

Der österreichische Spendenmarkt in Krisenzeiten

Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf das Spendenverhalten der Österreicher:innen und die Folgen der Krise für die österreichischen Nonprofit-Organisationen

Masterarbeit

am

Studiengang „Betriebswirtschaft & Wirtschaftspsychologie“

an der Ferdinand Porsche FernFH

Nicole Hogn, B.A.

01256937

Begutachterin: Ing. Vivien Marx, M.A.

Maria Gugging, Mai 2022

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß übernommen wurden, habe ich als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt oder veröffentlicht. Die vorliegende Fassung entspricht der eingereichten elektronischen Version.

22. Mai 2022

Unterschrift

Zusammenfassung

Die COVID-19-Pandemie führte auch in Österreich zu einer Ausnahmesituation, welche Konsequenzen für die Bevölkerung und den Nonprofit-Sektor mit sich brachte. Um die Folgen für diesen zivilgesellschaftlich und wirtschaftlich bedeutenden Sektor in Krisenzeiten zu identifizieren, sollten die Auswirkungen der Pandemie auf das Spendenverhalten der Österreicher:innen und die Folgen der Krise für die nationalen Nonprofit-Organisationen untersucht werden. In diesem Sinne wurde eine qualitative Studie auf Basis informatorischer Expert:inneninterviews durchgeführt. Das generierte Datenmaterial wurde anhand einer faktenorientierten qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet. Die Ergebnisse zeigen einen Einbruch der Spendeneinnahmen zu Beginn der Pandemie, gefolgt von einem kontinuierlichen Wachstum der Spenden, gefördert durch Emotionen und den aktiven Aufruf der NPOs zur Unterstützung. Für die Organisationen bedeutete die Krise vor allem einen Digitalisierungs- und Innovationsschub, der neben der Auseinandersetzung mit dem Fundraising und der Leistungserstellung auch die Analyse von Prozessen und Ressourcen verlangte. Die Erkenntnisse zu dem Nonprofit-Sektor zeugen von einem steigenden Vertrauen der Bevölkerung, stärkerer Präsenz des Sektors und der Tendenz der Organisationen zur Konsolidierung. Die COVID-19-Pandemie brachte eine Zeit großer Herausforderungen für die Nonprofit-Organisationen Österreichs, aus der sich langfristig Potenziale und Implikationen für die Zukunft ergeben. Das Spendenverhalten hat sich als stabiler Faktor in Krisenzeiten präsentiert.

Schlüsselbegriffe: Nonprofit-Sektor, Nonprofit-Organisation, NPO, COVID-19, Pandemie, Krise, Spendenverhalten, Digitalisierung, Fundraising, Expert:inneninterviews

Abstract

The COVID-19 pandemic led to an exceptional situation in Austria, which had consequences for the population and the non-profit sector. In order to identify the consequences of this crisis for this sector, which is important for both civil society and the economy, the effects of the pandemic on donation behavior and on national non-profit organizations should be examined. Given this, a qualitative study was carried out on the basis of informational expert interviews. The generated data was evaluated using a fact-oriented, qualitative content analysis. The results show a sharp decrease in donations early in the pandemic, followed by a steady increase fueled by emotion and active NGO calls for support. For the organizations, the crisis meant above all a boost in digitization and innovation, which, in addition to dealing with fundraising and the provision of services, also required the analysis of processes and resources. Findings on the nonprofit sector show increasing public confidence, greater sector presence and a tendency of organizations to consolidate. The COVID-19 pandemic brought a time of great challenges for non-profit organizations in Austria, which results in long-term potential and implications for the future. However, the donation behavior has presented itself as a stable factor in times of crisis.

Keywords: nonprofit-sector, nonprofit-organization, NPO, COVID-19, pandemic, crises, donation behavior, digitization, fundraising, expert interviews

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
1.1	Forschungsgegenstand und Relevanz.....	2
1.2	Problemstellung und Forschungsfragen.....	3
1.3	Zielsetzung und Aufbau der Arbeit.....	5
2	Theoretischer Hintergrund.....	7
2.1	Definitionen.....	7
2.1.1	Der Begriff der Krise.....	7
2.1.2	Der Begriff der Nonprofit-Organisation (NPO).....	8
2.1.3	Der Begriff der Spende und deren Bedeutung für Nonprofit-Organisationen.....	10
2.2	Der österreichische Nonprofit-Sektor.....	11
2.2.1	Der Dritte Sektor und seine Besonderheiten.....	11
2.2.2	Die Finanzierung von Nonprofit-Organisationen.....	12
2.2.3	Der NPO-Unterstützungsfonds.....	12
2.2.4	Impact und Wirkungsanalyse von Nonprofit-Organisationen.....	13
2.2.5	Aktuelle Entwicklung am österreichischen Nonprofit-Sektor.....	16
2.3	Der österreichische Spendenmarkt.....	18
2.3.1	Spendenbericht 2021.....	18
2.3.2	Neuspender:innen.....	20
2.3.3	Civil Society Index und Spendenindex.....	21
2.4	Theoretische Überlegungen zum Spendenverhalten.....	23
2.5	Forschungsstand zu prosozialem Verhalten in Ausnahmesituationen.....	26
2.5.1	Die Verbindung von wahrgenommener wirtschaftlicher Bedrohung und prosozialen Tendenzen.....	26
2.5.2	Der Einfluss der sozialen Klasse auf das prosoziale Verhalten.....	27
2.5.3	Der Einfluss von Mortalität und Alter auf gemeinnütziges Spenden.....	28

2.5.4	Prosoziales Verhalten und Großzügigkeit in Österreich während der COVID-19-Pandemie.....	29
2.6	Forschungsstand zum Einfluss von Krisen auf das Spendenverhalten.....	34
2.6.1	Der Einfluss der Weltwirtschaftskrise auf das Spendenverhalten.....	34
2.6.2	Die Tsunami-Flutkatastrophe und die Beziehung zwischen Spendenabsicht und Spendenverhalten.....	36
3	Empirischer Teil	39
3.1	Erhebungsmethode	39
3.1.1	Studiendesign	39
3.1.2	Erhebungsinstrument.....	41
3.2	Definition des Samples.....	42
3.3	Durchführung der Interviews	44
3.4	Auswertungsverfahren.....	44
3.4.1	Transkription	45
3.4.2	Auswertungsmethode	45
3.5	Gütekriterien	47
4	Darstellung und Interpretation der Ergebnisse	50
4.1	Folgen für die Nonprofit-Organisationen	51
4.1.1	Digitalisierung der Organisation.....	52
4.1.2	Strukturelle und personelle Maßnahmen	52
4.1.3	Heterogenität der Organisationen und deren Rolle in der Pandemie	54
4.1.4	Leistungserstellung – Einschränkungen und Erweiterungen	55
4.1.5	Finanzielle Auswirkungen und Unterstützungsmaßnahmen.....	58
4.1.6	Offengelegte Lücken in der Arbeit der Nonprofit-Organisationen	60
4.2	Fundraising	60
4.2.1	Fundraising-Instrumente	60
4.2.2	Online-Fundraising.....	64
4.2.3	Fundraising und Finanzierung 2022	65
4.2.4	Implikationen für das zukünftige Fundraising.....	67

4.3	Auswirkungen auf das Spendenverhalten	68
4.3.1	Spendenentwicklung zur Zeit der COVID-19-Pandemie.....	68
4.3.2	Verhaltensänderungen der Spender:innen in der Krise	70
4.3.3	Spendenmotive in der Krise	71
4.4	Der Nonprofit-Sektor.....	72
4.4.1	Aktuelle Situation und Vertrauen der Bevölkerung	72
4.4.2	Veränderung und Entwicklung des Sektors	74
4.4.3	Zusammenarbeit der Organisationen in der Krise	76
4.5	Implikationen für die Zukunft	77
4.5.1	Mutig sein.....	78
4.5.2	Flexibilität, Resilienz, Professionalität.....	78
4.5.3	Gesellschaftliche und demographische Entwicklung	80
4.5.4	Positive Entwicklungen aus der COVID-19-Pandemie	81
4.5.5	Der Begriff der Krise	82
4.5.6	Anforderungen an die Nonprofit-Organisationen für die Zukunft	83
4.5.7	Digitalisierung und mögliche Konsequenzen	84
4.5.8	Interessenspolitische Vertretung des Sektors.....	85
4.6	Beantwortung der Forschungsfragen	86
5	Conclusio	88
5.1	Diskussion und Ausblick.....	88
5.2	Methodisches Fazit und Limitationen	92
5.3	Implikationen für Forschung und Praxis	93
	Literaturverzeichnis	96
	Tabellenverzeichnis	102
	Anhang	103
	A. Erhebungsinstrument/Interviewleitfaden	103
	B. Kategoriensystem.....	108

1 Einleitung

Krisenzeit nach Reinhold und Lamnek (2000, S. 370) definiert das plötzliche Auftreten massiver Probleme, die nicht ohne größere Schwierigkeiten gelöst werden können. Eine Erläuterung, die die Zeit, ab dem Moment als Österreich in vollem Ausmaß mit der Coronavirus-Pandemie konfrontiert wurde, wohl nicht treffender beschreiben könnte.

Der von der Weltgesundheitsorganisation offiziell verlautbarte Name für die Corona-Erkrankung lautet COVID-19, dabei handelt es sich um eine Infektionskrankheit der Atemwege. Die Krankheit wurde in der klinisch manifestierten Form erstmals 2019 in der chinesischen Metropole Wuhan beschrieben, entwickelte sich in weiterer Folge im Januar 2020 in der Volksrepublik China zur Epidemie und breitete sich schließlich innerhalb weniger Monate zur COVID-19-Pandemie also weltweit aus (www.sozialministerium.at, 09.04.2022).

In aktuellen Fallzahlen zu COVID-19 ausgedrückt bedeutet diese Pandemie für Österreich zum Stichtag 09.04.2022 4.025.229 laborbestätigte Fälle, 3.833.517 genesene Fälle und 16.044 verstorbene Fälle (www.covid19-dashboard.ages.at, 09.04.2022).

In Österreich begann die COVID-19-Krise im Februar 2020, als der erste positive Fall in Tirol registriert wurde. Danach kam es zu weiteren positiven Testfällen, was erste Reisewarnungen zur Folge hatte. Im März 2020 mündeten die Entwicklungen schließlich in einschneidenden Restriktionen des öffentlichen Lebens als Teil des Maßnahmenpakets der österreichischen Regierung, mit dem Ziel der Eindämmung der Pandemie. Die Bevölkerung durfte den Wohnort nur noch aus vier klar definierten Gründen verlassen und, abgesehen von Lebensmittelgeschäften, Apotheken, Drogerien und Geschäften des medizinischen Bedarfs, wurden alle anderen Konsumbetriebe geschlossen. Es kam zu massiven Einschränkungen im Schulwesen und die Bevölkerung sollte ihrer beruflichen Tätigkeit ebenso von zu Hause aus nachgehen. Österreich befand sich somit im „Lock-down“. Die Folge waren wirtschaftlich weitreichende Konsequenzen für das Land Österreich und dessen Bevölkerung, mit Auswirkungen auf den Stellenmarkt und den Konsumhaushalt. Bereits im Jahr 2020 kam es zu einem Wertschöpfungsrückgang von bis zu 10 Prozent in einzelnen österreichischen Bundesländern, dessen weiterer Rückgang prognostiziert wird (Czypionka, Kocher & Schnabl, 2020, S. 280ff.). Die folgende Tabelle 1 weist dazu nun relevante Kennzahlen für Österreich im Zusammenhang mit COVID-19 in den Bereichen Wirtschaftskrise, Arbeitsmarkt und Beruf sowie private Finanzen und Konsum aus.

Tabelle 1: Kennzahlen zu Auswirkungen der COVID-19-Pandemie in Österreich

Kennzahl	Ausprägung
<u>Wirtschaftskrise</u>	
Bisheriger Bruttoinlandsprodukt-Verlust	EUR -38,9 Mrd.
Veränderung des Bruttoinlandsprodukts	-6,6%
Starke Betroffenheit von Unternehmen	44%
<u>Arbeitsmarkt & Beruf</u>	
Anstieg der Arbeitslosenquote (sich dadurch ergebende gesamte Arbeitslosenquote)	2,5%-Punkte (8,5%)
Kurzarbeiter:innen	296.461 Personen
<u>Private Finanzen & Konsum</u>	
Veränderung der privaten Konsumausgaben	-9,8%
Anteil mit persönlicher wirtschaftlicher Bedrohung durch die Corona-Krise	32%
Anteil mit Einsparungen in Bereichen des täglichen Lebens	46%

Quelle: (de.statista.com, 09.04.2022)

1.1 Forschungsgegenstand und Relevanz

Aus medizinischer Sicht arbeitet man durch Impfungen und weitere Maßnahmen bereits fieberhaft auf ein Ende des Notstands hin, wie die angeführten Kennzahlen aber zeigen, beginnen die wirtschaftlichen Konsequenzen erst richtig schlagend zu werden (Saxton, 2020, S. 2f.). Die Hälfte aller Unternehmen verzeichnete Umsatzeinbußen und Wirtschaftsexpert:innen rechnen frühestens Ende 2022 mit einer leichten Erholung der Wirtschaft. Die Arbeitslosigkeit wird weiter dramatisch ansteigen und auch die Kreditaufnahme wird für mehrere Jahre über dem Niveau vor der COVID-19-Pandemie liegen. All diese Entwicklungen wirken sich, wie gezeigt unmittelbar auf das durchschnittliche Haushaltseinkommen der Bevölkerung aus, insbesondere für Arbeitslose und Kurzarbeiter:innen. Die Kennzahlen, vor allem im Bereich der privaten Finanzen und des Konsums, nehmen nun auch Einfluss auf die soziale Struktur Österreichs und die Entwicklungen auf dem Nonprofit- und Wohltätigkeitssektor. 2019 waren es nur sehr wenige Nonprofit-Organisationen, die einen Rückgang ihrer Spendenaktionen verzeichnen

mussten. Durch COVID-19 ist es jetzt aber die Mehrheit, die damit zu kämpfen hat. Die Pandemie hat einen sozialen Wandel ausgelöst und folglich auch angetrieben. Dieser zeigt sich in Veränderungen, die sich durch die steigende Zahl an jungen und alten Menschen ergeben und nur wenige der Organisationen sind bereit für diesen Umbruch, geschweige denn diesen Entwicklungen bereits voraus. Das persönliche Spendensammeln auf den Straßen oder indem man von Tür zu Tür geht, wurde durch das Coronavirus fast gänzlich gestoppt und auch die Zahl der so wichtigen engagierten Freiwilligen über 55 Jahre ging rapide zurück (Saxton, 2020, S. 3). Der Rhythmus der Freiwilligentätigkeit und des Spendensammelns wurde also für beide Seiten, Spender:innen wie Empfänger:innen, unterbrochen und stark verändert und es ist unklar, in welche Richtung er sich entwickeln wird. Dem gegenüber steht aber die hohe Nachfrage der Leistungen der Nonprofit-Organisationen, ausgelöst durch die Folgen der Pandemie. All jene Organisationen, die sich mit Arbeitslosigkeit, Armut und Verschuldung, mentaler Gesundheit und anderen schwierigen Gesundheitsproblemen sowie Pflege beschäftigen sind enorm gefordert (Saxton, 2020, S. 2f.). Im Nonprofit-Bereich zeigten sich erste Auswirkungen durch die Krise bereits 2020 in den Tätigkeitsbereichen Pflege, Wohnen, Kinder und Jugendliche, Menschen mit Behinderung, Tageszentren und Werkstätten, sowie Gewaltbetroffenheit (BMSGPK, 2020, S. 91). Dem gegenüber wiederum steht aber ein Rekord an Spenden in Österreich für das Jahr 2021 in Höhe von EUR 850 Millionen (Fundraising Verband Austria, 2021, S. 3).

Eine Erklärung der Zusammenhänge mit der Krise ausgelöst durch die COVID-19-Pandemie ist ebenso ausständig, wie eine genaue Untersuchung der tatsächlichen Folgen für die Nonprofit-Organisationen. Der Begriff Folgen beschreibt in diesem Fall nicht nur die kurzfristigen Konsequenzen, die abrupt auftraten, sondern auch die Herausforderungen, die sich in den Monaten danach zeigten. Es gilt zum einen zu berücksichtigen, welche Auswirkungen sie hatten, aber auch wie agiert werden musste.

Dieses Forschungsprojekt möchte sich daher mit dem aufgeworfenen aktuellen und relevanten Forschungsgegenstand auseinandersetzen.

1.2 Problemstellung und Forschungsfragen

Die COVID-19-Pandemie hat eine Krise ausgelöst, in der plötzlich nichts mehr war wie zuvor, auch für den Nonprofit- und Wohltätigkeitssektor, der ebenso darauf reagieren musste. Unklar ist nun, ob sich in weiterer Folge auch das Spendenverhalten ändert, in Bezug auf die Spendenformen, aber wohl auch was die zugrunde liegende Motivation der Spender:innen betrifft. Der volle Umfang der Konsequenzen der COVID-19-Krise in

Österreich ist zu diesem Zeitpunkt noch nicht absehbar, aber bereits jetzt hat sie Einfluss auf das Leben der Österreicher:innen genommen. Es stellt sich nun die Frage, wie es in einer solchen Krisenzeit mit der Unterstützung anderer aussieht, wenn im Grunde die ganze Bevölkerung selbst Teil der Krise ist und Angst um die eigene finanzielle Sicherheit oder die gesundheitliche Entwicklung hat. Was genau bedeuten diese Veränderungen, ausgelöst durch eine Krise im eigenen Land, nun für das Spendenverhalten und die für das Sozialsystem so relevanten Organisationen, die in dem Nonprofit- und Wohltätigkeitssektor tätig sind?

Im Zuge des Forschungsprojektes soll somit vor dem theoretischen Hintergrund, der in weiterer Folge in Kapitel 2 präsentiert wird, die folgende Forschungsfrage untersucht werden:

1. Welche Auswirkungen hat eine landesübergreifende Krise, wie etwa die COVID-19-Pandemie, auf das Spendenverhalten der Österreicher:innen?

