert werden. Analog zum ehrenamtlichen Engagement kann angenommen werden, dass auch das Spendenverhalten erst vor dem Hintergrund biographischer Ereignisse und Erfahrungen verstehbar wird (*Hacket; Mutz* 2002, *Jacob* 1993).

Gerade weil diese im Verlauf eines Lebens oder auch je nach Spendenziel durchaus individuell variieren und sich verändern können, ist eine Einbettung in den biographischen Kontext für die tiefere Verstehbarkeit individueller Motivlagen beim Spenden erforderlich.

Eine ganzheitlichere Definition von „Spendenmotiven“ könnte in diesem Sinne sein, diese als Motivbündel zu sehen, die sich aus verschiedenen Motiven zusammensetzen können und eingebettet in den jeweiligen biographischen Kontext, eine Spendenhandlung bedingen können.

## 2 Herangehensweise der Untersuchung

Auch eine qualitative Untersuchung kann hier nur eine Momentaufnahme sein, aber zumindest Sinnstrukturen in ihrem jeweiligen biographischen Kontext deutlicher erfassen und ggf. erste Anhaltspunkte aufzeigen, wie diese sich im Laufe eines Lebens entwickeln können. Auf eine Hypothesenbildung wurde zugunsten einer möglichst offenen Herangehensweise verzichtet, für die Erstellung des Leitfadens wurden lediglich einige Forschungsfragen formuliert:

- Welche biographischen Faktoren beeinflussen das individuelle Spendenverhalten?
- Welche Funktion wird der Spendenhandlung zugeschrieben?
- In welchen Kontext wird sie durch den Befragten eingeordnet?
- Wie kam es zur ersten Spende und wie hat sich die Spendentätigkeit im weiteren Verlauf aus Sicht der Befragten entwickelt?
- Welches Reflexionsniveau spielt für die Spendenentscheidung eine Rolle, d.h. wie „bewusst“ wird die Spende getätigt?

Die praktische Akquise der Interviews nach diesen Kriterien erfolgte im Wesentlichen über spendensammelnde Organisationen aus dem jeweiligen Themenbereich selbst. Die Befragten wurden nach den Kriterien „Spendentätigkeit“, „Alter“ und „Spendenthema / -ziel“ zu möglichst gleichmäßigen Anteilen gewonnen, um ein möglichst breites Spektrum an Einstellungen abdecken zu können (Tatsächliche Verteilung: 17 Frauen / 13 Männer; 19 Westdeutschland / 11 Ostdeutschland; Altersspanne der Befragten zwischen 24 und 82 Jahre, Einkommen: 8 unter 17.000 Euro brutto jährlich, 14 von 17.000 bis 50.000, 7 Fälle mehr als 50.000).

Der Leitfaden enthielt sowohl einen narrativen Teil, wo es den Befragten zunächst in freier Form möglich gemacht werden sollte, ihre Herkunftsgeschichte zu erzählen. Diese wurde zum Ende hin durch einige fokussiertere Nachfragen zum Engagement und Spenden der Herkunftsfamilie ergänzt. Der Bilanzierungsteil sollte dazu dienen, sich einen Eindruck über das Selbstbild des Befragten machen zu können und neben der biographisch-alltagsweltlichen Betrachtungsebene eine moralische Reflexionsebene zu eröffnen. Die Interviews wurden mit der Methode der „rekonstruktiven Interviewanalyse“ ausgewertet. Alle herausgearbeiteten Merkmale und deren Ausprägungen wurden in einer fallübergreifenden Synopse zusammengetragen und analysiert. Kern der Typologie bildeten die Merkmalsbündel „Spenden und Ehrenamt in der Herkunftsfamilie“, „Funktion und Ratio- bzw. Emotionalität bei der Spendenentscheidung“, sowie die Konsistenz des Spendenverhaltens.

