

Spenderbefragung

Auswertung der Erhebung aus dem Dez./Jan. 2020/21



Inhalt

Spenderbefragung der German Doctors

Einführung

S.3

Methodik, Ziele und Rücklauf

Beziehung und Vertrautheit

S.4

Persönliche Weiterempfehlung wichtigster Erstkontakt

Image und Marke

S.5

Große Zustimmung bei abgefragten Merkmalen

Spendenmotive

S.6

Humanitäres Handeln dominiert
– hohe Organisationsbindung

Mediennutzung und -bewertung

S.7

Spendenbriefe wichtiges Medium,
Internetauftritt überzeugt

Gesamtbetrachtung

S.8

Sehr gute Bewertung insgesamt
– Fazit und Dankeschön

Stand Ende Februar 2021

Diese Informationen sind ausschließlich zur privaten
Verwendung und nicht zur Veröffentlichung gedacht.

Bei Fragen zu den Inhalten wenden Sie sich bitte an
Matthias Renner

Tel. +49 (0)228 387597-36

E-Mail matthias.renner@german-doctors.de

Herausgeber:

German Doctors e.V. | Löbestr. 1a | 53173 Bonn

Tel. +49 (0)228 387597-0 | Fax +49 (0)228 387597-20

E-Mail info@german-doctors.de | www.german-doctors.de

Einführung

Methodik, Ziele und Rücklauf

Schriftliche Erhebung

5.840 Spenderinnen und Spender der German Doctors erhielten in den ersten Dezembertagen 2020 per Post einen vierseitigen Fragebogen mit 20 Fragen zugesandt. Neben der Papiervariante wurde auch eine Online-Fassung des Fragebogens zum Ausfüllen angeboten. Die Empfängerinnen und Empfänger, bei denen eine E-Mail-Adresse vorlag, wurden per E-Mailing Mitte Dezember an die Erhebung erinnert und um Teilnahme gebeten.

Ziele

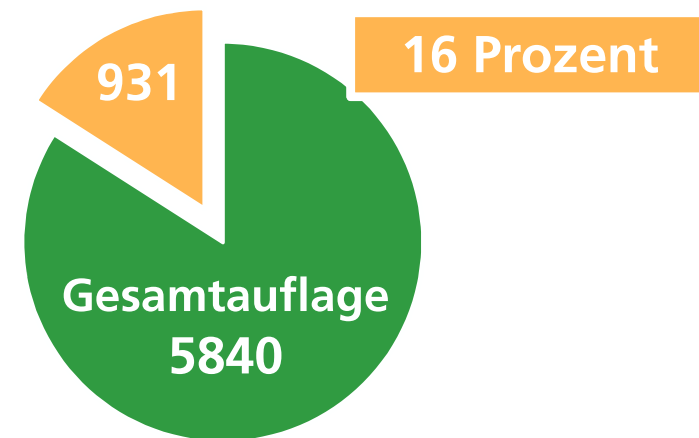
Die Fragen der Erhebung zielten auf die Beziehung der Spenderinnen und Spender zu den German Doctors, ihre Spendenmotive und ihr Spendenverhalten, die Wahrnehmung von Image und Markenidentität, das Informationsverhalten und -bedürfnis sowie die Bewertung der Kommunikationsmedien und der Organisation in Einzelaspekten und insgesamt. Zusätzlich wurden soziodemografische Parameter abgefragt.

Anonymisierte Auswertung

Alle bis zum 20. Januar eingegangenen Fragebögen sind in die Auswertung eingeflossen. Die zurückgesandten Papierfragebögen wurden dafür digital erfasst. Die Erfassung und Auswertung der Antworten erfolgte anonymisiert.

Rücklauf und Rücklaufquote

Insgesamt sind 931 Fragebögen bis zum 20. Januar 2021 zurückgesandt und beantwortet worden, das entspricht einer Quote von rund 16 Prozent. Davon wurden 288 Fragebögen, also 31 Prozent, online ausgefüllt.