Da das Spendenverhalten und die Krise auch Einfluss auf die Entwicklungen der Nonprofit-Organisationen des Landes nehmen, soll zudem die folgende Frage beantwortet werden:

2. Welche Folgen haben die Auswirkungen der Krise für die Nonprofit-Organisationen Österreichs?

Die Beantwortung der aufgeworfenen Forschungsfragen soll mittels eines qualitativen Studiendesigns erfolgen, in dessen Rahmen Expert:inneninterviews durchgeführt werden. Diese Erhebungsmethode wurde gewählt, da angenommen wird, dass die interviewten Expert:innen durch ihre Position innerhalb des Nonprofit-Sektors über einen uneingeschränkten und exklusiven Zugang zu relevanten Informationen verfügen. Der reduzierte Umfang an bisherigen Forschungsergebnissen zu diesem aktuellen Thema ist ein weiteres Argument, das für einen qualitativen Forschungsansatz spricht, um offen an die Problemstellung heranzutreten. Das generierte Datenmaterial an Fakten soll schließlich nach Auswertung mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Gläser und Laudel neue Erkenntnisse betreffend den präsentierten Forschungsgegenstand liefern und Ansätze für künftige empirische Untersuchungen identifizieren.

1.3 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit

Im Rahmen dieses Forschungsprojekts soll also erforscht werden, wie und in welchem Ausmaß sich die Krise in Österreich, ausgelöst durch die COVID-19-Pandemie, auch auf den Nonprofit-Sektor ausgewirkt hat. Das Ziel ist es zum einen zu untersuchen, ob diese Auswirkungen in weiterer Folge auch das Spendenverhalten der Österreicher:innen verändert haben. Zum anderen soll diese empirische Arbeit herausfinden, welche Folgen die COVID-19-Pandemie für die Nonprofit-Organisationen in Österreich hatte und wie diese damit umgegangen sind. Es wird erwartet, dass die Expert:inneninterviews ein konsistentes Bild davon zeichnen werden und dahingehend nähere Einblicke geben können. Zum Abschluss soll sich die Situation vor und nach der COVID-19-Pandemie klarer darstellen und die Forschungsergebnisse anderen Organisationen dabei helfen, sich in Zukunft besser auf derartige Ausnahmesituationen einstellen zu können. Diese Arbeit soll außerdem Grundlage und Ansporn für weitere Forschung auf diesem Gebiet liefern können, der aufgrund des oft unterschätzten Stellenwerts dieses Sektors viele Jahre lang zu wenig Bedeutung beigemessen wurde.

Die vorliegende Arbeit wird in fünf Kapitel gegliedert. Zu Beginn wurde in der Einleitung der Forschungsgegenstand vorgestellt und die Relevanz des Forschungsgegenstands unterstrichen. Anschließend wurden die Problemstellung und die darauf aufbauenden Forschungsfragen dargelegt. Abgeschlossen wird die Einleitung mit der Zielsetzung und der Erläuterung des Aufbaus der Arbeit. In Kapitel 2 stellt die Auseinandersetzung mit dem theoretischen Hintergrund die Grundlage dieser empirischen Forschung dar. Der theoretische Teil fokussiert sich dabei zunächst auf die Präsentation der wichtigsten Begriffsdefinitionen und auf den Überblick betreffend den österreichischen Nonprofit-Sektor und dessen Organisationen. Darüber hinaus werden der österreichische Spendenmarkt, der aktuelle Forschungsstand und bisherige Forschungsergebnisse zum Spendenverhalten, prosozialem Verhalten in Ausnahmesituationen und dem Spendenverhalten zu vergangenen Krisenzeiten behandelt. Dem theoretischen Hintergrund schließen sich in Kapitel 3 die Ausführungen zum empirischen Forschungsprozess an. Diese erörtern das Studiendesign, das eingesetzte Erhebungsinstrument, die Definition des Samples sowie die Durchführung der Erhebung. Auch dem gewählten Auswertungsverfahren wird ein Abschnitt gewidmet und schließlich wird auf die zugrunde liegenden Gütekriterien qualitativer Forschung näher eingegangen. Kapitel 4 bietet die Interpretation und die Darstellung der finalen Ergebnisse dieser Studie, auf Basis der durchgeführten qualitativen Inhaltsanalyse. Darauf aufbauend werden am Ende von Kapitel 4 die definierten Forschungsfragen beantwortet. Die Arbeit wird durch Kapitel 5 abgeschlossen, welches

sowohl die Conclusio präsentiert als auch einen Ausblick anbietet. In der Conclusio erfolgt die Zusammenfassung der Ergebnisse sowie die Fusionierung mit dem theoretischen Hintergrund. Der Ausblick führt außerdem Implikationen für den Nonprofit-Sektor an und bietet Empfehlungen für weitere empirische Untersuchungen zu dem Forschungsthema an. Ebenso werden abschließend die Stärken und die Limitationen der vorliegenden Studie, im Sinne der qualitativen Gütekriterien, kritisch beleuchtet.

2 Theoretischer Hintergrund

Das folgende Kapitel befasst sich sowohl mit den Definitionen, die die Verständnisgrundlage des Forschungsprojekts bilden, als auch mit einem Überblick betreffend den österreichischen Nonprofit-Sektor und die österreichischen Nonprofit-Organisationen. Des Weiteren werden der österreichische Spendenmarkt, die bisherigen Forschungsergebnisse zum Spendenverhalten und der Forschungsstand zu prosozialem Verhalten in Ausnahmesituationen behandelt. Abschließend werden vorliegende Forschungsergebnisse zu Spendenverhalten in Krisenzeiten an den Beispielen Weltwirtschaftskrise 2008 und Tsunami-Flutkatastrophe 2004 präsentiert.

2.1 Definitionen

2.1.1 Der Begriff der Krise

Eine erste Deutung von Krisenzeit wurde bereits in den einleitenden Worten dieser Arbeit aus der Sicht von Reinhold und Lamnek (2000, S. 370) angeboten. Die beiden Autoren beschreiben sie als plötzliches Auftreten massiver Probleme, die nicht ohne größere Schwierigkeiten gelöst werden können. Hier ist nun anzumerken, dass nicht nur eine eindeutig formulierte Definition für eine Krise vorliegt und daher folgend eine weiterführende Bearbeitung der Begriffsbestimmung angeführt werden soll. Bei der Definition von Krisenzeit handelt sich um eine kontroverse und sensible Auslegung, die meist situationsabhängig ist. Die Dudenredaktion (www.duden.de, 2022) beispielsweise sieht darin eine Zeit, die den Höhe- und Wendepunkt einer gefährlichen Entwicklung oder auch einer direkten Gefährdung darstellt. Neumaier (2013 zitiert in Dijkzeul & Griesinger, 2020, S. 207) seinerseits sieht im Vorherrschen einer Krise eine kritische Situation, die auch als eine solche von den betroffenen Personen wahrgenommen wird, begleitet von spürbaren Belastungen. Das mögliche Handeln der Betroffenen reicht dabei nicht aus, den vorherrschenden Prozessen und Kräften Einhalt zu gebieten oder eben jene Situation wieder in eine positive zu wandeln, ohne die entsprechende Unterstützung oder das Eingreifen von anderen Personen. Es zeigt sich also, dass es sich um eine Situation, die subjektiv krisenhafte Aspekte aufweist, handelt und nicht um einen objektiven Sachverhalt, was Rückschlüsse auf die anfänglich erwähnte schwierige Definition erlaubt. Dennoch lässt sich für die vorliegende Forschungsarbeit zusammenfassen, dass diese genannten Aspekte einer Krise auf die Situation in Österreich, ausgelöst durch die COVID-19-Pandemie, zutreffen.

2.1.2 Der Begriff der Nonprofit-Organisation (NPO)

Der Nonprofit-Sektor und dessen Akteure nehmen in den letzten Jahren eine immer wichtigere Rolle im europäischen Raum ein. Sie haben Relevanz für die Gesellschaft, die Wirtschaft und auch die Kultur. Die relevanten Nonprofit-Organisationen selbst unterscheiden sich aber zum Teil dennoch hinsichtlich vieler Merkmale, wie der Aufgabenstellung, der Größe, der Rechtsform oder auch ihrer Organisation (Meyer & Simsa, 2013, S. 5). Begründet auf diesen vielfältigen unterschiedlichen Ausprägungen der Nonprofit-Organisationen findet sich in der Literatur keine eindeutig formulierte Definition dieser Organisationen. Die Forschung sieht hier vor, dass sich die gewählte Definition mit dem jeweiligen Forschungsgegenstand vereinbaren lässt und geeignet ist, um dessen Fragestellung zu beantworten. Vorgegangen wird hier zumeist mittels eines Merkmalkatalogs anhand dessen entschieden wird, ob eine Organisation als Nonprofit-Organisation eingestuft wird oder nicht. Diese Einordnung ist nicht immer eindeutig möglich und daher muss ein gewisser Rahmen geboten werden (Meyer & Simsa, 2013, S. 7).

Der Begriff Nonprofit-Organisation soll nun anhand der von Meyer und Simsa (2013, S. 8f.) angebotenen Merkmale für das angestrebte Forschungsprojekt definiert werden. Die gewählten Aspekte stimmen mit dem Nonprofit-Organisationsbegriff des Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project (CNP) überein. Dieses Projekt ist das weltweit größte systematische Projekt, das 1991 gestartet wurde, um in mittlerweile 45 Ländern den Umfang, die Struktur, die Finanzierung und die Rolle des Nonprofit-Sektors in diesen Ländern und rund um die Welt zu analysieren und zu vergleichen (www.ccss.jhu.edu, 2021). Der Umfang dieses Projekts und die Internationalisierung stellen die Validierung durch die Konsistenz der im Folgenden aufgezählten Merkmale von Nonprofit-Organisationen, mit einer großen Anzahl an weltweit durchgeführten Forschungsprojekten sicher.

- Ein Mindestmaß an formaler Organisation ist gegeben, was beinhaltet:
 - ein Mindestmaß an formalisierten Entscheidungsstrukturen/Verantwortlichkeiten,
 - langfristig orientiert,
 - Ziele, Struktur, Aktivitäten.
- Es handelt sich um private, nicht staatliche Organisationen, die keine Hoheitsgewalt ausüben, allerdings aber von öffentlicher finanzieller Unterstützung profitieren können.

- Nonprofit-Organisationen dürfen keine Gewinne an die Eigentümer:innen oder Mitglieder ausschütten (Non Distribution Constraint). Eine Gewinnerzielung an sich ist grundsätzlich möglich, aber diese Profite müssen in der Organisation verbleiben und zur Missionserfüllung, also dem vorgegebenen Unternehmenszweck, eingesetzt werden.
- Es muss ein Minimum an Selbstverwaltung und autonomen Entscheidungsstrukturen vorherrschen. Nonprofit-Organisationen sind kein Teil einer anderen Institution und haben die Besetzung der Entscheidungsgremien inne.
- Nonprofit-Organisationen weisen ein Mindestmaß an Freiwilligenarbeit auf.
 - Ehrenamtliche Arbeit/Freiwilligenarbeit in Nonprofit-Organisationen, sowohl in Form von ausführenden als auch leitenden Tätigkeiten.
 - Freiwillige Mitgliedschaft und freiwillige Spenden sind hier ebenfalls zu inkludieren.

Ergänzend anzuführen ist hier nun noch, dass sich auch die Intensität der genannten Merkmale bei den jeweiligen Nonprofit-Organisationen unterscheiden kann. Die schwierige Abgrenzung und Einteilung der Organisationen erklären zum Teil auch die große Anzahl an offiziellen Nonprofit-Organisationen (Meyer & Simsa, 2013, S. 9).

Das Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project definierte im International Classification of NPOs (ICNPO) auch eine Liste von Bereichen in denen Nonprofit-Organisationen tätig sind (Salamon & Anheier, 1996, S. 7). Es handelt sich um zwölf Gruppierungen, die zum Teil Unterbegriffe aufweisen und im Folgenden ausschnittsweise aufgelistet werden.

1. Kultur und Erholung (Kultur und Kunst, Sport, sonstige Freizeit- und Gesellschaftsvereine)
2. Bildung und Forschung
3. Gesundheit (Krankenhäuser und Rehabilitation, Pflegeheime, Psychische Gesundheit und Krisenintervention, Sonstige Gesundheitsdienstleistungen)
4. Soziale Dienstleistungen (Sozialdienste, Soforthilfe und Hilfe, Einkommensunterstützung und -unterhalt)
5. Umwelt- und Tierschutz
6. Entwicklung und Wohnung (Wirtschaftliche, soziale und gemeinschaftliche Entwicklung, Wohnungsbau, Beschäftigung und Ausbildung)

7. Recht, Beratung und Politik (Bürger- und Interessensorganisationen, Rechts- und Rechtsdienstleistungen, Politische Organisationen)
8. Philanthropische Vermittler und Voluntarismus-Förderung
9. Internationale Hilfe
10. Religion
11. Wirtschafts- und Berufsverbände, Gewerkschaften
12. Nicht klassifiziert

2.1.3 Der Begriff der Spende und deren Bedeutung für Nonprofit-Organisationen

Eine Spende definiert sich dadurch, dass eine Geld-, Sach- oder Dienstleistung (Zeitspende) freiwillig erbracht wird und dafür keine Gegenleistung erwartet wird und erfolgt, wodurch sie als rein vermögensbelastend einzustufen ist. Weiters sind diese Leistungen auf die Förderung eines bestimmten Zwecks ausgerichtet. Durch diese Definition werden somit Mitgliedsbeiträge und Sponsoring als Spenden ausgeschlossen. Unterschieden werden Spendenleistungen durch Privatpersonen oder Unternehmen und Zuwendungen von Stiftungen. Gesamthaft ergeben diese weltweit ungefähr 12,5 Prozent der Einnahmen von Nonprofit-Organisationen. Für das vorliegende Forschungsprojekt wird für den Begriff der Spende die obige Leistungsbeschreibung, erbracht von Privatpersonen, herangezogen. Diese Spenden von Privatpersonen machen ungefähr drei Viertel aller von Nonprofit-Organisationen lukrierten Spenden aus und sind somit von großer Bedeutung (Neumayr, Schober & Scheider, 2013, S. 471).

Dieser Abschnitt 2.1.3 konzentrierte sich im Sinne der Vermittlung der avisierten Verständnisgrundlage auf die oben angeführten kompakten Ausführungen. Ein weiterführender Überblick zu dem österreichischen Spendenmarkt und dessen Spezifika wird später in Abschnitt 2.3 angeboten.

Zuvor soll noch der folgende Abschnitt 2.2 dem/der Leser:in näherbringen, wie sich der im Fokus dieser Arbeit stehende österreichische Nonprofit-Sektor im Detail darstellt.

2.2 Der österreichische Nonprofit-Sektor

2.2.1 Der Dritte Sektor und seine Besonderheiten

Häufig wird die Gesamtheit aller Nonprofit-Organisationen auch als der Dritte Sektor bezeichnet, um sie dadurch von den Sektoren Markt und Staat zu unterscheiden. Die Einordnung einer Organisation in den Dritten Sektor erfolgt dann häufig aufgrund des Ausschlusses aus den anderen beiden Sektoren. Nonprofit-Organisationen sind ebenfalls auf Märkten tätig oder übernehmen eine Vielzahl an öffentlichen Aufgaben, sind aber keine Wirtschaftsorganisation oder Organisation der öffentlichen Hand und daher separat einzuordnen. Hinzu kommt das Charakteristikum der Gemeinnützigkeit und der Orientierung an nicht monetären Zielen, was eine Zuordnung in einen eigenen Sektor notwendig macht. Den Organisationen des Dritten Sektors wird außerdem eine Vermittlungsfähigkeit zwischen verschiedenen Welten zugesprochen und ihre wichtige Rolle in der Zivilgesellschaft, in der es darum geht, gemeinnütziges Engagement zu unterstützen und so unter anderem Engagement und soziale Gerechtigkeit zu fördern. In diesem Zusammenhang sollte angemerkt werden, dass es zwischen dem Nonprofit-Sektor und dem öffentlichen Sektor zu Verschränkungen unterschiedlichster Natur, wie etwa juristischer oder finanzieller Art kommen kann, auch wenn eine Nonprofit-Organisation per hier vorgelegter Definition eine private Organisation zu sein hat (Meyer & Simsa, 2013, S. 9f.).

Die Rolle der Nonprofit-Organisationen fußt in Österreich auf einer langjährigen Tradition mit ihren sozialgeschichtlichen Wurzeln im 19. Jahrhundert. Während dieser Zeit entstanden einige unmittelbare Vorläuferorganisationen der heutigen Nonprofit-Organisationen. Dies ist ein wichtiger Faktor, da diese Tradition die Position des Nonprofit-Sektors auch in unserer heutigen Gesellschaft mitgeprägt hat und mitunter deren Funktion und Arbeitsweise begründet (Pennerstorfer, Schneider & Badelt, 2013, S. 55). Nonprofit-Organisationen erfüllen darauf aufbauend unterschiedlichste Funktionen in der Gesellschaft, zu welchen vor allem die Dienstleistungsfunktion, die Interessensvertretung und die Gemeinschaftsbildung zählen. Vor allem im Zusammenhang mit der Ausübung der ersten beiden Begriffe, ergeben sich relevante Verbindungen mit dem staatlichen Sektor. Da sich in der Vergangenheit häufig der Erfolg dieser Zusammenarbeit gezeigt hat, werden hier laufend neue Ideen verfolgt und zukünftig mögliche Kooperationen untersucht, was die wichtige Position der Nonprofit-Organisationen unterstreicht (Pennerstorfer et al., 2013, S. 60).

2.2.2 Die Finanzierung von Nonprofit-Organisationen

Österreichische Nonprofit-Organisationen erhalten den Großteil ihrer Einnahmen aus leistungsbezogenen Zahlungen der öffentlichen Hand, Umsatzerlösen, Subventionen und Spenden (Pennerstorfer et al., 2013, S. 67). Vor allem Spenden und Subventionen der öffentlichen Hand stellen allerdings einen diskontinuierlichen Zufluss an Einnahmen dar und machen eine Finanzplanung oft sehr schwer. Das Finanzmanagement der Nonprofit-Organisationen und deren Informationspflichten sind folglich ein herausfordernder Bereich. Häufig sind Nonprofit-Organisationen bei der Aufbringung der notwendigen finanziellen Mittel von Hauptunterstützern abhängig, was bei Veränderungen auf deren Seite zu großen Problemen auch für das Leistungsangebot führen kann. An erster Stelle steht für Nonprofit-Organisationen grundsätzlich die hohe Identifikation mit ihrer Mission und dies gilt auch für finanzielle Entscheidungen (Littich & Schober, 2013, S. 289).

Zu den Ausgaben der Nonprofit-Organisationen zählen projektbezogene und projektunabhängige Ausgaben. Einnahmen können sich aus der Philanthropie, der öffentlichen Hand, den Leistungsentgelten, den Mitgliedsbeiträgen, den kommerziellen Aktivitäten, die nicht auf die Mission ausgerichtet sind, und bestehendem Kapitalvermögen ergeben (Littich & Schober, 2013, S. 291).