### 3 Die Typen

29 der 30 Fälle konnten in einen der fünf Typen eingeordnet werden, wobei nicht jeder der zu einem Typ zugeordnete Fall hundertprozentig deckungsgleich mit der hier dargelegten idealtypischen Beschreibung ist (Typ 1: 7 Fälle, Typ 2: 4 Fälle, Typ 3: 6 Fälle, Typ 4: 7 Fälle, Typ 5: 5 Fälle), lediglich ein Fall ließ sich keinem der fünf Typen zuordnen. Die hier dargestellten Prototypen werden im Rahmen der Dissertation weiter ausdifferenziert und sind als erste Zwischenergebnisse zu sehen. Die fertigen Ergebnisse werden dann im Laufe des kommenden Jahres im Rahmen der Dissertation ausführlich anhand von besonders kennzeichnenden Fällen dargestellt und veröffentlicht werden.

#### TYP 1: Der Satierte

Der satierte Spender kommt aus der gesellschaftlichen Mitte. Er ist mit seinen Lebensverhältnissen zufrieden, materiell abgesichert und gibt aus dieser Position (selbst-) bewusst Geld für soziale Zwecke. Er „leistet“ sich sein Spenden und sieht sich dabei in der Rolle eines „Mäzens“ (d.h. „der Starke hilft den Schwachen“ verbunden mit dem Selbstbild als „Starker“). Spenden gehört für ihn einfach dazu, wenn man es sich leisten kann.

#### TYP 2: Der pragmatische Aktivist

Der pragmatische Aktivist sieht seine Spende als Investition in die Zukunft und als Mittel der politischen Einflussnahme, indem er damit eine bestimmte Person oder Gruppe, der er sich zugehörig fühlt oder mit der er sich identifizieren kann, damit gezielt unterstützt. Im Gegensatz zum saturierten Spender spielt die eigene materielle Absicherung eine untergeordnetere Rolle, Ausgangspunkt ist eher die wahrgenommene Notwendigkeit des eigenen Handelns. Er ist in der Regel auch ehrenamtlich engagiert und setzt sich auch mit Zeit und Arbeit aktiv für seine Ziele ein, die Spende ist in diesem Rahmen als Zusatz zum direkten Einsatz und nicht getrennt zu sehen.

#### TYP 3: Der Kompensierende

Der Kompensierende kompensiert mit seiner Spendenhandlung (bzw. seinem Engagement) eine negative bzw. pessimistische Haltung. Er hat ein eher pessimistisches oder ambivalentes Welt- und Menschenbild, schreibt seiner Spende aber eine hohe Wirksamkeit und sich selbst eine hohe Einflussmöglichkeit zu. Sein Motto könnte sein: „Wenn ich nichts tue, tut keiner was“. Um etwas verändern zu können, empfiehlt sich aus seiner Sicht ein strategischer und zielgerichteter Einsatz der eigenen Ressourcen. Neben dem Spenden versucht er auch im Berufsleben ideale Ziele zu verwirklichen.

#### TYP 4: Der Emotionale

Der emotionale Situationsspende spendet einfach gesagt „aus dem Bauch heraus“: Spenden gehört zwar grundsätzlich für ihn dazu, d.h. er spendet, weil es aus seiner Sicht „alle“ machen, aber entwickelt kein eigenes, bewusstes Konzept, wo er sein Geld einsetzen möchte. Er spendet, wenn sich in der für ihn zeitlich und thematisch passenden Situation etwas ergibt - als Reaktion auf emotionale Anreize (z.B. Schreckensbilder) und befriedigt so sein Bedürfnis, etwas abzugeben. Dabei spielen aktuelle, persönliche Ereignisse, die in seinem Privatleben relevant sind und ihn emotional berühren als Auslöser und Verstärker eine wichtige Rolle.

#### TYP 5: Der Enttäuschte

Der Enttäuschte hat wie der Kompensator ein pessimistisches Welt- und Menschenbild, formuliert aber deutlich schwächere bzw. negativere Erwartungen an seine eigene Selbstwirksamkeit, was Spenden oder auch ehrenamtliches Engagement anbelangt. Dies wird einhergehend mit erlebten Enttäuschungen und negativen Erfahrungen geschildert. Er ringt immer wieder mit sich um die Frage, inwiefern es überhaupt individuell möglich ist, etwas zu verändern. Die Spende wird eher mit Vorsicht getätigt und die Spendentätigkeit ist insgesamt eher diskontinuierlich.