Die Stichprobengröße ist ausreichend hoch, um die Grundgesamtheit mit einem hohen Wahrscheinlichkeitsgehalt gut abzubilden.

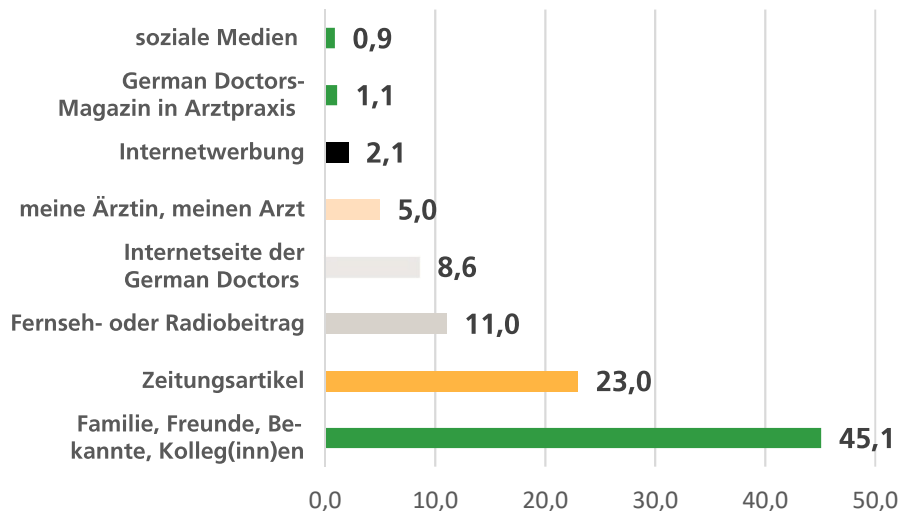
Beziehung und Vertrautheit

Persönliche Weiterempfehlung wichtigster Erstkontakt

Herkunft

Persönliche Empfehlungen aus dem eigenen Umfeld, bekanntlich die kostengünstigste und eine durch das hohe Vertrauen der Empfehlenden gekennzeichnete Maßnahme, sind die mit deutlichem Abstand wichtigste und effektivste Quelle für den ursprünglichen, ersten Kontakt zu den German Doctors. Rund ein Viertel ist über einen Zeitungsartikel auf die German Doctors aufmerksam geworden, jede/r Zehnte über einen Fernseh- oder Radiobeitrag oder über das Internet.

Wie oder wodurch sind Sie ursprünglich auf die German Doctors aufmerksam geworden? (Angaben in Prozent)



Vertrautheit

Mit der Arbeit gut und sehr gut vertraut sind zwei Drittel der Spenderinnen und Spender, immerhin ein Drittel sagt lediglich „einigermaßen vertraut“ – hier gibt es noch Verbesserungsmöglichkeiten.

Wie vertraut sind Sie mit der Arbeit der German Doctors?

(Angaben in Prozent)