2.2.3 Der NPO-Unterstützungsfonds

Die vorangegangene kurze Einführung betreffend die Finanzierung von Nonprofit-Organisationen hat gezeigt, wie schwierig und auch anfällig dieser Organisationsbereich sein kann, vor allem in Zeiten der Veränderung oder Krisenzeiten. So kam es, dass im Zuge der COVID-19-Pandemie zum Ende des zweiten Quartals des Jahres 2020 der NPO-Unterstützungsfonds von der österreichischen Bundesregierung ins Leben gerufen wurde. Sie begründete ihre Entscheidung mit der Betroffenheit durch die Pandemie und den unverzichtbaren Leistungen, die die Nonprofit-Organisationen für die österreichische Gesellschaft erbringen (npo-fonds.at, 19.12.2021). Zur Zielgruppe zählten gemeinnützige Organisationen aus allen Bereichen, Freiwillige Feuerwehren und auch gesetzlich anerkannte Religionsgemeinschaften und Kirchen. Der Fonds weist ein Gesamtvolumen von 750 Millionen Euro auf und die dritte Förderphase endete mit Ende Juni 2021. Bis dahin wurden insgesamt über 50.000 Anträge gestellt und bis Mitte November erfolgten über 47.000 Zusagen an ungefähr 23.000 Organisationen, was in etwa 675 Millionen Euro entspricht.

Zusammenkünfte einer großen Anzahl relevanter Stakeholder:innen aus dem Nonprofit-Sektor, wie beispielsweise Vertreter:innen der IGO oder auch des Instituts für Nonprofit-Management der Wirtschaftsuniversität Wien, bei denen über die Notwendigkeit dieses Aushilfsfonds und den Auswirkungen der Krise auf den Nonprofit-Sektor gesprochen wird, unterstreichen die Relevanz des Themas und der Unterstützungsleistungen (gemeinnuetzig.at, 19.12.2021). So wurde mit Ende des Jahres 2021 eine weitere Förderungsphase angekündigt, die das vierte Quartal 2021 sowie das erste Quartal 2022 mit einschließen sollte. Für diese nächste Phase wurden einige wichtige Anpassungen vorgenommen und Anträge sollten frühestens ab Februar 2022 möglich sein. Dennoch gibt es Forderungen von Seiten der Nonprofit-Organisationen, denen nicht nachgekommen wurde. Darunter fällt auch die seit Oktober 2020 nicht mehr mögliche Inanspruchnahme der Kurzarbeitsförderung für Nonprofit-Organisationen, da diese aus Sicht des österreichischen Arbeitsmarktservices nicht am wirtschaftlichen Leben teilnehmen (gemeinnuetzig.at, 19.12.2021).

Das Bündnis für Gemeinnützigkeit führte nach Bekanntwerden der Verlängerung eine kurzfristige Umfrage unter den Nonprofit-Organisationen durch, um sowohl den Bedarf der Unterstützungsleistungen als auch die entsprechenden Ursachen erfassen zu können. 121 Personen nahmen daran teil und lieferten die folgenden Ergebnisse. Annähernd 72 Prozent erwarteten einen Rückgang der Einnahmen im vierten Quartal 2021 im Vergleich zum vierten Quartal 2019 und die Hälfte davon schätzten diesen Rückgang entweder auf unter 20 Prozent oder zwischen 20 und 40 Prozent. Als die wesentlichsten Gründe wurden weniger betriebliche Einnahmen, weniger Spenden und Mitgliedsbeiträge sowie weniger Förderungen genannt. Im Jahr 2020 hatte die Mehrheit Zahlungen aus dem NPO-Unterstützungsfonds erhalten, im Jahr 2021 zeigte sich jedoch ein umgekehrtes Bild (gemeinnuetzig.at, 07.02.2022).

2.2.4 Impact und Wirkungsanalyse von Nonprofit-Organisationen

Grünhaus und Rauscher (2021, S. 1ff.) unterstreichen in ihrer Arbeit die Bedeutung von Impact und Wirkungsanalyse für Nonprofit-Organisationen. Dabei geht es um die Wirkung, die diese Organisationen im Zuge ihrer Leistungserstellung auf gesellschaftlicher Ebene erzielen, um die Basis für gesellschaftlichen Mehrwert zu schaffen. Sie widmen sich diesen Themen, da Social Impact Measurement, der englische Begriff für Wirkungsmessung, immer wichtiger wird, vor allem für Nonprofit-Organisationen. Diese Entwicklung fußt zum einen auf der steigenden Professionalisierung und organisationalen Weiterentwicklung der österreichischen Nonprofit-Organisationen und zum anderen darauf,

dass die Vergabe öffentlicher Mittel in einer steigenden Anzahl von Fällen anhand der Wirkungsorientierung erfolgt. Wie bereits erwähnt, kommt es nicht selten zu einer Zusammenarbeit dieser Organisationen mit dem öffentlichen Sektor, wobei die Nonprofit-Organisationen für die Bereitstellung der oftmals öffentlichen Güter sorgen. In diesem Zusammenhang müssen sie auch zunehmend ihre Wirksamkeit nachweisen. Für Nonprofit-Organisationen wird es also auch immer wichtiger effizient und leistungsorientiert zu agieren und dies schließt Wirkungsorientierung mit ein.

Der Abschnitt zur Finanzierung von Nonprofit-Organisationen hat gezeigt, dass bei diesen die Missionserfüllung im Vordergrund steht und daher das wirkungsorientierte Denken und diesem folgendes Steuern ein funktionierender Managementansatz sein kann. Steigende Bedeutung gewinnt die Wirkungsanalyse auch dadurch, dass Financiers vermehrt wissen und sehen wollen, was mit ihren finanziellen Beiträgen passiert und vor allem was diese bewirken. Wie die noch folgenden Erläuterungen zum Spendenmarkt zeigen werden, werden die untersuchten Spendenmotive immer stärker davon bestimmt, dass die Spender:innen auf wirkungsbezogene Aspekte achten, wie der Mission der Nonprofit-Organisation, dem zielgerichteten Ankommen der Spendenleistung, der Reputation der Organisation und der Wirksamkeit der Spende. Financiers wollen etwas bewegen und mit einer entsprechenden Wirkungsanalyse und folgender Kommunikation lässt sich dies beweisen und ihr Vertrauen gewinnen.

Der Erfolg von Nonprofit-Organisationen lässt sich oft schwerer nach außen tragen, auch dadurch bedingt, dass dieser in letzter Instanz durch das Erreichen der Mission entsteht und dies sich schwerer quantifizieren und bewerten lässt. Trotz allem müssen Nonprofit-Organisationen daran arbeiten, ihre Leistungen und die darauf aufbauende Wirkung nachzuweisen, um dem steigenden Wettbewerb auf dem Nonprofit-Sektor standhalten zu können und ihre Relevanz für die Gesellschaft zu unterstreichen. Dies zeigt sich auch dadurch, dass Effizienz bei Nonprofit-Organisationen in bedeutendem Ausmaß durch die wahrgenommene Wirkung bei deren Stakeholder:innen definiert wird und sie bei der Beurteilung ihrer Leistung neben einer großen Anzahl an nichtfinanziellen Kriterien vor allem auch ihre gesellschaftliche Daseinsberechtigung bewerten. Wie bereits kurz angeführt, entfaltet sich Wirkung aus der vorgelagerten Leistungserstellung und diese wird aktuell von einem Großteil der Nonprofit-Organisationen im Rahmen der Jahresberichte, die oftmals auch Leistungsberichte darstellen, nach außen kommuniziert. Leistungen stellen allerdings nur einen Teil der Missionserfüllung dar und daher sollten Wirkungsanalysen und -kommunikation von den Organisationen forciert und angestrebt werden.

Grünhaus und Rauscher (2021, S. 7ff.) definieren in ihren Ausführungen Wirkungen als positive oder aber auch negative Veränderungen, die sich in der Umwelt an betroffenen

oder begünstigten Personen zeigen, die eine Leistung einer Nonprofit-Organisation konsumiert haben. Tatsächlich geschaffener gesellschaftlicher Mehrwert kann also nur durch eine umfassende Wirkungsanalyse dargelegt werden. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass Wirkungen zu Beginn immer unbewertet auftreten und sich ihr Wert, ob positiv oder negativ, erst durch die Berücksichtigung im Zusammenhang mit gesellschaftlichen und organisationalen Zielen oder kollektiven Bedürfnissen zeigt. Auf diesen Einschätzungen bauen folglich die Bewertung und die Erfolgseinschätzung betreffend die Mission der Nonprofit-Organisation auf. Für Nonprofit-Organisationen bilden also folgende Faktoren den Rahmen für die Bewertung der Wirkungen: gesellschaftliche Grundwerte und Ziele sowie individuelle, universelle Bedürfnisse. Aufbauend auf der Impact- und Wirkungsanalyse ist die Kommunikation von entscheidender Bedeutung, um die Sichtbarkeit sicherzustellen. Daher sollte sie kompetent und gewissenhaft gewährleistet werden (Grünhaus & Rauscher, 2021, S. 54ff.).

Zwei Aspekte gilt es davor zu definieren: zum einen den Zweck der Wirkungsanalyse und der Kommunikation und zum anderen die Zielgruppe, die sich zumeist aus dem Zweck der Analyse ableiten lässt. Den Zweck der Wirkungsanalyse und der Kommunikation können entweder die Legitimierung, die Kontrollfunktion, der Erkenntnisgewinn, die Dialogfunktion oder die Positionierung beschreiben. Bei der Zielgruppe gilt es diese von der Gruppe der Stakeholder:innen zu unterscheiden und sie kann unter anderem die Leistungsempfänger:innen oder auch die Financiers umschreiben. Neben der Ansprache dieser beiden Gruppen kann sich die Kommunikation aber auch für das Employer Branding nutzen lassen, welches für Nonprofit-Organisationen aktuell an Bedeutung gewinnt. Der Umfang der Wirkungskommunikation kann sich auf der einen Seite an einer einzelnen Wirkung orientieren, die von gegenwärtiger Bedeutung für losgelöste Bedürfnisse oder Ziele ist oder auf der anderen Seite einen akkumulierten Überblick über die Wirkungen und deren gesellschaftlichen Mehrwert darstellen.

Grünhaus und Rauscher (2021, S. 77f.) konkludieren am Ende ihrer Arbeit, dass gerade Nonprofit-Organisationen im Zuge ihrer Missionen danach streben, Wirkungen bei Individuen und der gesamten Gesellschaft zu erzielen. Daher sei für diese die aktuelle Entwicklung hin zur Messung und Kommunikation von Wirkungen von besonderer Relevanz. Wirkungen können dabei auf unterschiedlichsten Wegen identifiziert, analysiert bewertet und in weiterer Folge kommuniziert werden. Grundlegend ist für den gesamten Prozess zu Beginn eine Stakeholder-basierte Analyse, auf deren Ergebnissen ein entsprechendes Umsetzungskonzept und eine Darstellungs- und Kommunikationsstrategie entwickelt wird, die die Ansprüche der Nonprofit-Organisation, deren Stakeholder:innen und der Zielgruppen erfüllen.

2.2.5 Aktuelle Entwicklung am österreichischen Nonprofit-Sektor

Statistische Daten betreffend den Nonprofit-Sektor in Österreich lagen viele Jahre lang leider nur bruchstückhaft vor. Zum einen lag dies an den geringen Berichtspflichten für Vereine, welche einen Großteil der Nonprofit-Organisationen ausmachen und zum anderen daran, dass auch die übrigen Organisationen die notwendigen Schwellenwerte nicht erreichten. Allgemein gesprochen bewegten sich aber Nonprofit-Organisationen bis vor einigen Jahren auch nicht im Zentrum der Aufmerksamkeit, was geringe Forschungsinitiativen und fehlende Daten zur Folge hatte. Wirkliches Interesse löste erst eine andere Krise der letzten Jahre aus, die Flüchtlingskrise, welche die Nonprofit-Organisationen etwas in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit rücken ließ. Seitdem kam es laufend zu statistischen Verbesserungen und auch ein österreichisches Nonprofit Satellitenkonto war im Gespräch, um die Leistungen des Nonprofit-Sektors vollständiger erfassen zu können (Pennerstorfer, 2016, S. 8).

Der Spendenguide 2020/21 (Fundraising Verband Austria, 2020a, S. 8f.) liefert hier nun mittlerweile eine größere Anzahl an Daten und ermöglicht so einen Überblick über den Nonprofit-Sektor in Österreich zu dem Gesamtjahr 2019. Diese Zahlen und Fakten sollen in der folgenden Tabelle 2 übersichtlich dem/der Leser:in dargestellt werden.

Tabelle 2: Nonprofit-Sektor Österreich 2019

Sachspenden	<ul style="list-style-type: none"> • 35.000 Tonnen Altkleider • 350.000 Blutspenden • EUR 3,4 Mio. IT-Spenden • 2.400 Tonnen Lebensmittel/Hygieneartikel
Dafür spendeten Österreicher:innen	<ol style="list-style-type: none"> 1. 23% Kinder 2. 21% Tiere 3. 17% Katastrophenhilfe im Inland 4. 16% Obdachlose/Bettler:innen 5. 11% sozial Benachteiligte 6. 12% Sonstige
Wirtschaftsleistung	<ul style="list-style-type: none"> • EUR 6 Mrd. Wertschöpfung durch Erwerbstätige (rd. 2% der Bruttowertschöpfung) • EUR 15 Mrd. Wertschöpfung durch Erwerbstätige/Freiwillige (rd. 4,5% der Bruttowertschöpfung)
Beschäftigungszahlen	<ul style="list-style-type: none"> • 250.000 erwerbstätig Beschäftigte (4,26 Mio. gesamt in Österreich)

	<ul style="list-style-type: none"> • 2,3 Mio. freiwillig engagierte Menschen (formell) • 3,5 Mio. freiwillig engagierte Menschen (formell + informell) • 9,2 Mio. freiwillig geleistete Arbeitsstunden pro Woche (formell) • 14 Mio. freiwillig geleistete Arbeitsstunden pro Woche (formell + informell)
Spendenbegünstigte Einrichtungen nach Tätigkeitsfeldern	<ul style="list-style-type: none"> • 4.507 Freiwillige Feuerwehren • 872 Soziales und Sammelvereine • 179 Forschung • 110 Im Gesetz genannte Einrichtungen • 38 Kunst und Kultur • 36 Naturschutz und Tierheime
Organisationsformen innerhalb des Nonprofit-Sektors	<ul style="list-style-type: none"> • 123.701 Vereine • 745 Gemeinnützige Stiftungen • 285 Gemeinnützige GmbHs

Quelle: Fundraising Verband Austria (2020a, S. 8f.)

Das Datenmaterial in Tabelle 2 repräsentiert die wirtschaftliche und soziale Bedeutung des Dritten Sektors und seiner Organisationen, denn eine Wirtschaftsleistung im Milliarden-Bereich und Beschäftigungszahlen in Millionen-Höhe unterstreichen diese Position. Außerdem zeigt es den immensen Willen der Bevölkerung Bedürftige zu unterstützen, ob durch Sachspenden oder persönliches Engagement. Beides wird hier durch hohe Spendenzahlen deutlich und steht wiederum dafür, wie wichtig es ist, dass es Nonprofit-Organisationen gibt. Die Organisationen sorgen für die Verteilung der Spenden und dafür, dass dieser Wille nie erlischt und immer wieder verstärkt wird. Besonders Kinder und Tiere, also diejenigen unter den Bedürftigen, die sich meist nicht selbst helfen können, stehen im Fokus der Spender:innen. Die hohe Anzahl an Vereinen bringt zum Ausdruck, wie wichtig es den Menschen ist, sich zusammenzuschließen und gemeinsam in einer Organisationsform aktiv zu werden. Vergleicht man die rund 4.500 Freiwilligen Feuerwehren mit der Anzahl an österreichischen Ortschaften von knapp über 17.000 (statistik.at, 12.05.2022), dann ist mindestens jeder dritten Ortschaft eine eigene Feuerwehr zuzuschreiben. Ein ebenso ausdrucksstarker Wert, der für den Nonprofit-Sektor spricht.

Dieser Abschnitt 2.2 zeigt die Relevanz des Nonprofit- und Wohltätigkeitssektors für Österreich auf, aber auch den Stellenwert der Spendeneinnahmen für diesen Sektor. Daher

soll im folgenden Abschnitt auf den österreichischen Spendenmarkt, dessen aktuelle Entwicklung und verfügbare Kennzahlen näher eingegangen werden.

2.3 Der österreichische Spendenmarkt

Die Erforschung des Spendenwesens steckt noch in ihren Anfängen und wird aus unterschiedlichen Sichtpunkten betrachtet. Der Marketingbereich, die Sozialpsychologie, die Psychologie, die Soziologie wie auch die Volkswirtschaft untersuchen die unterschiedlichsten Aspekte des Spendenmarkts, um an der Erklärung des Spendenverhaltens zu arbeiten. Den Spenden von Privatpersonen wird hier besondere Aufmerksamkeit geschenkt, da diese den Großteil der Spendeneinnahmen ausmachen. Die Informationen werden dabei sowohl durch Befragungen der Bevölkerung und der Nonprofit-Organisationen als auch den vorliegenden Steuerdaten gewonnen. Internationale Forschungsergebnisse zu nationalen Unterschieden am Spendenmarkt und den Einfluss unterschiedlichster Kontextfaktoren, wie Gesetzgebung oder Krisensituationen liegen allerdings nach Neumayr et al. (2013, S. 472) in äußerst reduziertem Umfang vor.

Der Anteil der erwachsenen Bevölkerung, der innerhalb eines Jahres eine Spende tätigt, bestimmt die Spendenbeteiligung eines Landes. Dieser Wert liegt in Österreich bei ungefähr 65 Prozent bis 70 Prozent, was Österreich im internationalen Vergleich eine sehr gute Position einbringt. Bestimmte Faktoren bestimmen zumeist, ob Personen Spendenfreudigkeit aufweisen oder nicht, dazu zählen unter anderem das Alter und der formale Bildungsstand (Neumayr et al., 2013, S. 472f.). Auf diese Faktoren wird in Abschnitt 2.4. zu dem theoretischen Hintergrund des Spendenverhaltens näher eingegangen.

Aktuelles Datenmaterial liefern Berichte und Studien, die von einzelnen Organisationen durchgeführt oder in Auftrag gegeben wurden. Darunter fallen der jährliche Spendenbericht des Fundraising Verband Österreich, eine Studie betreffend Neuspender:innen oder auch Kennzahlen wie der Civil Society Index und der Spendenindex. Auf diese vorliegenden Daten wird im Folgenden nun näher eingegangen.