## 4 Ausblick

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die einzelnen Motivbündel so individuell, d.h. durch die jeweiligen Lebensumstände und –geschichten bedingt sind, dass eine Kategorisierung einzelner Motive keine wissenschaftliche Erkenntnis bringen würde. Einzelmotive wie Dankbarkeit können im jeweiligen individuellen Kontext eine so unterschiedliche Bedeutung haben, dass sie untereinander kaum vergleichbar sind, ohne dass das Wesentliche bei der Betrachtung verloren ginge. Daher ist m.E. Folgendes erforderlich:

1) Entwicklung einer funktionalen und mehrdimensionalen Definition des Spendenmotivbegriffes

2) Stärkere Fokussierung auf die subjektive Spenderperspektive

In der Diskussion wird bislang auch bei den Motiven zu stark aus der Organisationsperspektive gedacht. Orientierungspunkt ist hier oft der Spendenanlass und der Bedarf einer Organisation nach Mitteln und weniger die Frage, wie der Zugang des Spenders zu einem bestimmten Thema oder wie es zu seiner Spendenentscheidung

gekommen ist. Auch der Spendenanlass ist ohne den individuellen Kontext nur begrenzt verstehbar. Passende Spender kann man nicht herstellen, aber man kann erforschen, warum und in welchem Kontext wer für eine bestimmte Organisation spendet und potentielle Spendergruppen zielgerichtet anzusprechen.

3) Abkehr von dem Versuch, Spendenmotive in „altruistisch“ oder „egoistisch“ einzuteilen.

Diese Einteilung in normativ überladene Kategorien erschwert eine wissenschaftliche Betrachtung des Gegenstandes. Davon abgesehen, dass sich diese Einteilung bei genauerer Betrachtung als dysfunktional erweist (Fremd- und Eigennutz ist bei der Betrachtung subjektiver Perspektiven auf die eigene Spendentätigkeit m.E. kaum zu trennen), sind diese Begrifflichkeiten ebenfalls höchst umstritten und bergen die Gefahr einer Diskussion, wer ein „guter“ und wer ein „schlechter“ Spender ist.

4) Mehr qualitative Forschung zu den Spendenmotiven.

Eine quantitative Betrachtung dekontextualisierter Einzelmotive macht insofern wenig Sinn, man könnte höchstens die Verteilung verschiedener Typen, welche die Komplexität der Motivstrukturen im Kontext biographischer Faktoren berücksichtigt, an der Gesamtheit der Spender erheben. Bei der Entwicklung von Spendenkampagnen wären vor Allem weitere qualitative Daten zum Spenden notwendig, da davon auszugehen ist, dass möglicherweise gerade die Ansprache dieser komplexeren, biographisch bedingten Faktoren und spezifischer Motivbündel für die langfristige Bindung an eine Organisation eine entscheidende Rolle spielen (*Schüll* 2003)..

**Clara West** ist Doktorandin bei Prof. Dr. Thomas Olk am Institut für Pädagogik der Martin-Luther-Universität Halle / Wittenberg und Stipendiatin der Friedrich-Ebert-Stiftung sowie des Kölner Gymnasial- und Stiftungsfonds.

**Kontakt: [clarawest@gmx.de](mailto:clarawest@gmx.de)**

Literatur

1. **Hackett**, Anett; **Mutz**, Gerd: Empirische Befunde zum bürgerschaftlichen Engagement. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Band 9/2002
2. **Heckhausen**, Heinz: Motivation und Handeln. Berlin 1989
3. **Jakob**, Gisela: Zwischen Dienst und Selbstbezug. Opladen 1993
4. **Schüll**, Peter: Motive Ehrenamtlicher: eine soziologische Studie zum freiwilligen Engagement in ausgewählten Ehrenamtsbereichen. Berlin 2003