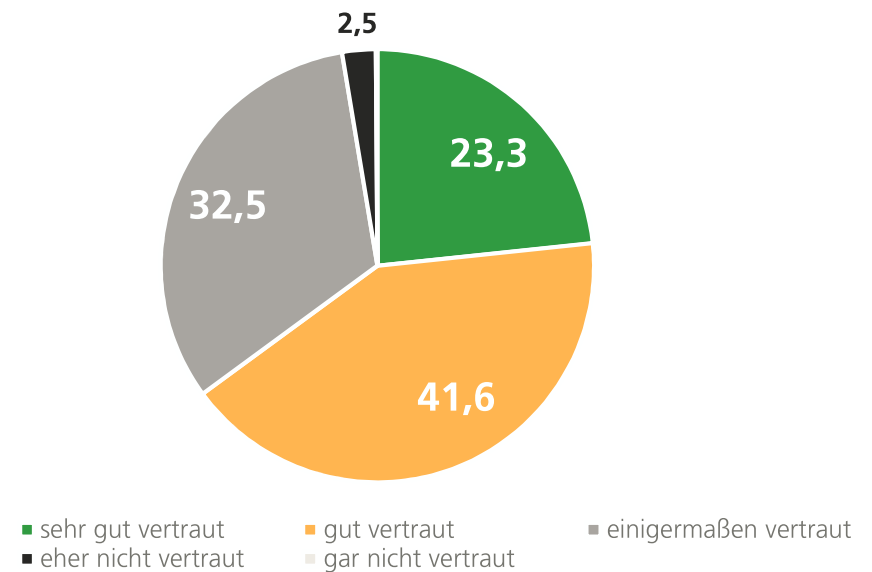


Image und Marke

Große Zustimmung bei abgefragten Merkmalen

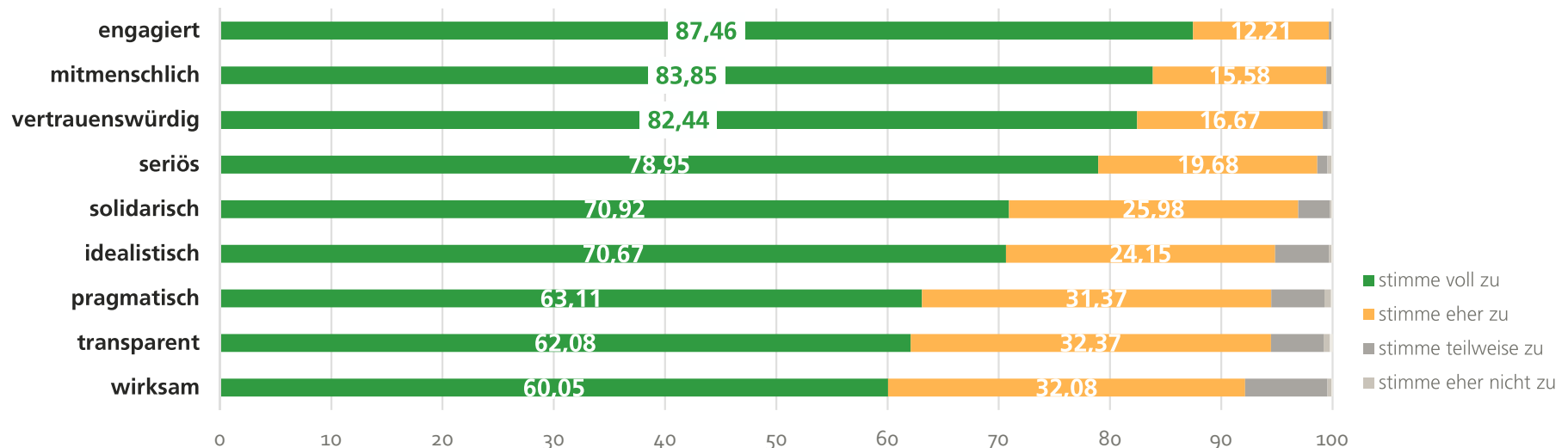
Imagefaktoren

Alle überprüften Imagefaktoren erfahren hohe Zustimmung, die Unterschiede sind eher graduell. Engagiert, mitmenschlich und vertrauenswürdig sind in der Kategorie „stimme voll zu“ die Top-Drei Attribute mit jeweils über 80 Prozent Zustimmung. Auch die Merkmale transparent und wirksam, die bei der Vertrauenswürdigkeit von gemeinnützigen Organisationen einen hohen Stellenwert einnehmen, erfahren eine beachtliche Zustimmung, selbst wenn sie hier am Ende der Liste rangieren.

Weiterempfehlung und Markenkern

Die Weiterempfehlung ist ein geeigneter Indikator für ein positives Image: 63 Prozent geben an, dass dies schon geschehen oder sehr wahrscheinlich ist, weitere 27 Prozent sagen eher wahrscheinlich. Als das Markenkennzeichen wird der ehrenamtliche Arzteinsatz angesehen, nahezu alle Befragten haben dies angegeben. Kritische Aspekte wie Schaffung von Abhängigkeiten oder ein hoher Verwaltungsaufwand haben fast keine Bedeutung.