2.3.1 Spendenbericht 2021

Der Fundraising Verband Österreich (2021, S. 3ff.) fasst in seinem Spendenbericht 2021 die aktuellen Entwicklungen aus dem Jahr 2021 auf dem österreichischen Spendenmarkt zusammen und diese sollen nun auszugsweise vorgestellt werden. Das Spendenvolumen wird für das Jahr 2021 auf EUR 850 Millionen Euro geschätzt, wobei man sich an den EUR 810 Millionen aus dem Jahr 2020 orientierte und, trotz der COVID-19-Pandemie, einen weiteren Anstieg von 5 Prozent kalkulierte. Die Summe ergibt sich aus den

Spendenleistungen von durchschnittlich etwa 6,3 Millionen Menschen, die im Durchschnitt EUR 114,00 pro Person spendeten. Als treibende Faktoren hinter der positiven Entwicklung am Spendenmarkt sieht der Fundraising Verband Österreich die steigende Professionalisierung des Nonprofit-Sektors, die ebenfalls steigende Zahl der hauptamtlichen Mitarbeiter:innen von Nonprofit-Organisationen und die Internationalisierung. 80 Prozent aller Spenden leisten Privatpersonen und als beliebteste Spendenthemen werden die Themen Tiere, Kinder, Katastrophenhilfe im Inland sowie Obdachlose und Bettler:innen angeführt. Acht von zehn Spender:innen sind über 60 Jahre alt, betrachtet man das Alter als relevanten Faktor der Spendenfreudigkeit.

Die folgenden Beweggründe werden als vorrangige Spendenmotive genannt: die Mission der Nonprofit-Organisation, die Sympathie gegenüber der Nonprofit-Organisation, das Bedürfnisbewusstsein anderer, bewegende Einzelschicksale, das zielgerichtete Ankommen der Spendenleistung, Solidarität und ein überzeugender, zielgerichteter Spendenaufruf. Betrachtet man die Daten aus Sicht des Fundraisings dann wurden mit 1 Euro Einsatz auf Seiten des Fundraisings durchschnittlich 5 Euro an Spenden eingeworben und neben einem Zuwachs der Online-Spenden hält sich der klassische Zahlschein beziehungsweise der Spendenbrief dabei als beliebtester Spendenweg der Österreicher:innen. Der Spendenbericht führt auch die Argumente der Personen an, die angeben nicht zu spenden. Darunter fallen unter anderem die eigene finanzielle Belastung, Belästigung durch Spendenaufrufe und Sparsamkeit aufgrund der Krise (Fundraising Verband Austria, 2021, S. 3ff.).

Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Nonprofit-Sektor zeigen sich an mehreren Enden. 92 Prozent der österreichischen Nonprofit-Organisationen gaben an, davon betroffen zu sein und ein Fünftel davon erlebte negative Auswirkungen auf die Liquidität. In ihrem Arbeitsalltag mussten die Organisationen eine Umstellung der Arbeitsweise ihrer Mitarbeiter:innen vornehmen und 91 Prozent entschieden sich dazu, vermehrt digitale Instrumente bei der Spendenakquise einzusetzen (Fundraising Verband Austria, 2020b, S. 7).

Für den Anstieg des Spendenvolumens zeichnen sich auch Neuspender:innen verantwortlich, daher wird in den nun folgenden Ausführungen auf eine Studie betreffend Neuspender:innen in Österreich näher eingegangen.

2.3.2 Neuspender:innen

Ein wichtiger Faktor für den österreichischen Spendenmarkt sind die jährlich gewonnenen Neuspender:innen. Die Fundraising Agentur Fundoffice (2020, S. 1ff.) führte daher eine Studie über einen Zeitraum von neun Jahren, zwischen den Jahren 2011 und 2020 durch, um diese Entwicklung in Österreich genauer analysieren zu können. Das Ende der Studie schloss somit bereits den Beginn der COVID-19-Pandemie mit ein. An der repräsentativen Befragung beteiligten sich 24 Nonprofit-Organisationen, die alle zu den 50 größten Organisationen Österreichs zählen. Die Ergebnisse lassen sich in die folgenden fünf Kernaussagen zusammenfassen.

1. Die Anzahl der Neuspender:innen war über den Untersuchungszeitraum hinweg bis zum Jahr 2019 gesehen rückläufig, stieg aber mit dem Jahr 2020, dem ersten Jahr der COVID-19-Pandemie, wieder an und belief sich in diesem Jahr auf gerundet 220.000 Personen.
2. Ausnahmen zu den rückläufigen Jahren boten die Jahre 2011, 2015 und wie bereits genannt 2020, in denen es zu Krisen oder auch Katastrophen kam. In diesen Jahren stiegen die Neuspender:innen im Vergleich zum Vorjahr jeweils an,.
3. Das Direct Mailing ist mit 52 Prozent als das stärkste Instrument zur Gewinnung von Neukund:innen einzustufen und hat im Jahr 2020 nochmal mehr an Bedeutung gewonnen.
4. Der Stellenwert der Online-Neuspender:innen-Gewinnung ist 2020 stark angestiegen. Ein Trend, der sich bereits im Jahr 2019 abgezeichnet hatte, dem damals aber noch wenige Nonprofit-Organisationen gefolgt sind oder ressourcenbedingt nicht folgen konnten.
5. Im Jahr 2020 war es als Nonprofit-Organisation besonders wichtig differenziert im Fundraising zu agieren und drei bis fünf Instrumente zur Neuspender:innen-Gewinnung einzusetzen. Eines der bis dahin für viele Organisationen wichtigsten Instrumente, das Face-to-Face-Fundraising, musste aufgrund der beginnenden Pandemie rapide gestoppt werden, konnte für einen gewissen Zeitraum nicht mehr eingesetzt und musste mit Hilfe anderer Instrumente ersetzt werden.

Auch wenn diese Studie nur auf Ergebnisse betreffend Neuspender:innen ausgerichtet war, so liefern ihre Ergebnisse dennoch Indikatoren betreffend die gesamthafte Entwicklung des österreichischen Spendenmarktes.

2.3.3 Civil Society Index und Spendenindex

Zwei verfügbare Kennzahlen, die sich auch die Nonprofit-Organisationen selbst zunutze machen können, betreffend die aktuelle Situation des österreichischen Spendenmarktes, sind der Civil Society Index und der Spendenindex, die nun beide detaillierter erläutert werden.

Der Civil Society Index wurde im März 2019 zum zweiten Mal nach 2014 im Rahmen einer repräsentativen Studie erfasst (gemeinnuetzig.at, 19.12.2021). Ziel war es herauszufinden, wie die österreichische Bevölkerung über Nonprofit-Organisationen denkt. Dazu wurden im Rahmen der Erhebung 400 Personen ab einem Alter von 18 Jahren mittels kombinierter Online-Interviews und telefonischer CATI-Erhebung befragt. Die Teilnehmer:innen entsprachen in ihrer Zusammensetzung in quotierten und nicht quotierten Merkmalen der österreichischen Bevölkerung ab 18 Jahren, um deren Gedanken und die Wahrnehmung der Organisationen repräsentativ wiederzugeben. Um dies wissenschaftlich erfassen zu können, wurden die folgenden Aspekte untersucht:

- Der Wissensstand zu Nonprofit-Organisationen
- Spontane Assoziationen
- Einschätzung des Stellenwerts für die Gesellschaft
- Wichtige Wirkungsbereiche
- Persönliche Wahrnehmung
- Einschätzung der Entwicklung der Bedeutung von Nonprofit-Organisationen
- Zukünftige Unterstützung von Nonprofit-Organisationen

Die Ergebnisse zeigten, dass 59 Prozent der Befragten gut oder sogar sehr gut über Nonprofit-Organisationen Bescheid wissen. Vor allem Personen, die über einen Pflichtschulabschluss als höchste abgeschlossene Ausbildung verfügen oder jene, die auf dem Land wohnen, zählen nicht zu diesen 59 Prozent. Hier zeigen sich also Unterschiede begründet durch den Bildungsstand.

Als herausstechende spontane Assoziationen sind zu nennen: Helfen und Hilfe leisten, aber auch fehlende Gewinnorientierung, Freiwilligkeit und Ehrenamt. Interessant ist auch, dass die Teilnehmer:innen vor allem bekannte Nonprofit-Organisationen damit assoziieren und deren Namen anführen, wie beispielsweise Caritas oder auch die Freiwillige Feuerwehr. Negative Assoziationen werden mit einem Wert von drei Prozent nur selten genannt und darunter fallen Formulierungen wie Schnorrer, weltfremd oder unklare Finanzverhältnisse.

Zusammengenommen 80 Prozent der Österreicher:innen schätzen den Stellenwert für die Gesellschaft hoch oder sehr hoch ein. Hier lässt sich auch eine Verbindung betreffend den Wissensstand herstellen, denn je besser der Wissensstand der Befragten war, desto höher ihre Einschätzung betreffend den Stellenwert. Bei dieser Einschätzung zeigen sich Unterschiede im Geschlecht, dem Alter und dem Bildungsstand. Vor allem bei Frauen, Menschen über 50 Jahren und einem hohen Bildungsstand kam es zu einer hohen Bewertung. Jüngere Menschen bis 29 Jahre schätzen den Stellenwert mitunter als nicht hoch ein, hier entschieden sich nur knapp unter 70 Prozent für hoch oder nicht hoch. An der Akquirierung dieser Bevölkerungsgruppe müssen die Nonprofit-Organisationen somit pro-aktiv arbeiten.

Als die wichtigsten Wirkungsbereiche werden Gesundheit, soziale Dienste, Familie, Kinder und Jugend, Menschenrechte und Integration sowie Umwelt und Tiere genannt. Mit ihrer persönlichen Wahrnehmung stimmen 90 Prozent aller Befragten zu, dass Nonprofit-Organisationen einen entscheidenden Beitrag für unsere Gesellschaft leisten und für knapp 75 Prozent sind diese Organisationen heute wichtiger als je zuvor. Wie bei den Assoziationen sind auch in diesem Bereich negative Stimmen nur von weniger als der Hälfte zu vernehmen. Diese geben an, dass Nonprofit-Organisationen generell in letzter Zeit an Ansehen verloren haben und ein Fünftel denkt, dass sie nur dazu dienen, sich am Leid anderer zu bereichern. Einen zukünftigen Anstieg der Bedeutung der Nonprofit-Organisationen erwarteten im Jahr 2019 nur 45 Prozent der Österreicher:innen und wiederum waren es vor allem die Teilnehmer:innen mit hohem Wissensstand, die hier von einem Anstieg ausgehen. Anzumerken ist bei dieser Einschätzung, dass damals natürlich noch niemand wissen konnte, dass die COVID-19-Pandemie ziemlich genau ein Jahr später ihren Anfang nehmen und eine andauernde Krise auslösen würde.

Was bereits 2019 befürwortet wurde war die staatliche Unterstützung der Nonprofit-Organisationen, wie beispielsweise durch steuerliche Begünstigungen und direkte Förderungen. Gleichzeitig sprachen sich die Teilnehmer:innen aber auch für genaue Kontrollen der Organisationen aus. Die Hälfte der Österreicher:innen unterstützt außerdem eine stärkere Einbindung der Nonprofit-Organisationen in politische Entscheidungen ([gemeinnuetzig.at](https://www.gemeinnuetzig.at), 19.12.2021). Diese Resultate unterstreichen die in vorherigen Abschnitten bereits beschriebene aktuelle Situation des Dritten Sektors in diesem Zusammenhang.

Der Spendenindex wird von der Fullservice-Agentur Direct Mind ermittelt und repräsentiert die Spendeneinnahmen und deren Entwicklung für die teilnehmenden

Organisationen (www.directmind.at, 13.01.2022). Bei der Berechnung entspricht die Indexlinie von 100 den Spendeneinnahmen eines durchschnittlichen Monats. Für jede Organisation errechnet sich dieser Durchschnitt aus den monatlichen Spenden der vergangenen Jahre, unter Anwendung der Extremwert-Glättung. Liegt der aktuelle Wert in einem Monat über 100, dann gab es in diesem Monat mehr Spenden als in einem durchschnittlichen Monat und umgekehrt bei einem Wert von unter 100. Dieser aktuelle Drei-Jahres-Durchschnitt ist der Referenzwert, auch die Eichung genannt. Der Gesamt-Index vermittelt einen aussagekräftigen Marktüberblick und die Teilbereiche sind nach Spenthemen gruppiert und erleichtern so die Vergleichbarkeit. Der Index umfasst aktuell ein Jahresspendenvolumen von ungefähr 120 Millionen Euro. Die Spendeneinnahmen von momentan 36 Nonprofit-Organisationen werden dabei mit Hilfe des Spendenindex abgebildet und dazu zählen unter anderem Licht für die Welt, Ärzte ohne Grenzen oder auch Vier Pfoten und der WWF. Für Dezember 2021 beispielsweise zeigte der Index Rekordwerte an, darunter auch die Bereiche Humanitär und International.

Beide Kennzahlen stellen also eine Indikation für den Status des Nonprofit-Sektors und die Gedanken der Spender:innen sowie für die Entwicklungen der Spendenzahlungen dar. Der folgende Abschnitt 2.4 befasst sich nun wie bereits angekündigt mit der theoretischen Grundlage und den Überlegungen zum Spendenverhalten.

2.4 Theoretische Überlegungen zum Spendenverhalten

Neben den, in Abschnitt 2.3 angeführten Spendenmotiven, die der Fundraising Verband nennt, finden sich auch in der Literatur noch weitere Überlegungen betreffend das Spendenverhalten, wie der folgende Abschnitt zeigt.

Eine große Anzahl an empirischen Forschungsarbeiten zu dem Thema Spendenverhalten (unter anderem van Dijk, Van Herk & Prins, 2019; Neumayr & Handy, 2017; Neumayr & Schober, 2012; Bekkers & Wiepking, 2011) kam in den letzten Jahren zu dem Ergebnis, dass vor allem drei Aspekte in diesem Zusammenhang von besonderer Bedeutung sind. Dabei handelt es sich um die allgemeine Spendenbereitschaft, die Spendenhöhe und die Wahl der Nonprofit-Organisation bzw. des Spendenzwecks. Es gibt aber noch weitere Faktoren, die das Spendenverhalten beeinflussen können.

Die Forschungsberichte von Bekkers und Wiepking (2011) und Neumayr und Schober (2012) zu diesem Thema sollen im Folgenden kurz präsentiert werden.

Bekkers und Wiepking (2011, S. 927f.) präsentieren in ihrer Literaturreview von mehr als 500 Artikeln, zur Beantwortung der Frage, warum Menschen an Nonprofit-

Organisationen spenden, acht Hauptgründe, in die sie die unterschiedlichen Spendenmotive zusammengefasst haben. Diese acht Triebkräfte für das Spenden lauten:

- a) Bedürfnisbewusstsein (Bedürftigkeit der Empfänger:innen)
- b) Aufforderung zur Spende
- c) Das Abwägen von Kosten und Nutzen
- d) Altruismus
- e) Die Reputation der Nonprofit-Organisation
- f) Der psychologische Vorteil der Spende (Absolution/Gewissensberuhigung)
- g) Die eigenen Werte
- h) Die Wirksamkeit der Spende

Nach Neumayr und Schober (2012, S. 8f.) haben sieben Faktoren einen signifikanten Einfluss auf die Spendenbeteiligung. Zu diesem Ergebnis kamen sie nach einer entsprechenden gemeinsamen Analyse von zuvor noch bivariat getesteten Merkmalen. Zu diesen sieben Faktoren gehört das Alter. Hier gilt: je älter eine Person ist, desto mehr spendet sie. Die Schulbildung ist ebenfalls ein entscheidender Faktor, da ein höherer Bildungsabschluss zu einer bis zu siebenfach höheren Spendenbeteiligung führen kann. Eine höhere Spendenbeteiligung weisen außerdem Personen auf, die einer Religionsgemeinschaft angehören und regelmäßige Gottesdienstbesuche unternehmen. Die drei weiteren Faktoren sind die emphatische Werthaltung, die parteipolitische Präferenz und der Familienstand. Das Geschlecht und auch das Einkommen hingegen führen die beiden Autor:innen nicht als Einflussfaktoren auf die Spendenbeteiligung an. Sie erklären allerdings den Einfluss des Einkommens auf die Spendenhöhe.

Seitz (2020, S. 7f.) fokussiert sich in seiner Arbeit genauer auf den Faktor Altruismus als Spendenmotiv und analysiert in diesem Zusammenhang durchgeführte Experimente, Theorien und deren Ergebnisse. Er kommt zu dem Schluss, dass für das Spendenverhalten die Beziehung zu dem/der Empfänger:in von entscheidender Bedeutung ist. Es wird gefolgert, dass altruistische Personen nicht von Anonymität gelenkt werden, sondern ihre Spendenentscheidungen einer intrinsischen Motivation folgen und diese in Abhängigkeit zu ihrer gefühlten Verbindung zum/zur Empfänger:in stehen. Im konkreten Zusammenhang mit Nonprofit-Organisationen führt er an, dass klare Informationen für die Gebenden von hoher Relevanz sind, denn je mehr die Personen wissen, desto mehr rückt das Thema für sie in den Vordergrund. Dementsprechend steigt folglich die Wahrscheinlichkeit einer Spendenreaktion. Er nennt ebenfalls den Nutzen und die

Wirksamkeit der Spende als wichtige Faktoren, die das Spendenverhalten beeinflussen. Je stärker die Wirkung einer Spende wahrgenommen wird, desto mehr Freude löst dies bei dem/der Spender:in aus und sie wollen dies wiederholen. Dies ist der Grund dafür, dass oft direkte Hilfeleistungen bevorzugt werden, da in diesem Fall die empfundenen Gefühle bei dem/der Spender:in noch stärker ausgeprägt sind. Für Nonprofit-Organisationen leitet der Autor folglich die Implikation ab, dass diese ihren Fokus auf eine klare und für den/die Spender:in greifbare Spendenaufrorderung legen sollten. Der Spendenzweck und die Wirksamkeit sollten sich ihm/ihr klar erschließen und im Gegenzug das Gefühl eines relevanten Beitrages für die Betroffenen vermitteln (Seitz, 2020, S. 8).