Wie bewerten Sie die German Doctors in Bezug auf folgende Eigenschaften? (Angaben in Prozent)



Spendenmotive

Humanitäres Handeln dominiert – hohe Organisationsbindung

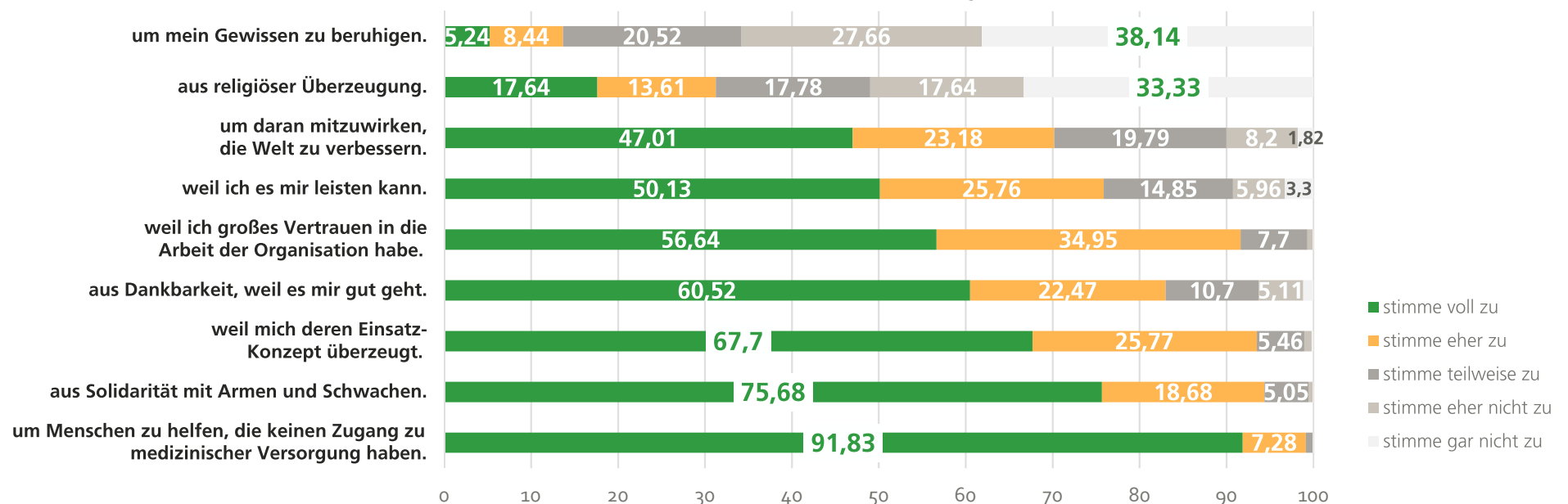
Spendenmotive

Humanitäres Handeln ist das zentrale Spendenmotiv mit 92-prozentiger, vollständiger Zustimmung, vor Solidarität mit Schwachen (75 Prozent) und dem überzeugenden Einsatzkonzept (68 Prozent). Sozialer Druck von außen (Gewissen beruhigen) erfährt die geringste Zustimmung, auch religiöse Motive spielen eine untergeordnete Rolle. Hervorzuheben ist ferner: Den German Doctors wird sehr großes Vertrauen bescheinigt.

Bindung an die German Doctors

Die Aufteilung eines fiktiven Spendenbudgets von 500 Euro erbringt als Ergebnis, dass im Durchschnitt 218 Euro an die German Doctors gespendet werden würde. Einerseits ist dies ein Betrag, der Vertrauen und Wertschätzung spiegelt. Andererseits wird deutlich, dass der Spenderkreis soziale Verantwortung und philanthropisches Engagement als bedeutsam erachtet und sich nicht nur auf eine Organisation konzentriert.