Maftai (2020, S. 15) postuliert in ihrem Artikel zum prospektiven Spendenverhalten im Zusammenhang mit COVID-19, dass das Spendenverhalten für Nonprofit-Organisationen, gerade in Krisenzeiten wie der COVID-19-Pandemie, ein unerlässlicher Faktor sei. Sie erklärt außerdem, dass das Bedürfnisbewusstsein zu keiner Zeit so stark in den Vordergrund getragen wird, wie in dieser aktuell vorherrschenden Pandemie, was sie ebenfalls als relevanten Faktor für das Spendenverhalten einstuft. Daher führte sie eine der ersten Studien in Verbindung zu COVID-19 durch und untersuchte eine Reihe von assoziierten Faktoren des Spenderverhaltens wie Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildung und andere wichtige Faktoren sowie die Beteiligung an einer zukünftigen Spendenaktion. Die Studie wurde im April 2020 online durchgeführt und es nahmen 168 Erwachsene im Alter zwischen 20 und 78 Jahren teil. Die Ergebnisse deuteten darauf hin, dass der emotionale Wert der Spendenaktion zusammen mit den öffentlichen und persönlichen Implikationen der Spendenaktion, die wichtigsten Motivationsfaktoren für das Verhalten der Spender:innen sind. Alter, Einkommen und Bildungsstand waren signifikant mit der selbst berichteten Spendenaktivität assoziiert. Im Wesentlichen gaben jüngere Teilnehmer:innen mit geringerem Einkommen und niedrigerem Bildungsniveau an, dass sie mehr Geld an Nonprofit-Organisationen spendeten, hauptsächlich für bildungsbezogene Zwecke. In einer prospektiven Spendenaktion für eine Kampagne einer Nonprofit-Organisation im Zusammenhang mit COVID-19 offenbarten die Daten zwei wichtige Ergebnisse. Zum einen zeigte sich, dass mit höherem Einkommen die Spendenwahrscheinlichkeit sinkt um zum anderen ist die Art der Spendenaktion signifikant mit dem zukünftigen Spendenverhalten verbunden. Menschen, die üblicherweise mehr für medizinische Zwecke spendeten, zeigten am ehesten ein altruistisches Verhalten bei Problemen im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie (Maftai, 2020, S. 15f.).

Der Einfluss einer landesübergreifenden Krise auf das Spendenverhalten wurde in den sonst vorliegenden Forschungsberichten nicht behandelt und in diesen entsprechend nicht als Variable eingesetzt und untersucht. Weitere Ergebnisse dazu können hier somit nicht präsentiert werden und unterstreichen den gegebenen Forschungsbedarf. Der Forschungsstand zu der Entwicklung des prosozialen Verhaltens in Ausnahmesituationen bietet allerdings zusätzliches relevantes Datenmaterial an und dieses soll im Folgenden dargestellt werden.

2.5 Forschungsstand zu prosozialem Verhalten in Ausnahmesituationen

In der Forschung beschäftigten sich bisher vereinzelt Untersuchungen mit der Veränderung des prosozialen Verhaltens während einer Ausnahmesituation. Vier ausgewählte Beispiele dieser Untersuchungen werden im Folgenden angeführt, um einen Einblick in die bisherigen Forschungsergebnisse zu bieten. Durch den Bezug zu Ausnahmesituationen, unter die auch Krisenzeiten fallen, stehen sie in Beziehung zu dem vorliegenden Forschungsgegenstand. Präsentiert wird zum einen die Studie von Alonso-Ferres, Navarro-Carrillo, Garrido-Macias, Moreno-Bella und Valor-Segura (2020) zur Verbindung von wahrgenommener wirtschaftlicher Bedrohung und prosozialen Tendenzen. Zum anderen folgen die Studie von Piff, Kraus, Coté, Cheng und Keltner (2010) zum Einfluss der sozialen Klasse auf das prosoziale Verhalten und die Studie von Roberts und Maxfield (2019) zum Einfluss von Mortalität und Alter auf gemeinnütziges Spenden. Schließlich werden die aktuellen Ergebnisse der Studie von Neumayr und Meyer (2020) zum prosozialem Verhalten in Österreich zu Beginn der COVID-19-Pandemie behandelt. Der Bezug dieser Studie zur COVID-19-Pandemie verstärkt die Relevanz der Ergebnisse für das vorliegende Forschungsprojekt.

2.5.1 Die Verbindung von wahrgenommener wirtschaftlicher Bedrohung und prosozialen Tendenzen

Alonso-Ferres et al. (2020, S. 1ff.) führten zehn Jahre nach der Weltwirtschaftskrise von 2008 zwei großangelegte Studien mit jeweils mehr als 300 Teilnehmer:innen durch, um, unter Betrachtung der Nachwirkungen der Wirtschaftskrise, zwei Zusammenhänge zu untersuchen. Ihr Interesse galt dabei auf der einen Seite den Untersuchungen, ob die finanzielle Bedrohung mit einer größeren Neigung dazu verbunden ist, sich an, für andere Menschen vorteilhafterem prosozialem Verhalten, zu beteiligen. Auf der anderen Seite wollten sie ihre Theorie überprüfen, dass Empathie als ein psychologischer

Mechanismus wirkt, durch den der Umstand von einer negativen nationalen wirtschaftlichen Situation betroffen zu sein, die Prosozialität beeinflusst. Die Ergebnisse weisen nun zum einen darauf hin, dass Menschen bei stärker wahrgenommenem wirtschaftlichem Abschwung eine höhere Hilfsbereitschaft und den Willen zur Umsetzung verschiedenster Hilfsmaßnahmen zeigen. Dieser Effekt tritt dabei unabhängig von dem Status der anderen Personen auf, wodurch es sich um verallgemeinerte anderen-orientierte Verhaltensweisen handelt. Zum anderen unterstreichen die Ergebnisse frühere Forschungsarbeiten, die die Autor:innen in ihrer Arbeit anführen. Diese vorangegangenen empirischen Untersuchungen führten zu zwei Erkenntnissen. Sie zeigten auf der einen Seite, dass sozioökonomische Krisen häufig mit einer Zunahme an freiwilligen Leistungen einhergehen können. Auf der anderen Seite konkludierten sie, dass die, die am stärksten unter den negativen Auswirkungen dieser wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu leiden haben, eher bereit sind, sich an prosozialem Verhalten zu beteiligen. Die Forscher:innen nahmen hier an, dass damit die negativen Folgen besser bewältigt werden können. Die Ergebnisse deuten also darauf hin, dass das Gefühl, vom wirtschaftlichen Abschwung betroffen zu sein, eine stärkere Betroffenheit für das Leid anderer begünstigt. Das Ergebnismuster lässt darauf schließen, dass Personen, die sich in schwierigen Lebenssituationen befinden, sich möglicherweise stärker verwundbar gegenüber anderen in ihrem sozialen Umfeld fühlen. Zusammengefasst erweitern diese Erkenntnisse frühere Nachweise, indem sie den Zusammenhang zwischen Empathie und prosozialem Verhalten unterstützen, dadurch, dass sie deren Assoziation bei Menschen zeigen, die unter den Auswirkungen der Wirtschaftskrise leiden.

2.5.2 Der Einfluss der sozialen Klasse auf das prosoziale Verhalten

Piff et al. (2010, S. 771ff.) diskutieren in ihrer Arbeit die Forschungsergebnisse ihrer Studien, um zu untersuchen, ob Personen aus der unteren sozialen Klasse prosozialer agieren als ihre Pendants aus der oberen sozialen Klasse. Ihre auf ihrer vorangegangenen Recherche aufgestellten Hypothesen besagten, dass Personen aus der unteren sozialen Klasse verstärkt prosoziales Verhalten zeigen würden und diese prosoziale Tendenz durch die erhöhte Sorge um das Wohlergehen anderer erklärt werden würde. Um diese Hypothesen zu testen, führten sie vier Studien durch, wobei die soziale Klasse anhand zweier Faktoren bestimmt wurde: den objektiven Indikatoren für materielle Ressourcen und der subjektiven Wahrnehmung des sozialen Klassenstands in der Gesellschaft. Die Teilnehmer:innen kamen repräsentativ aus allen bundesweiten sozialen Schichten zusammen, aus Gemeinden oder auch Universitäten. Das Untersuchungsdesign

orientierte sich an Korrelationen und Experimenten, um die Auswirkungen der sozialen Klasse aufzuzeigen, wobei andere Begründungen wie beispielsweise Religion zuvor bereits als kontrollierte Variable ausgeschlossen wurden. Jede der vier Studien konzentrierte sich dabei auf einen eigenen Bereich. Studie eins befasste sich mit der Großzügigkeit, Studie zwei mit gemeinnützigem Spenden, Studie drei mit Vertrauen und Studie vier untersuchte die Auswirkungen auf das Hilfsverhalten. Die Studienergebnisse haben gezeigt, dass Angehörige aus niedrigeren sozialen Schichten stärker zu prosozialem Verhalten neigen als Personen aus den oberen Gesellschaftsschichten. In den vier durchgeführten Studien erwiesen sich die Teilnehmer:innen aus den unteren sozialen Schichten unter anderem als großzügiger und wohlthätiger, weil sie sich, wie in den Hypothesen vorhergesagt, in ihrem Tun stärker an egalitären Werten und Mitgefühl orientieren. Die Autor:innen konkludieren aus ihrer Forschung, dass die soziale Situation steuernde psychologische Effekte ausübt, die grundlegend prägen, wie Menschen ihr soziales Umfeld konstruieren und wie prosozial sie sich gegenüber anderen verhalten. Dadurch, dass sie Großzügigkeit beweisen und Bedürftigen helfen, können Menschen aus der unteren sozialen Schicht nicht nur Vertrauen und Kooperation fördern, sondern so sicherstellen, dass auch in Krisenzeiten ihre Bedürfnisse befriedigt werden.

Diese Studien haben somit offenbart, dass Entwicklungen, die zu einer Verschlechterung der sozialen oder wirtschaftlichen Situation führen, also auch positiven Einfluss auf das prosoziale Verhalten nehmen können.

2.5.3 Der Einfluss von Mortalität und Alter auf gemeinnütziges Spenden

Roberts und Maxfield (2019, S. 1863ff.) führten eine quasi-experimentelle Studie durch, um den Einfluss von Alter und Mortalität auf gemeinnütziges Spenden zu untersuchen. Der Begriff Mortalität beschreibt dabei das Bewusstwerden der eigenen Sterblichkeit.

Im Rahmen der Studie wurden 139 junge, mittlere und ältere erwachsene Teilnehmer:innen randomisiert den jeweiligen Untersuchungsgruppen zugeordnet. Die Autor:innen wollten zwei Interaktionen genauer untersuchen. Zum einen, ob Alter und Mortalitätserinnerungen interagieren, um Spenden an gemeinnützige Organisationen insgesamt zu beeinflussen und zum anderen, ob Alter und Mortalitätserinnerungen interagieren, um Spenden an in-group und out-group Organisationen unterschiedlich zu beeinflussen. Wobei in-group in der Sozialpsychologie stellvertretend für eine Gruppe steht zu der jemand gehört, und out-group somit eine Gruppe beschreibt, der eine Person folgerichtig nicht angehört. Die Ergebnisse offenbarten, dass das Alter und die Mortalität sowohl das Spenden an sich als auch das Spenden betreffend die Gruppenzugehörigkeit der

Organisation beeinflussen. Junge Erwachsene fokussieren sich stärker auf die eigene Stabilitätssicherung und spenden daher weniger, wohingegen ältere Personen mehr spenden und dies vor allem an die In-Group Organisationen. Das Bewusstsein der Sterblichkeit führt wie sich zeigt bei den unterschiedlichen Generationen auch zu unterschiedlichen Reaktionen und beeinflusst auf diese Art ihr Spendenverhalten. Diese Erkenntnisse können auch in die Praxis gemeinnütziger Spendenaktionen und deren Ausgestaltung in Krisenzeiten übertragen werden, denn diese Ausnahmesituationen führen meist zu einem verstärkten Bewusstsein der eigenen Sterblichkeit. Das Alter der Zielgruppe gilt es also zu berücksichtigen, denn wenn junge Erwachsene an ihre Sterblichkeit erinnert werden, neigen sie dazu, mehr Geld für sich selbst zu sparen, während ältere Menschen dazu neigen, anderen mehr zu geben. Bei der Gestaltung gemeinnütziger Spendenaktionen für junge Erwachsene wäre es laut den Autoren somit ratsam, Sprache zu vermeiden, die mit der Sterblichkeit zu tun hat. Im Gegensatz dazu, kann die Erinnerung älterer Menschen an ihre Sterblichkeit dazu führen, dass sie großzügiger und aufmerksamer gegenüber zukünftigen Generationen handeln.

Die vorliegende Studie ergänzt somit die Ergebnisse der Literatur zum Thema Spendenverhalten durch ein besseres Verständnis der kombinierten Auswirkungen von Alter und Sterblichkeit auf die Generativität des Erwachsenenlebens, die hier in Form der Summe der Spenden für wohltätige Zwecke ausgedrückt wird.

2.5.4 Prosoziales Verhalten und Großzügigkeit in Österreich während der COVID-19-Pandemie

Neumayr und Meyer (2020, S. 4ff.) führten im August 2020 eine Studie mit 1000 in Österreich lebenden Teilnehmer:innen durch, im Rahmen derer sie untersuchten, wie sich die Großzügigkeit während der COVID-19-Pandemie entwickelte. Befragt wurden Personen zwischen 18 und 86 Jahren mittels Onlinefragebogens und die Daten wurden entsprechend der Alters- und Geschlechterverteilung innerhalb Österreichs sowie der Verteilung von Religionszugehörigkeit, Gemeindegröße, höchstem Bildungsniveau und Beruf gewichtet. Unter Großzügigkeit definierten sie im Rahmen ihres Forschungsvorhabens alle Verhaltensweisen, die Menschen zeigen, um damit anderen zu nützen oder diese zu unterstützen. Dabei kann diese Großzügigkeit sowohl anderen Menschen als auch Tieren oder der Umwelt entgegengebracht werden und formelle, aber auch informelle Unterstützung bedeuten. Von formeller Großzügigkeit spricht man bei Blutspenden oder finanziellen Spenden und Freiwilligenarbeit für Nonprofit-Organisationen. Informelle Großzügigkeit zeigt sich beispielweise bei der Unterstützung bekannter Menschen.

Das Forschungsteam setzte sich aus Forscher:innen aus elf Nationen zusammen, um Daten über formelle und informelle Großzügigkeit aus mehr als 20 Ländern zu sammeln, die sich während der COVID-19-Pandemie zeigte. Die Autor:innen konzentrieren sich in ihrer Arbeit, dem Titel entsprechend, auf die österreichischen Ergebnisse, ziehen aber dennoch Vergleiche mit den Ergebnissen der anderen teilnehmenden Länder. Sie unterstreichen die Bedeutung der durchgeführten Studie damit, dass man, wenn man Großzügigkeit als Reaktion auf diese außergewöhnliche länderübergreifende Krise versteht, mehr darüber erfahren kann, wie Menschen und selbst die gesamte Gesellschaft auf diese Krise reagieren. Dieses gesammelte Know-How ermöglicht es in weiterer Folge kommende Krisen besser meistern zu können und gleichzeitig eine prosoziale Gesellschaft zu fördern.

In Österreich und auch allen anderen untersuchten Ländern war die am häufigsten verzeichnete Verhaltensweise das Spenden von Geld, da sich jede/r dritte Teilnehmer:in dafür entschied. 15 Prozent, und damit mehr als in allen anderen Ländern, leisteten Freiwilligenarbeit, spendeten ihre Waren oder unterstützten ihnen unbekannte Personen. In Österreich bildeten sich auch überdurchschnittlich viele lokale Gruppen, deren informelle Großzügigkeit durch die Krise helfen sollte. Während die Anzahl der Freiwilligen hoch war, war die Zahl der geleisteten Stunden pro Person mit durchschnittlich ungefähr 15 Stunden pro Monat zwischen März und Mai 2022 eher gering, auch im Vergleich zu Ländern wie Russland. Dieser Wert verlangt allerdings auch die Berücksichtigung des geltenden strikten Lockdowns in Österreich während dieser Monate. Die Ausgangsbeschränkungen, das Vermeiden persönlichen Kontakts aber auch die hohe Anzahl an Eltern, die aufgrund der geschlossenen Bildungs- und Betreuungseinrichtungen ihrer Kinder zu Hause bleiben mussten, schränkten die Möglichkeit für ehrenamtliche Tätigkeiten stark ein.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Menschen in Österreich in der Zeit nach Beginn der COVID-19-Pandemie ein unglaublich hohes Maß an Großzügigkeit zeigten. Mehr als 90 Prozent hielten sich beispielsweise an die Empfehlungen und Vorgaben betreffend die soziale Distanzierung. Wie bereits angesprochen wurde, war der Anteil an Freiwilligen sehr hoch und vor allem informelle Freiwilligenarbeit zeigte sich sehr ausgeprägt. Jede/r zweite Teilnehmer:in gab, an Bekannten geholfen zu haben oder für sie einkaufen gegangen zu sein, aber auch Fremden wurde von 16 Prozent geholfen oder etwas Wertvolles geborgt. Der Anteil ehrenamtlicher Tätigkeiten für Nonprofit-Organisationen fiel mit 13 Prozent vergleichsweise geringer aus, was allerdings auch auf den Lockdown zurückgeführt werden könnte. Bei der formellen Großzügigkeit im Sinne von Geldspenden zeigte sich, dass ein Teil der Befragten eher direkt an Bedürftige spenden wollte und

dies auch tat. In Zahlen ausgedrückt zeigten die Ergebnisse folgende Werte: ein Drittel aller Erwachsenen spendete Geld an eine Nonprofit-Organisation, 23 Prozent spendeten ihr Geld direkt an bedürftige Bekannte und 11 Prozent an bedürftige Fremde.

Nun stellt sich die Frage, welche Schlüsse auf Veränderungen durch die COVID-19-Pandemie aus diesem Verhalten gezogen werden können. Betreffend die informelle Freiwilligentätigkeit zeigen die erhobenen Daten einen deutlichen Anstieg. In den Zeiten vor der Krise engagierten sich in etwa 30 Prozent der österreichischen Bevölkerung informell ehrenamtlich und in dem halben Jahr seit deren Beginn war es die Hälfte.

Weniger eindeutig sind die Ergebnisse für den Bereich der formellen Großzügigkeit. Die bereits angeführten Ergebnisse dazu zeigen, auch in den Augen der Autor:innen, dass hier weitere Erhebungen notwendig sind.

Wichtig ist bei der Betrachtung der Veränderungen auch die Unterscheidung der Teilnehmer:innen in jene zwei Gruppen: derer, die weder vor Ausbruch der COVID-19-Pandemie noch danach spendeten oder sich freiwillig engagierten (75 Prozent der Befragten) und derer, die bereits davor prosoziale Verhaltensweisen und Engagement zeigten. Bei der zweiten Gruppe, 25 Prozent der Befragten, zeigen sich ausgelöst durch die Krise entsprechend starke Veränderungen und sie veränderten während der Pandemie ihr Engagement für Freiwilligenarbeit oder Geldspenden an Nonprofit-Organisationen eher als solche, die dies auch vorher nicht getan hatten. Etwas mehr als die Hälfte dieser Gruppe wechselte ihr prosoziales Verhalten. Was die Richtung des Wandels betrifft, so waren diejenigen, die aufgrund der Pandemie mehr Geld spendeten und diejenigen, die weniger Geld spendeten, in etwa gleich.

Im Zusammenhang mit der Studie stellt sich die Frage, welche Faktoren erklären können, warum manche Menschen auf die Krise reagieren, indem sie ihr Engagement verringern, andere ihr Engagement verstärken und wieder andere, indem sie es überhaupt nicht verändern? Multivariate Analysen zeigen hier, dass die persönliche Sorge um COVID-19 den größten Einfluss auf Veränderungen im prosozialem Verhalten hat. Sowohl Personen, die die Pandemie als sehr bedrohlich empfanden, als auch Personen, die die Pandemie als sehr befreiend empfanden, zeigten am ehesten eine Verhaltensänderung. Im Gegensatz dazu haben Befragte, die angaben weder stark positiv noch stark negativ beeinflusst zu sein, eher ihr Verhalten nicht geändert (Litofcenko, Meyer, Neumayr, Pennerstorfer & Terzieva, 2021 zitiert in Neumayr & Meyer, 2020, S. 13).

Die Ergebnisse zeigen außerdem in eine kontraintuitive Richtung. Diejenigen Teilnehmer:innen, die negativ betroffen waren und die Pandemie als bedrohlich empfanden, erhöhten ihr prosoziales Engagement eher. Genau das Gegenteil taten diejenigen, die

positiv betroffen waren und die Pandemie als befreiend empfanden, denn sie neigten dazu, ihr Engagement zu verringern. Diese Erkenntnis stimmt allerdings mit früheren Studien überein, die zeigten, wie Menschen mit existenziellen Bedrohungen umgehen und die wichtige Rolle sozialer Klasse für die Entwicklung von Mitgefühl betonen. Insgesamt scheint es, dass persönliches Leid Menschen großzügiger macht als höhere persönliche Ressourcen wie Zeit und Geld. Diese Ausführungen der Autor:innen bestärken folglich sowohl die Ergebnisse als auch die Relevanz der Studien, beispielsweise von Alonso-Ferres et al. (2020) die in früheren Abschnitten dieser Arbeit ebenfalls bereits angeführt wurden.

Der starke Anstieg bei informeller Großzügigkeit lasse sich für Österreich mit großer Wahrscheinlichkeit auch auf die Vielzahl an umgehend gestarteten Initiativen zurückführen, die sowohl von Privatpersonen und Nonprofit-Organisationen aber auch der Regierung gestartet und koordiniert wurden. Ein Beispiel dafür wären die vorgefertigten Aushänge für „Schwarze Bretter“, mit denen man Risikogruppen seine Unterstützung für alltägliche, aber eventuell riskante Tätigkeiten anbieten konnte.

Neumayr und Meyer (2020, S. 14f.) schließen ihre Arbeit mit abgeleiteten Implikationen für Nonprofit-Organisationen und die Regierung ab.

Ihre Implikationen für Nonprofit-Organisationen enthalten unter anderem folgende Hinweise: die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der Bevölkerung bereit ist zu helfen, wenn sie zu konkreten Maßnahmen aufgerufen wird und möglichst einfach und unbürokratisch Hilfe anbieten kann.

In Krisenzeiten können Nonprofit-Organisationen folglich:

- Den bestehenden Spender:innen konkrete Angebote machen und simple Wege aufzeigen, wie sie helfen und sich engagieren können. Sie sind vergleichsweise einfach zu mobilisieren, wenn ihnen konkrete Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt werden. Man muss ihnen also nur Alternativen zu zwischenzeitlich nicht mehr möglichen Kanälen bieten, die sie nutzen können.
- Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Bedürfnisse der Zielgruppe einer Nonprofit-Organisation und für die Bereiche, in denen die Organisation Unterstützung benötigt. Je niedriger die Schwelle, also je unbürokratischer es ist, sich kurzfristig zu engagieren und je klarer die benötigte Hilfe definiert ist, desto mehr Menschen sind bereit sich zu engagieren.
- Einzelpersonen bei der Koordinierung privater, informeller und gegenseitiger Hilfe unterstützen, damit die Menschen in ihrer lokalen Gemeinschaft in Krisensituationen besser unterstützen können. Die Daten zeigen, dass die

Nachbarschaftsunterstützung sehr gut funktioniert. Organisationen können mehr Menschen für informelles, prosoziales Verhalten gewinnen, wenn sie die Koordination solcher Initiativen unterstützen und ihre Reputation nutzen, um das Vertrauen in solche Initiativen zu stärken.

Bei ihren Implikationen für die Regierung und deren Politik bauen sie auf der Erkenntnis auf, dass Menschen sehr gerne informell und formell helfen, wenn sie motiviert, koordiniert und unterstützt werden und Anerkennung für ihr Engagement erhalten. Daher setzen sie ihre Implikationen an folgenden Punkten an:

- Ebenso wie Organisationen können Regierungen mehr Menschen für informelles Hilfspotenzial gewinnen, wenn sie die Koordination unterstützen und ihre offizielle Position nutzen, um das Vertrauen in solche Initiativen zu stärken. Die öffentliche Anerkennung informeller Unterstützung kann dazu beitragen, das Image der Beteiligung zu verbessern und die Beteiligung der Bevölkerung zu erhöhen.
- Die Regierung sollte für einen Rechtsrahmen sorgen, der Freiwilligentätigkeit in Krisenzeiten ermöglicht und erleichtert.
- Bereitstellung öffentlicher Finanzierungsinstrumente, die Nonprofit-Organisationen eine flexiblere Verwendung der Mittel ermöglichen. Der Kampf gegen die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie hat gezeigt, dass solche Finanzierungsinstrumente die Anfälligkeit gemeinnütziger Organisationen verringern und es ihnen ermöglichen, ihre Dienstleistungen auch in Krisenzeiten weiterhin zu erbringen.

Eine Einschränkung, die es im Zusammenhang mit dem Zeitpunkt der Durchführung der Studie zu erwähnen gilt, ist, dass im August 2020 niemand der Teilnehmer:innen wusste, wie stark sich die Situation in Österreich durch die COVID-19-Pandemie abermals verschlechtern würde. Ein weiterer Faktor, der trotz der wertvollen generierten Ergebnisse die Notwendigkeit weiterer Forschung, die spätere Zeiträume miteinschließt, unterstützt.

Der bisherige Forschungsstand liefert hier also erste Resultate und Tendenzen, aber noch keine eindeutigen Ergebnisse über einen längeren Zeitraum hinweg. Das hier vorgestellte Forschungsprojekt möchte dazu beitragen den Einfluss einer Krise wie der COVID-19-Pandemie auf das Spendenverhalten aufzuzeigen und so ebenfalls die Forschung betreffend prosoziales Verhalten in einer Krise unterstützen. Daher wird im folgenden Abschnitt der Forschungsstand zum Einfluss von vorangegangenen Krisen auf das Spendenverhalten präsentiert, um gleichermaßen auf diesen Ergebnissen aufbauen zu können.

2.6 Forschungsstand zum Einfluss von Krisen auf das Spendenverhalten

In diesem Abschnitt soll, basierend auf bisherigen Ergebnissen, der Einfluss zweier unterschiedlicher Krisen auf das Spendenverhalten aufgezeigt werden. Es werden dafür der theoretische Hintergrund zu der weltweiten Finanzkrise 2008 und der folgenden großen Rezession sowie zu den Auswirkungen der Tsunami-Flutkatastrophe im Dezember 2004 beispielhaft für den Einfluss großer Naturkatastrophen angeboten.

2.6.1 Der Einfluss der Weltwirtschaftskrise auf das Spendenverhalten

Meer, Miller und Wulfsberg (2017, S. 1) begründen in ihrem Artikel zum Einfluss der Wirtschaftskrise 2008 auf das Spendenverhalten die Bedeutung dieses Zusammenhangs damit, dass gerade in Krisenzeiten mit wirtschaftlichen Konsequenzen die Auswirkungen auf das gemeinnützige Verhalten von besonderem Interesse sind, da der Bedarf an privater Philanthropie in diesen Zeiten am größten ist, obwohl gerade dann oft die Möglichkeiten der Spender:innen aber am geringsten sind. Sie stützen ihre Annahmen auf angeführte frühere Studien, die postulieren, dass das gesamte Geben in Krisenzeiten mit wirtschaftlich schwierigen Bedingungen mit großer Wahrscheinlichkeit zurückgeht. Da bisherige Studien, die die Beziehung der Weltwirtschaftskrise und dem Spendenverhalten untersuchen wollten, nur allgemeine Muster des Gebens während dieser großen Rezession beschreiben, lassen sie ihrer Meinung nach wichtige Informationen vermissen. Insbesondere führen sie hier an, dass sich durch diese Ergebnisse nicht erkennen lässt, ob der Rückgang der Spenden durch Schocks auf das Haushaltseinkommen und das Vermögen verursacht wurde oder ob allgemeine Veränderungen der Einstellungen während dieser Zeit den Rückgang erklären.

Daher führten die Autor:innen eine eigene Studie durch, um diese Zusammenhänge offenzulegen. In diesem Sinne untersuchten sie die Muster des gemeinnützigen Gebens vor, während und nach der Weltwirtschaftskrise anhand von Paneldaten auf Haushaltsebene aus der Panelstudie zur Einkommensdynamik. Sie analysierten dafür sowohl die Spendenwahrscheinlichkeit als auch die Spendenbeträge, wobei sie die bereits erwähnte Vielzahl von erklärenden Variablen, wie beispielsweise Einkommen und Vermögen oder auch feste Haushaltseffekte, berücksichtigten.

Die Ergebnisse erlaubten es ihnen die folgenden Schlussfolgerungen ziehen zu können. Im Zusammenhang mit dem Spenden gingen sowohl die extensiven als auch die intensiven Gewinnspannen während der Krise zurück und erreichten auch bis 2012 nicht wieder das Vorkrisenniveau. Dieser Spendenverlust lässt sich nicht durch einen Rückgang

des Einkommens oder des Vermögens erklären und ist selbst dann offensichtlich, wenn man zeitinvariante, unbeobachtete Attribute wie die Neigungen zu Altruismus, die sich nicht über die Zeit verändern, berücksichtigt. Diese Ergebnisse belegen aus Sicht der Autor:innen, dass andere Faktoren, wie eine veränderte Einstellung zum Spenden oder eine erhöhte Unsicherheit, für einen Großteil des Rückgangs während der großen Rezession verantwortlich sind. Sie postulieren, dass ihre Untersuchung der Muster gemeinnütziger Spenden um die Zeit der Wirtschaftskrise zeigt, dass die Spendenneigung stark abnahm und weit unter dem bisherigen Niveau blieb, auch wenn einzelne fixe Effekte berücksichtigt wurden. Die Gesamtspenden sanken im Vergleich zur Mitte der 2000er Jahre, dem Höhepunkt des Konjunkturzyklus. Einkommens- und Vermögensschocks allein erklären diesen Rückgang nicht, was darauf schließen lässt, dass sich die Einstellung zum Spenden verschoben hat oder die Unsicherheit in Krisenzeiten zunahm. Angesichts früherer Ergebnisse zur Gewohnheitsbildung bei wohltätigen Spenden und zu den Auswirkungen makroökonomischer Schocks auf das Verhalten im späteren Leben, die sie in ihrer Conclusio anführen, legt diese Erkenntnis nahe, dass diese Krise schwerwiegende langfristige Folgen für das Spendenverhalten haben könnte (Meer et al., 2017, S. 1ff.).

Schupp (2011) postuliert in einem Interview seine entgegengerichtete Meinung und beantwortete die Frage nach der Spendenentwicklung damit, dass seine Untersuchungen in Bezug auf die Finanzkrise zeigen, dass es während dieser Zeit, in der sich viele Menschen Sorgen um ihr Geld gemacht haben, dennoch keinen signifikanten Einbruch in der Spendenbereitschaft gab.

Diese Ergebnisse zeigen also unterschiedliche Sichtweisen auf und eine klare Antwort kann hier nicht angeführt werden, was weitere Forschung in diesem Zusammenhang notwendig macht.

Schupp (2011) führt in besagtem Interview ebenfalls an, dass hingegen Studien zu Krisen, ausgelöst durch Naturkatastrophen, wie zum Beispiel Erdbeben oder Tsunamis zeigen, dass diese Naturkatastrophen einen Anstieg in der Spendenbereitschaft bewirkt haben. Daher widmet sich der folgende Abschnitt stellvertretend dafür der Rolle der Tsunami-Flutkatastrophe in Südostasien im Dezember 2004, in der Beziehung von Spendenabsicht und Spendenverhalten.

2.6.2 Die Tsunami-Flutkatastrophe und die Beziehung zwischen Spendenabsicht und Spendenverhalten

Mayerl und Urban (2007, S. 90ff.) führten eine empirische Untersuchung durch, um festzustellen, ob eine Naturkatastrophe, in diesem Fall die Tsunami-Flutkatastrophe im Dezember 2004, einen temporär verstärkenden Effekt auf den Zusammenhang von Spendenabsicht und dem tatsächlichen Spendenverhalten aufweist. Im Verlauf der Ausführungen wird dieser Effekt mit dem Begriff Tsunami-Faktor bezeichnet. Dieser Faktor beschreibt dabei einen periodisch auftretenden Moderator der Effektstärke einer Intentions-Verhaltens-Beziehung im Bereich des individuellen Spendenverhaltens.

Im Rahmen der Untersuchung sollten drei Hypothesen getestet werden. Für die Analyse zogen die Autoren vorhandenes Datenmaterial aus zwei durchgeführten Studien mit je zwei Befragungswellen heran, die in den Jahren 2004 und 2005 durchgeführt wurden. Durch diese jährliche Überschneidung 2004 mit den Ereignissen in Südostasien war es zum einen möglich eine Verbindung dazu herzustellen, aber zum anderen auch möglich die Daten aufgrund der zweiten Erhebungswelle im Jahr 2005 auch Ereignis-distant zu analysieren. Die Untersuchung basierte auf zwei einfach gehaltenen Erklärungsmodellen von Spendenverhalten, um zu überprüfen, ob mit diesen Modellen und der statistischen Schätzung der Modellparameter ein effektverstärkender Tsunami-Faktor als Moderator des Intentions-Verhaltens-Effekts nachzuweisen ist. Dabei verfolgten die Autoren zwei Strategien zur Identifikation des Tsunami-Faktors. Zum einen wurden alle Spendenverhaltensmodelle getrennt für zwei verschiedene Spendenbereiche geschätzt. Der erste Bereich befasste sich mit den Spenden für Entwicklungs- und Katastrophenhilfe und der zweite Bereich mit den Spenden der sozialen Wohltätigkeit. Zum anderen wurden in beiden gewählten Spendenbereichen die Modelle mit den Daten der ersten Projektphase (mit der Naturkatastrophe zwischen erster und zweiter Erhebungswelle) sowie mit den Daten der zweiten Projektphase (ohne Naturkatastrophe zwischen beiden Erhebungswellen) geschätzt. Um das Vorliegen des Tsunami-Faktors zu bestätigen, müsste sowohl der Intentions-Verhaltens-Zusammenhang als auch, in einem zweiten Erklärungsmodell, dessen Beeinflussung durch die kognitive Zugänglichkeit von Informationen und subjektiven Bewertungen im Bereich der Entwicklungs- und Katastrophenhilfe stärker ausgeprägt sein, als im Bereich der sozialen Wohltätigkeit.

Die Ergebnisse zeigen hypothesenkonform, dass die Intentions-Verhaltens-Beziehung bei Spendenaktivitäten sowohl temporär als auch objektspezifisch durch die Tsunami-Flutkatastrophe verstärkt wurde. Außerdem lässt sich erkennen, dass Personen, die bereits vor der Krise eine hohe Spendenabsicht aufwiesen, auch durch diese eher zu tatsächlichen Spenden neigten. Empirisch konnten die Autoren mehrere moderierende

Effekte des Tsunami-Faktors auf den Intentions-Verhaltens-Zusammenhang nachweisen, die im Folgenden präsentiert werden. Erstens wird die Einflussstärke von Intentionen auf Verhalten bei Spendentätigkeiten zugunsten der Entwicklungs- und Katastrophenhilfe durch die Naturkatastrophe temporär verstärkt. In diesem Sinne wirkt der Tsunami-Faktor als ein Moderator, der den Intentions-Verhaltens-Zusammenhang nach einer Naturkatastrophe kurzzeitig erhöht. Zweitens konnte in einem erweiterten Erklärungsmodell mit Berücksichtigung der kognitiven Zugänglichkeit von Verhaltensintentionen gezeigt werden, dass Verhaltensintentionen, die mit einer eher kurzen Reaktionszeit geäußert werden, signifikant verhaltensrelevanter sind als solche mit einer eher langen Reaktionszeit. Zudem konnte in einer Analyse des spezifischen Einflusses der Flut-Katastrophe auf die Wirkweise der kognitiven Zugänglichkeit nachgewiesen werden, dass die moderierende Wirkung der kognitiven Zugänglichkeit selbst einer katastrophenbedingten Verstärkung unterliegt. Zusammengefasst zeigt sich auch, dass Personen, die vor der Naturkatastrophe eher eine niedrige Spendenabsicht aufweisen, auch nicht durch eine Naturkatastrophe dazu motiviert werden ihre Intentionen in tatsächliches Spendenverhalten umzusetzen (Mayerl & Urban, 2007, S. 102f.).

Der Spendenbericht des Fundraising Verband Österreich (2021, S. 8f.) enthält ebenfalls Zahlen betreffend die Spendenleistung zu Zeiten von Katastrophen und folgenden Krisen. Es wird erklärt, dass seit 15 Jahren, mit Ausnahme des Jahres 2015, dem Jahr der Flüchtlingskrise, die Zahl der Dauerspender:innen sukzessive anstieg, während das situationsbedingte Spenden diesem Trend nicht folgen konnte. Erst mit dem Jahr 2020 änderte sich die Situation wieder und anlassbezogene Spenden stiegen erstmals wieder an. Der Anstieg betrug sieben Prozentpunkte. Neben der präsenten COVID-19-Pandemie ist auch die recht hohe Zahl an schweren Katastrophenfällen und deren Konsequenzen ein zentraler Grund für diese Entwicklung. Dies setzte sich im Jahr 2021 fort und auch dieses Jahr wurde von humanitären Katastrophen sowie Naturkatastrophen überschattet, im gemeinnützigen Sektor auch als Elementarereignisse bezeichnet, die eine rasche und unmittelbare Hilfeleistung erforderlich machen. Diese Hilfeleistung wird meist schneller erreicht, da die Gesellschaft über solche Elementarereignisse über sämtliche Medien informiert wird, was die Dringlichkeit unterstreicht. Seit dem Jahr 2020 haben die folgenden Katastrophen die Gesellschaft am meisten bewegt und zu Spendenleistungen bewegt: die Explosion in Beirut und die folgende Ausnahmesituation im Libanon, die Zerstörung auf Lesbos, das Erdbeben auf Haiti und die schweren Unwetterkatastrophen in Österreich.