Ich unterstütze die German Doctors(.)... (Angaben in Prozent)



Mediennutzung und -bewertung

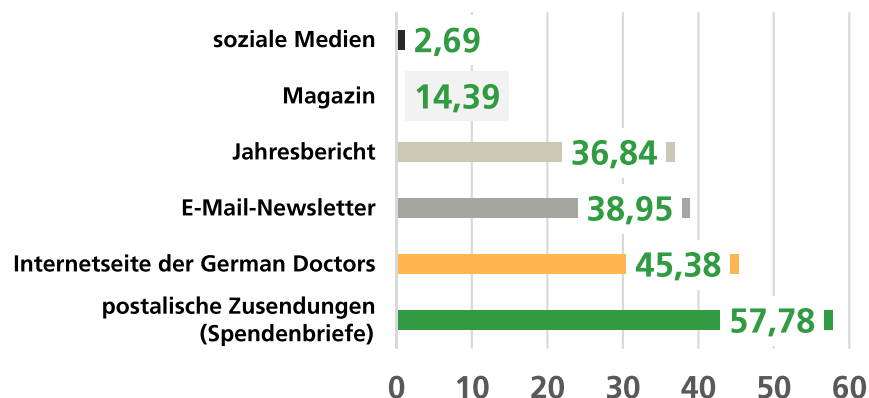
Spendenbriefe wichtiges Medium, Internetauftritt überzeugt

Mediennutzung

Für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Umfrage ist das meist genutzte Medium, um sich über die German Doctors zu informieren, der Spendenbrief mit 58 Prozent, vor der German Doctors-Internetseite (45 Prozent), E-Mail-Newsletter (39 Prozent), Jahresbericht (37 Prozent) dem Magazin (10 Prozent) und den sozialen Medien (3 Prozent). Ärztinnen und Ärzte, die sich für die German Doctors engagieren, sind etwas mehr digitalaffin als die übrigen Spenderinnen und Spender.



Welche Medien nutzen Sie, um sich über die German Doctors zu informieren? (Angaben in Prozent)



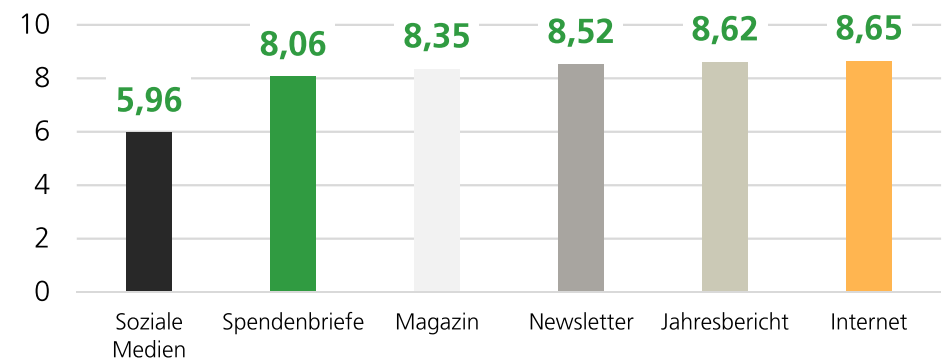
Medienbewertung

Alle Medien werden auf der Skala 10=sehr gut bis 1=ungenügend sehr positiv bewertet. In der Gesamtbetrachtung der Medienbewertung rangiert die Internetseite mit einer Durchschnittsnote von 8,65 an erster Stelle. Die Differenzen zum Jahresbericht (8,62), Newsletter (8,52) und Magazin (8,35) sind aber marginal.

Auch Spendenbriefe erhalten insgesamt eine sehr positive Bewertung von 8,06. Das ist beachtlich, werden in diesem Zusammenhang doch häufig negative Stimmen vernommen. Die sozialen Medien erhalten hingegen mit fast 6 eine deutlich schlechtere Gesamtbewertung. Dieses Ergebnis ist durch eine vermutlich ablehnende Haltung einzelner Teilnehmerinnen und Teilnehmer gegenüber sozialen Medien im Allgemeinen verzerrt.