Es zeigt sich also, dass sowohl unterschiedliche Einschätzungen und Ergebnisse betreffend den Einfluss einer Krise auf das Spendenverhalten vorliegen als auch unterschiedliche Faktoren eine entscheidende Rolle spielen können. Weiters untersuchten die vorliegenden Studien in weiterer Folge nicht die Auswirkungen auf die Nonprofit-Organisationen selbst. Diese Schlussfolgerungen offenbaren weiteren Forschungsbedarf auf diesem Gebiet und dazu möchte das vorliegende Forschungsprojekt einen Beitrag leisten, am Beispiel der aktuellen COVID-19-Pandemie in Österreich und deren Auswirkung auf das Spendenverhalten und die österreichischen Nonprofit-Organisationen. Im Sinne dessen wurden qualitative Expert:inneninterviews durchgeführt. Dies bietet die Überleitung zu dem folgenden Kapitel 3 der vorliegenden Arbeit, welches die gewählte Methodik erläutert und neben dem definierten Sample auch die zugrunde liegenden Gütekriterien der durchgeführten qualitativen Erhebung darlegt.

3 Empirischer Teil

Der nachfolgende empirische Teil fokussiert sich auf die Erhebungsmethode, gegliedert in Studiendesign und Erhebungsinstrument, sowie auf die Definition des Samples und die Durchführung der Erhebung. Außerdem werden das gewählte Auswertungsverfahren und die zugrunde liegenden Gütekriterien der qualitativen Forschung vorgestellt.

3.1 Erhebungsmethode

3.1.1 Studiendesign

Für die Beantwortung der Forschungsfrage wurde ein qualitativer Forschungsansatz gewählt, da die qualitative Forschung in ihren methodischen Vorgehensweisen bei der Untersuchung der vorliegenden Phänomene meist offener vorgeht. Dieses Vorgehen ist dem vorliegenden Forschungsprojekt angemessen, das eine Forschung von innen heraus verlangt (Flick, Kardorff & Steinke, 2019, S. 17). Dem gegebenen Forschungsgegenstand liegt kein theoretisches Modell zu Grunde und daher werden auch keine Hypothesen aufgestellt (Flick, 2020, S. 24). Somit orientiert sich die Beantwortung der Forschungsfrage auch nicht an der Messung diverser Variablen, sondern es geht darum, die zugrunde liegenden Inhalte zu verstehen und daraus resultierende Veränderungen zu identifizieren (Helfferich, 2011, S. 21f.). In der qualitativen Forschung wird auf die Sicherstellung der Repräsentativität durch Zufallsauswahl der Teilnehmer:innen zugunsten gezielt ausgewählter und relevanter Interviewpartner:innen verzichtet. Dies ermöglicht eine offenere Form der Datenerhebung und so ein umfassenderes Bild zu erhalten. Das Ziel ist es, den subjektiv gemeinten Sinn der untersuchten Entwicklungen aus Sicht der relevanten Organisationen und deren Stakeholder:innen zu erfassen und neue Erkenntnisse aus der untersuchten Situation zu erlangen. Es erfolgt eine geringere Anzahl an durchgeführten und abgeschlossenen Erhebungen, diese werden dafür aber ausführlicher untersucht und erlauben durch die Länge der Interviews eine genaue Analyse der Komplexität (Flick, 2020, S. 24f.).

Wie auch die theoretische Analyse des Forschungsgegenstands gezeigt hat, lässt sich die bisherige Forschung im Bereich der Nonprofit-Organisationen als durchaus überschaubar beschreiben. Diese Organisationen wurden über Jahre trotz ihrer sozialen, wirtschaftlichen und auch politischen Bedeutung für die Gesellschaft wenig wahrgenommen und waren sehr lange nicht Teil der empirischen Diskussion und Forschung. Die ersten empirischen Daten standen erst vor ungefähr 20 Jahren zur Verfügung und

wenige Forscher:innen und Kompetenzzentren, wie jenes der Wirtschaftsuniversität Wien, haben es sich seitdem zur Aufgabe gemacht, in diesem Forschungsbereich tätig zu werden und die empirische Lücke zu schließen (www.wu.ac.at, 29.03.2022). Hinzu kommt, dass die vorliegenden empirischen Daten betreffend die COVID-19-Pandemie aufgrund ihrer Aktualität ebenfalls in einem geringen Ausmaß vorhanden sind. Die Basis, Bekanntes zu untersuchen oder zu überprüfen, ist also für den vorliegenden Forschungsgegenstand nicht gegeben. Dies unterstreicht, dass dieses Forschungsprojekt mit Hilfe der nicht standardisierten Forschung durch offene Datenerhebung und inhaltsanalytische Datenauswertung neue Erkenntnisse erzielen möchte (Flick, 2020, S. 25f.).

Von der Vielzahl an methodischen Vorgehensweisen innerhalb der qualitativen Forschung wurden zur Beantwortung der Forschungsfrage Expert:inneninterviews als Erhebungsmethode ausgewählt. Expert:innen und demnach auch Expert:inneninterviews werden im Rahmen der qualitativen Sozialforschung als immer relevanter eingestuft, da sie als konkrete soziale Akteure mit spezifischen Logiken angesehen werden. Dadurch ermöglichen sie sowohl eine Rekonstruktion sozialer Deutungen als auch eine faktische Informationsgewinnung (Bogner, Littig & Menz, 2014, S. 2ff.). Das Expert:inneninterview definiert sich, im Gegensatz zu anderen Formen des qualitativen Interviews, nicht über die gewählte methodische Vorgehensweise, sondern über den/die Expert:in, da diese/r im Zentrum des Interesses steht. Dies begründet sich auch dadurch, dass die Wissenschaftssoziologie aufgezeigt hat, dass entsprechende Expertise in vielen Tätigkeitsfeldern von entscheidender Bedeutung ist, wie auch dem Feld der Nonprofit-Organisationen (Bogner et al., 2014, S. 9f.).

Bogner et al. (2014, S. 13) definieren Expert:innen als „Personen, die sich – ausgehend von einem spezifischen Praxis- oder Erfahrungswissen, das sich auf einen klar begrenzten Problembereich bezieht – die Möglichkeit geschaffen haben, mit ihren Deutungen das konkrete Handlungsfeld sinnhaft und handlungsleitend für Andere zu strukturieren.“

Die Definition des/der Expert:in orientiert sich inhaltlich folglich an der Forschungsfrage und dem Handlungsfeld des Forschungsprojekts (Helfferich, 2011, S. 163). Expert:in definiert sich in dem vorliegenden Forschungsvorhaben nun an dem zugeschriebenen Status der Personen und an deren spezifischem Wissen, an dem sie teilhaben. Die qualitative Forschung stellt an sich selbst die Anforderung, das untersuchte Forschungsfeld von innen heraus durch das Wissen, der in ihm agierenden Personen zu erfassen. Wird dieser Anspruch erreicht, ermöglicht es eine Verbesserung des Verständnisses der

sozialen Wirklichkeit und seiner Abläufe und Strukturen (Flick et al., 2019, S. 14). Diese Faktoren sind für die vorliegende Untersuchung entscheidend um die Forschungsfrage betreffend das Spendenverhalten in Krisenzeiten und die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Nonprofit-Organisationen zu beantworten. So wurden Mitarbeiter:innen von Organisationen, tätig im oder für den Nonprofit-Sektor, als Interviewpartner:innen gewählt, aber auch ein/e Vertreter:in mit sozialem Fokus aus dem Finanzdienstleistungssektor. Im Rahmen dieser qualitativen Erörterung aus Sicht von Expert:innen wurde als Samplegröße eine Anzahl von elf Expert:inneninterviews im Umfang von einer Stunde festgelegt. Aufgrund von unvorhergesehenen Ereignissen konnte das elfte Expert:inneninterview schließlich nicht durchgeführt werden; ein Umstand, der in dem Abschnitt zur Definition des Samples näher erläutert wird. Mit Abschluss der Datenerhebung waren somit zehn Expert:inneninterviews geführt und folglich ausgewertet worden.

3.1.2 Erhebungsinstrument

Die als Erhebungsmethode gewählten Expert:inneninterviews wurden als teilstrukturierte Interviews geführt, zu deren Vorbereitung und Durchführung ein Leitfaden entwickelt wurde. Diese Erhebungsform ermöglicht eine offenere Informationsgewinnung und bietet durch den Einsatz des Leitfadens dennoch eine thematische Strukturierung. Der Leitfaden erfüllt außerdem die Funktion eines zentralen Hilfsmittels im Rahmen der tatsächlichen Erhebungssituation, da er die notwendige Orientierung während des Interviews sicherstellt (Bogner et al., 2014, S. 27). Trinczek (2005 zitiert in Helfferich, 2011, S. 164) postuliert die phasenabhängige Strukturierung des Leitfadens im Zuge der Leitfadenerstellung. Er führt an, dass zu Beginn des Expert:inneninterviews ein höherer Grad an Strukturierung gegeben sein sollte und in weiterer Folge ein offenerer Leitfaden möglich ist. Dies führt dazu, dass der Leitfaden eines Expert:inneninterviews stärker strukturierende und weniger narrative Fragen enthält.

Die Struktur des Leitfadens wurde in Anlehnung an die Empfehlungen von Bogner et al. (2014, S. 59ff.) erstellt. Der Leitfaden setzt sich aus selbst kreierten Fragen und bereits eingesetzten Elementen aus vorhergehenden Studien zusammen. Bereits angeführte Literatur liefert hier Studien aus deren Frageblöcken man qualitativ gute Elemente wiederverwenden konnte. So wurden Fragen aus dem Forschungsprojekt, dass das Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz in Zusammenarbeit mit dem Kompetenzzentrum für Nonprofit-Organisationen und Social Entrepreneurship der Wirtschaftsuniversität Wien zur sozialen Lage in Österreich unter

COVID-19 durchgeführt hat, in den Interviewleitfaden integriert (BMSGPK, 2020). Mit dem fertig konstruierten Leitfaden (Anhang A) wurden schließlich die Expert:inneninterviews durchgeführt, worauf in Abschnitt 3.3 näher eingegangen wird. Zuvor soll nun noch die Dokumentation und die Begründung des Samples präsentiert werden.

3.2 Definition des Samples

Da in dieser qualitativen Forschung nicht von Theorien über den untersuchten Forschungsgegenstand ausgegangen wird, sondern die Untersuchung durch den direkten Kontakt mit dem Feld und den vorliegenden empirischen Zusammenhängen erfolgen soll, orientiert sich die Definition des Samples, wie unter Abschnitt 3.1 angeführt, an der Relevanz für das Thema des Forschungsgegenstandes. Flick (2020, S. 72ff.) beschreibt das „Purposive Sampling“, die gezielte Auswahl, nach Patton (2002) und nennt die Möglichkeit, die Auswahl an typischen und informationsträchtigen Erhebungseinheiten zu orientieren, die eine Fülle an Informationen für die Forschung bieten und das Feld von innen heraus erschließen lassen. Darauf aufbauend wurde entschieden den Fokus auf das Wissen von Expert:innen zu legen, da diese über einen privilegierten Zugang zu Informationen verfügen, der unerlässlich für diese Untersuchung ist (Meuser & Nagel, 2005, S. 73).

Das erste Interview wurde bereits im November 2021 geführt und dauerte aufgrund der Fülle der Information annähernd zwei Stunden. Im Zuge dessen wurde auch eine Empfehlung zu möglichen weiteren Interviewpartner:innen eingeholt. Die bedeutende Rolle, die der Organisation des/der ersten Interviewpartner:in auf dem österreichischen Non-profit-Sektor zukommt, ermöglichte es Hinweise auf eine eventuell sinnvolle Erweiterung oder Adaptierung des ursprünglichen Samplings zu geben. In weiterer Folge wurde die Zusammenstellung der Expert:innen dementsprechend angepasst. Da es sich um theoriegenerierende Expert:inneninterviews handelt, war es dem theoretischen Sampling folgend auch möglich, nach der ersten Datenerhebung und -auswertung weitere oder andere Auswahleinheiten in das Sampling mitaufzunehmen (Bogner et al., 2014, S. 35f.). Wie bereits erwähnt wurde, konnte das geplante elfte Expert:inneninterview nicht durchgeführt werden. Das Interview wurde für Ende Februar angesetzt und wurde folglich des Angriffs Russlands auf die Ukraine verschoben. Leider konnte auch ein neuer Termin aufgrund der Situation vor Ort in der Ukraine nicht eingehalten werden und das Interview wurde schließlich gänzlich abgesagt. Die Mitarbeiter:innen der Organisation arbeiteten direkt in der Ukraine und standen durch die Kriegsgeschehnisse vor Ort nicht nur unter

großem Druck sondern waren erneut mit einer Krise konfrontiert, was es verständlicherweise nicht möglich machte das Expert:inneninterview für das vorliegende Forschungsprojekt durchzuführen.

Daher wird nun eine Zusammenfassung der zehn finalen Auswahleinheiten in anonymisierter Form dargestellt. Das Sample umfasst zum einen übergeordnete Dachverbände und Interessensvertretungen, die sich für die Stärkung der Position der Nonprofit-Organisationen einsetzen, aber auch bei deren Vernetzung und Aus- und Weiterbildung eine wichtige Rolle einnehmen. Die angebotenen Services sollen den gesamten gemeinnützigen Sektor in Österreich, inklusiven dessen Stakeholder:innen gezielt unterstützen. Diese Organisationen waren außerdem in die Verhandlungen betreffend den NPO-Unterstützungsfonds involviert. Dem Ziel der wirtschaftlichen und sozialen Inklusion folgt ein ausgewählter Finanzdienstleister, der sich im Rahmen einer Social Banking-Abteilung Einzelpersonen und Hilfsorganisationen widmet. Dem Sample gehören außerdem eine Agentur, spezialisiert auf das Fundraising von Nonprofit-Organisationen, und das Kompetenzzentrum einer großen österreichischen Universität, mit Fokus auf den Nonprofit-Bereich, an. Die andere Hälfte des Samples bilden die Nonprofit-Organisationen. Unter ihnen finden sich namhafte und international tätige große Hilfsorganisationen, aber auch rein national tätige kleine Organisationen. Ihre unterschiedlichen Schwerpunktthemen reichen von Rettungs- und Sozialdienstleistungen über Tiere, Wohnungs- und Obdachlose, Gesundheit oder Notfallhilfe hin zu Kindern und Jugendlichen. Außerdem blicken sie auf abweichende Traditionen und Erfahrungswerte zurück. Sie umreißen so beispielhaft die breite Facette der Fülle an österreichischen Nonprofit-Organisationen. Alle interviewten Nonprofit-Organisationen erfüllen die unter Kapitel 2 genannten, für dieses Forschungsprojekt relevanten Merkmale einer Nonprofit-Organisation und sind einem der aufgezählten Tätigkeitsfelder zuzuordnen.

Diese kompakte Beschreibung der interviewten Organisationen wurde vorgenommen, um die Diversität der gewählten Nonprofit-Organisationen aufzuzeigen, aber auch um die bedeutenden Positionen der weiteren interviewten Einheiten darzustellen. Ihre Relevanz für den Nonprofit-Sektor unterstreicht die Stärke ihrer Ausführungen für die Ergebnisse der vorliegenden qualitativen Erhebung, auf deren Durchführung nun genauer eingegangen wird.

3.3 Durchführung der Interviews

Wie im Rahmen der Erläuterungen zur Definition des Samples angeführt wurde, fand das erste Expert:inneninterview zu einem früheren Zeitpunkt statt. Die weiteren Interviews wurden aufgrund einiger Verschiebungen über einen längeren Zeitraum zwischen Dezember 2021 und März 2022 geführt. Das erste Interview diente so zugleich als Pretest des Leitfadens, der somit innerhalb des Feldes durchgeführt werden konnte. Aufgrund der bereits angesprochenen Position dieser Organisation innerhalb des österreichischen Nonprofit-Sektors eignete sich diese gut, um einen ersten Überblick zu erhalten. Außerdem ermöglichte sie es, den Leitfaden und dessen Funktionalität mit dem/der Expert:in zu reflektieren (Bogner et al., 2014, S. 34), mit einem positiven Ergebnis für den weiteren Einsatz im Zuge der empirischen Untersuchung.

Die vorherrschende COVID-19-Pandemie wurde bereits zu Beginn des Forschungsprojekts als Risikofaktor für die Durchführung dieser Studie identifiziert und so hatte auch während der Interviews die Sicherheit der beteiligten Personen höchste Priorität. Aufgrund der weiterhin risikoreichen Situation und der hohen Infektionszahlen während der Monate der Datenerhebung wurde das erste Interview, wie auch alle Folgenden, mit Hilfe der Microsoft-Applikation MS Teams in Form von Videointerviews online durchgeführt. Alle Interviewpartner:innen zeigten sich sehr routiniert in der Durchführung von digitalen Gesprächen und trotz der örtlichen Trennung ließ sich zu Beginn der Interviews ein Vertrauen zwischen den Gesprächspartner:innen und der Interviewerin aufbauen. Die Interviews wurden nicht durch technische Probleme gestört und konnten jeweils ohne Unterbrechungen zu Ende geführt werden. Nur vereinzelt musste beobachtet werden, dass es der Interviewerin, bedingt durch die Distanz, schwerer fiel den Gesprächsfluss weiter aktiv zu fördern. Auch der vorliegenden Literatur nach ist der Einsatz der Online-Variante ohne Restriktionen möglich, da bei Expert:inneninterviews keine Notwendigkeit für aufwendige Notationssysteme besteht, wie nun unter Abschnitt 3.4 zum Auswertungsverfahren genauer erklärt wird.

3.4 Auswertungsverfahren

Das Auswertungsverfahren setzte sich aus zwei Hauptbestandteilen zusammen. Zum einen der Transkription der Expert:inneninterviews und zum anderen der darauf aufbauenden Auswertung der generierten Daten, in Form der Transkripte. Auf beide Bestandteile wird in den folgenden beiden Abschnitten zum Unterkapitel des Auswertungsverfahrens näher eingegangen. Zuerst wird der Vorgang der Transkription beschrieben und

danach wird die gewählte und durchgeführte Auswertungsmethode inklusive der einzelnen Teilabschnitte, im Sinne der Gütekriterien, vorgestellt.