Wie bewerten Sie unsere Kommunikationsmedien?

(10=sehr gut, 1=ungenügend)



Gesamtbetrachtung

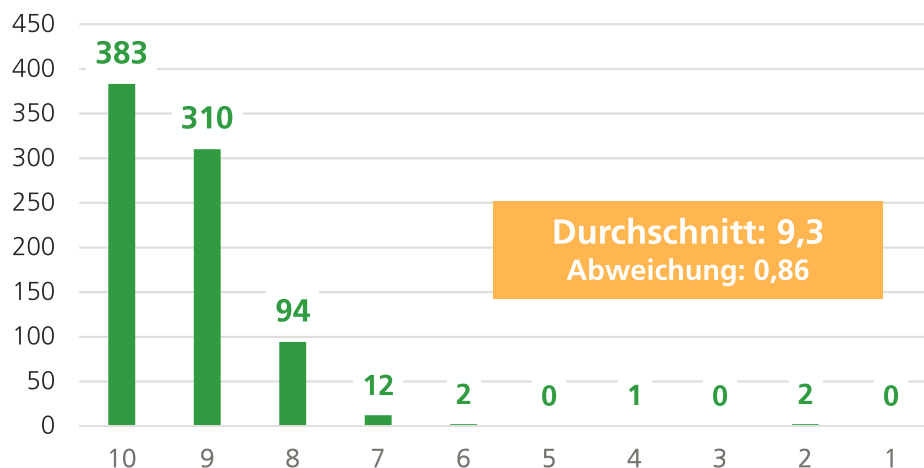
Sehr gute Bewertung insgesamt – Fazit und Dankeschön

Bewertung ausgewählter Aspekte

Durchweg gute Noten auf der Skala 10=sehr gut bis 1=ungenügend wurden für die Aspekte Aussagekraft und Angemessenheit der Bildauswahl (Note 8,96), Erreichbarkeit und Antwortzeit der German Doctors (Note 9,12), Verständlichkeit der Kommunikation (Note 9,17), Glaubwürdigkeit der Projektarbeit und Spendenverwendung (Note 9,42) sowie für den Spenderservice in Bezug auf die Verlässlichkeit im Spendenquittungsversand (Note 9,57) vergeben. Sowohl die Kommunikation, die Projektarbeit als auch die Verwaltung erfahren hier eine ausgesprochen positive Beurteilung.

Wie bewerten Sie die German Doctors insgesamt?

(10=sehr gut, 1=ungenügend)



Gesamtbeurteilung der German Doctors

Analog zur Aspektbeurteilung erhalten die German Doctors eine sehr gute und sehr erfreuliche Gesamtbeurteilung mit einer Durchschnittsnote von 9,3.

Fazit und Dankeschön

Im Dezember 2020 haben wir viele unserer Spenderinnen und Spender gebeten, uns zehn Minuten ihrer Zeit zu schenken und an unserer Spenderbefragung teilzunehmen. Wir wollten wissen und herausfinden, was unsere Spender bewegt, was sie besonders gut an unserer Arbeit finden, aber auch, wo wir noch besser werden sollten. Fast 1.000 beantwortete Fragebögen sind daraufhin bei uns eingegangen.

Vielen Dank für das viele Lob, die herzlichen Worte über unsere Arbeit und die großartigen Zitate. Wir werten dies und die Ergebnisse der Befragung als Bestätigung, dass sich unsere Spenderinnen und Spender gut betreut und informiert fühlen. Ebenso wichtig sind uns aber auch die Anregungen und Hinweise, sowie die Kritik an manchen Punkten unserer Arbeit.

Diese Meinungen helfen uns, unseren Service weiterhin zu verbessern und die Interessen unserer Spenderinnen und Spender in unserer Kommunikation noch besser zu berücksichtigen. Dafür ist diese Erhebung sehr wertvoll und für die zahlreiche Unterstützung sind wir sehr dankbar.