3.4.1 Transkription

Von den unterschiedlichen Arten der Transkription wurde im Rahmen dieses Forschungsprozesses die audiobasierte Vorgehensweise gewählt. Transkription beschreibt dabei den Prozess der Verschriftlichung der Audioaufnahmen. Zu Beginn stand die vollständige Transkription der Tonaufnahmen der Interviews, die mittels Aufnahme-App aufgezeichnet wurden. Hier wurde davon ausgegangen, dass alle Diskursverläufe erfolgreich verlaufen sind und eine Fülle relevanter Informationen generiert werden konnte. Dies ist Bestandteil der qualitativen Forschung und bildet die Basis für die weitere qualitative Inhaltsanalyse. Die inhaltliche Vollständigkeit der Transkription stand folglich im Vordergrund und daher waren die Pausen, die Stimmlagen der Expert:innen sowie alle sonstigen nonverbalen Elemente kein Teil der Ergebnisinterpretation. Dieser Umstand unterstützt außerdem die Lesbarkeit der Transkripte als Basis der Inhaltsanalyse (Dresing & Pehl, 2018, S. 16ff.)

3.4.2 Auswertungsmethode

Zur Auswertung der generierten Daten aus den Expert:inneninterviews wurde die Methode von Gläser und Laudel (Bogner et al., 2014, S. 71ff.) ausgewählt. Diese Auswertungsmethode zu Informationszwecken wurde von den beiden Autor:innen als qualitative Inhaltsanalyse gezielt für die Auswertung von informatorischen Expert:inneninterviews entwickelt. Ziel ist es dabei, „soziale Sachverhalte“ zu untersuchen und die Wahrheit über bestimmte Entwicklungen empirisch zu erforschen. Um die aufgeworfenen Forschungsfragen zu beantworten, wird die Methode von Gläser und Laudel in fünf Teilabschnitte unterteilt. Diese Teilabschnitte werden im Folgenden kurz auf Basis der angeführten Literatur erläutert, um die durchgeführten Schritte der Auswertung vorzustellen.

1. Fragestellung und Materialauswahl

Im ersten Schritt wurden die Fragestellung und die Frageperspektive definiert, da diese die Perspektive bestimmt unter der in weiterer Folge die generierten Interviewtexte gelesen werden. Die geführten Expert:inneninterviews sollen inhaltlich relevantes Datenmaterial liefern und die Forschungsfrage bestimmt die Relevanz der jeweiligen Antworten. Auf Basis dessen erfolgt eine selektive Auswahl des zu analysierenden Materials, welches sich oftmals bereits während der Transkription der Expert:inneninterviews herauskristallisiert.

2. Aufbau des Kategoriensystems

Das zentrale Element dieses Konzepts ist die Anwendung eines Kategoriensystems auf die generierten Daten, wobei diese keineswegs in ein unumstößliches System eingeordnet werden. Die Kategorien müssen sich im Verlauf der Auswertung und im Zusammenhang mit dem Datenmaterial als korrekt beweisen und jederzeit revidier- und erweiterbar sein. Dies stellt den Hauptbestandteil der qualitativen Analyse der Ergebnisse dar (Bogner et al., 2014, S. 73).

Bei der Bildung von Kategoriensystem lassen sich zwei Ansätze unterscheiden. Einerseits können Kategorien deduktiv gebildet werden. Das heißt, dass im Vorfeld eine Literaturrecherche zu dem aufgeworfenen Forschungsgegenstand durchgeführt wird. Auf Basis der erlangten Informationen werden im Anschluss die Kategorien erstellt. Andererseits können Kategorien ebenso induktiv gebildet werden. Dies bedeutet, dass erst in der Auswertung der Daten die Kategorien abgeleitet werden und hierbei spielt die Theorie keinerlei Rolle (Mayring, 2015, S. 85). Nach Gläser und Laudel (2010, S. 198f.) besteht bei einer rein deduktiven oder induktiven Vorgehensweise die Gefahr für den Forschungsprozess, dass Erkenntnisse abhandenkommen und auf Basis dessen empfehlen sie eine kombinierte Vorgehensweise bei der Bildung des Kategoriensystems.

Das Kategoriensystem beinhaltet die einzelnen Kategorien und deren Abhängigkeitsbeziehungen zueinander. Es lässt sich meist als Erklärungsmodell ableiten, dass sich bei der Auseinandersetzung mit der relevanten Thematik ergibt. Anhand der enthaltenen Kategorien werden dann die Interviewtexte auf relevantes Datenmaterial untersucht (Bogner et al., 2014, S. 73f.).

In der vorliegenden Arbeit wurden daher vorab auf Basis der Literatur, aber auch der Struktur des Interviewleitfadens, die Kategorien gebildet. Der Leitfaden wird hier ebenfalls berücksichtigt, da dieser zum Teil auf bereits durchgeführten Studien beruht, die zu relevanten Ergebnissen auf diesem Forschungsgebiet beigetragen haben. Außerdem liegt die Literatur zu dem untersuchten Forschungsgegenstand, wie bereits erwähnt nicht in dem Umfang vor, wie bei anderen Problemstellungen. Daher erscheint diese Erweiterung sinnvoll. Außerdem wird eine Erweiterung oder Anpassung der Kategorien im Zuge der Auswertung nicht ausgeschlossen. Die gebildeten Kategorien sind in der Tabelle 3 unter Punkt B im Anhang ersichtlich.

3. Extraktion

Bei der Extraktion werden die Interviewtexte systematisch durchgearbeitet und in ein „thematisch geordnetes Konglomerat“ relevanter Informationen verwandelt. Die relevanten Textstellen werden den gebildeten Kategorien zugeordnet und so eine integrierte

Informationsbasis geschaffen, in der die Beantwortung der Forschungsfragen zu finden ist. Die Extraktion stellt außerdem einen entscheidenden Interpretationsschritt dar, da die Einstufung der Relevanz der Rohdaten auf einer Interpretation der Forscherin beruht. Sollte bei der Zuordnung Unklarheit entstehen, können die Extraktionsregeln, die Definitionen der Kategorien, zur Unterstützung herangezogen werden (Bogner et al., 2014, S. 74).

4. Aufbereitung der Daten

Dieser Schritt hat die Qualitätsverbesserung der Datenbasis im Sinn. Informationen aus unterschiedlichen Interviews, die inhaltlich zusammenhängen werden zusammengefasst, redundante Informationen reduziert und offensichtliche Fehleinschätzungen der Interviewpartner:innen werden korrigiert.

5. Auswertung

Der letzte Teilabschnitt der Auswertungsmethode befasst sich mit der Beantwortung der Forschungsfragen auf Basis des aufbereiteten Datenmaterials. Nun soll geklärt werden, welche Faktoren aufgetreten sind und zu diesem oder jenem Ergebnis geführt haben. Welche Ursachen haben welche Wirkung hervorgerufen? Durch diesen Schritt befasst man sich schließlich mit den realen Kausalitäten, mit dem Ziel, ein allgemeines Kausalmodell zu entwickeln, dass sowohl Gemeinsamkeiten als auch Varianzen offenlegt und erklärt (Bogner et al., 2014, S. 74f.).

Das vorherrschende Charakteristikum der vorliegenden Inhaltsanalyse ist nach Bogner et al. (2014, S. 75) die starke Schematisierung, die sich durch ihren Wissenschaftlichkeitsanspruch begründen lässt. Das vorrangige Ziel liegt hier in der Erfüllung des Gütekriteriums der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit. Die final erlangten Ergebnisse und deren Interpretation bezugnehmend auf die aufgeworfenen Forschungsfragen werden in Kapitel 4 dargestellt. Zuvor werden in dem letzten Abschnitt von Kapitel 3 noch die, dieser Forschungsarbeit zugrunde liegenden Gütekriterien, präsentiert.

3.5 Gütekriterien

Der folgende Abschnitt widmet sich den Gütekriterien qualitativer Studien, deren Erfüllung die Qualität der vorliegenden Forschungsarbeit gewährleistet hat. Die Literatur definiert hierzu die folgenden vier Kernkriterien qualitativer Forschung, an denen sich das Forschungsprojekt orientiert hat. Sie werden auf Basis der Ausführungen von Steinke (2019, S. 323ff.) näher vorgestellt.

Intersubjektive Nachvollziehbarkeit

Intersubjektive Nachvollziehbarkeit muss für den Forschungsprozess gegeben sein, worauf sich die Bewertung der Ergebnisse stützen lässt. Diese Sicherung und Prüfung der Nachvollziehbarkeit kann dabei durch die zentrale Technik der Dokumentation des Forschungsprozesses erfolgen. Diese Dokumentation ermöglicht es die einzelnen Bestandteile zu verstehen und nachverfolgen zu können, um sowohl den Prozess als auch die daraus resultierenden Ergebnisse erfassen und beurteilen zu können. Diese Beurteilung schließt dabei dann die Hauptkriterien der qualitativen Studie nämlich den Forschungsgegenstand, die Forschungsfragen und die Forschungsmethode mit ein. Folgende Dokumentationen wurden daher den Vorgaben dieser Technik entsprechend vorgenommen:

- Die Dokumentation des Vorverständnisses der Forscherin sowie seiner expliziten und impliziten Erwartungen
- Die Dokumentation der Erhebungsmethode und des Erhebungskontextes mit expliziten Informationen zu dem angewendeten Verfahren
- Die Dokumentation der Transkriptionsregeln
- Die Dokumentation der Daten
- Die Dokumentation der Auswertungsmethode und der Texte
- Die Dokumentation der Informationsquellen
- Die Dokumentation von Entscheidungen und Problemen
- Die Dokumentation der Kriterien, denen die Arbeit genügen soll

Indikation des Forschungsprozesses

Durch das Kriterium der Indikation des Forschungsprozesses wird dessen Angemessenheit in Bezug auf den gesamten Prozess beurteilt. Dies schließt die Indikation von sechs unterschiedlichen, aber gleichermaßen zentralen Prozessschritten des Forschungsvorhabens mit ein:

1. Indikation des qualitativen Vorgehens
2. Indikation der Methodenwahl
3. Indikation der Transkriptionsregeln
4. Indikation der Samplingstrategie
5. Indikation der methodischen Einzelentscheidungen im Kontext der gesamten Untersuchung
6. Indikation der Bewertungskriterien

Empirische Verankerung

Die empirische Verankerung stellt sicher, dass die Bildung und Überprüfung von Hypothesen oder Theorien auf Basis der Daten empirisch begründet sind. Die Prüfung dieses Kriteriums kann durch die Verwendung kodifizierter Methoden, hinreichender Textbelege, analytischer Induktion, Prognosen oder kommunikative Validierung erfolgen.

Limitation

Durch das Kriterium der Limitation werden die Grenzen des Geltungsbereichs der generierten Ergebnisse abgesteckt und geprüft. Im Zuge der Limitation lassen sich zwei Techniken unterscheiden: zum einen die der Fallkontrastierung und zum anderen die klar definierte Suche und Analyse abweichender, negativer und extremer Fälle.

Weitere Kriterien

Steinke (Steinke, 2019, S. 330f.) führt noch drei weitere Kriterien qualitativer Forschung an, die in der folgenden Auflistung zusammengefasst präsentiert werden.

- **Kohärenz**
Die präsentierten Ergebnisse sollten in sich konsistent sein und ungelöste Fragen und Widersprüche in diesem Zusammenhang transparent diskutiert werden.
- **Relevanz**
Hier gilt es auf der einen Seite zu klären, ob die aufgeworfene Fragestellung relevant ist. Auf der anderen Seite wird beantwortet, welchen Beitrag die generierten Ergebnisse leisten, ob sie zur Lösung von Problemen anregen, verallgemeinerbar sind und die Darstellung überschaubar ist.
- **Reflektierte Subjektivität**
Durch die reflektierte Subjektivität wird die konstituierende Rolle der Forscherin zum einen als Subjekt und zum anderen als Teil der von ihr erforschten sozialen Welt im Zusammenhang mit ihrer methodischen Reflektion in der Theoriebildung, untersucht.

Steinke unterstreicht in ihren Ausführungen, dass nur die Bewertung mehrerer der vorangegangenen Kernkriterien eine abschließend relevante Beurteilung qualitativer Studien erlaubt. So ermöglichte die Einhaltung dieser Gütekriterien die Gewinnung empirisch begründeter Ergebnisse nach angemessener Auswertung der qualitativen Daten, um in weiterer Folge die Forschungsfragen zu beantworten. Die Darstellung und die Interpretation der generierten Ergebnisse aus den zehn leitfadenbasierten Expert:inneninterviews erfolgen nun in Kapitel 4.

4 Darstellung und Interpretation der Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der empirischen Untersuchung auf Basis der geführten Expert:inneninterviews ausgeführt. Im Zuge der Zusammenfassung wurden die Inhalte gemäß der dargestellten Auswertungsmethode anhand des Kategoriensystems strukturiert, extrahiert, aufbereitet und ausgewertet. Die Ergebnisse daraus werden in den folgenden Abschnitten systematisch dargestellt. Die aus der Auswertung gewonnenen Erkenntnisse dienen dazu, einen Einblick in die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Nonprofit-Organisationen und das Fundraising im Speziellen zu erhalten sowie die Entwicklung und mögliche Veränderungen des Spendenverhaltens durch die Krise zu identifizieren. Anschließend wird die Meinung der Expert:innen zur aktuellen Situation des Nonprofit-Sektors und den Implikationen der Krise für die Zukunft präsentiert. Stellvertretend für die Namen der Expert:innen werden die Abkürzungen IP1 bis IP10 (Interviewpartner:innen) verwendet. Der Aufbau des folgenden Kapitels orientiert sich dabei an dem Aufbau des Kategoriensystems, da dieses eine übersichtliche Darstellung und weitere Überleitung der Ergebnisse ermöglicht. Die gewonnenen und dargelegten Erkenntnisse bilden so in weiterer Folge die Basis zur Beantwortung der Forschungsfragen am Ende dieses Kapitels.

Gleich zu Beginn ist anzumerken, dass sich im Zuge aller geführten Interviews gezeigt hat, dass sich die ersten Konsequenzen und Veränderungen unmittelbar mit der Bekanntgabe des ersten Lockdowns im März 2020 gezeigt haben. Bereits zu Beginn der COVID-19-Krise waren die Organisationen hier gefordert zu reagieren und erste Maßnahmen zu setzen. Ein kurzes, aber plakatives Beispiel für den Einstieg wäre hier die Situation, in der sich eine der interviewten Nonprofit-Organisationen wiedergefunden hat. Von Seiten der Regierung hieß es „Bleiben Sie zuhause!“ und so sah sie sich mit der Frage konfrontiert, was dieser Satz bedeutet, wenn man kein zuhause hat? Eine Frage, die auf viele ihrer Klient:innen zutraf und so waren die Organisation und ihre Mitarbeiter:innen bereits in diesen ersten Momenten der Krise sehr gefordert. Sowohl im Rahmen ihrer Leistungserstellung und der Folgen für die Organisation aber auch im Zusammenhang mit dem Fundraising und dem Kontakt mit ihren Spender:innen. Genau diese beiden Aspekte haben aber auch die anderen Nonprofit-Organisationen sehr stark betroffen und daher wird nun in den ersten beiden Abschnitten auf die Ergebnisse betreffend die Folgen für die Nonprofit-Organisationen und deren Fundraising näher eingegangen.

4.1 Folgen für die Nonprofit-Organisationen

Mit Eintritt des ersten Lockdowns begann eine große Unsicherheit innerhalb der Organisationen, auf der unbekanntem Situation und begründet auf der Angst vor den befürchteten negativen Konsequenzen. Zu diesen zählten zum einen die akuten Auswirkungen für das Fundraising, wie der Stopp von Face-to-Face Fundraising, aber zum anderen auch die prognostizierte steigende Zahl der arbeitslosen Menschen und jener in Kurzarbeit, was laut den Befürchtungen zu sinkenden Spendenzahlen führen hätte können. Hier hatten zwar andere Krisen bereits gezeigt, dass diese Annahmen nicht zwangsläufig eintreten mussten, aber eine solche Krise hatte es eben noch nicht gegeben.

„Diese Unsicherheit hat dort (Anm: Nonprofit-Organisationen) zumindest ein Vierteljahr gedauert, wo es sehr unklar war, wie das weitergeht mit den Organisationen – Existenzängste waren da.“

(IP6, S. 42)

Mit der Schaffung des NPO-Unterstützungsfonds nach einigen Monaten konnte der finanziellen Unsicherheit etwas entgegengewirkt werden, wenn auch dessen Einrichtung erst einige Zeit später gesichert wurde als die Unterstützung für den wirtschaftlichen Bereich. Durch den NPO-Unterstützungsfonds konnten Einnahmehausfälle im Vergleich zum Jahr 2019 gedeckt werden, allerdings bot er nicht die Möglichkeit entstandene Mehraufwände auszugleichen. Auf diesen Fonds aus Sicht der Expert:innen wird in späterer Folge dieses Abschnitts noch näher eingegangen.

Der unbekanntem Situation der Pandemie und des Lockdowns geschuldet, suchten die Organisationen nach Rat und Unterstützung und so kam es national und auch international zu verstärktem Austausch, Vernetzung und digitaler Aus- und Weiterbildung, um zu lernen, wie man am effizientesten reagieren konnte und musste. Die Organisationen arbeiteten schließlich daran entgegen allen Sorgen den laufenden Betrieb und die Versorgung qualitativ hochwertig und professionell aufrechtzuerhalten.

Die nun folgenden Ausführungen legen den Fokus auf die, wie sich gezeigt hat, zentralen Themen für die Nonprofit-Organisationen in der Krise. Diese beinhalten die Digitalisierung der Organisation, die strukturellen und personellen Maßnahmen, ihre Heterogenität und deren Rolle in der Pandemie, die Leistungserstellung, finanzielle Auswirkungen und Unterstützungsmaßnahmen und die offengelegten Lücken der Arbeit der NPOs durch die Pandemie.

4.1.1 Digitalisierung der Organisation

Ein Schritt, der hier keiner Nonprofit-Organisation erspart geblieben ist, war eine allumfassende Digitalisierung. Es kam zu einem Technologieschub durch den Zwang der Virtualisierung vieler Prozesse innerhalb der Organisationen. Eine erste Entwicklung, die beinahe alle Organisationen traf, führte dazu, dass alle Mitarbeiter:innen, bei denen es möglich war, dem Aufruf der Regierung folgend aus dem Home-Office tätig wurden. Dazu mussten sie natürlich mit allen notwendigen Ressourcen wie Laptops und Mobiltelefonen ausgestattet werden. Viele Organisationen gehen bis heute diesen Weg des Home-Office und sind zufrieden, wie sich diese Umstellung entwickelt hat. Es hat sich gezeigt, dass es nicht nur technisch sehr gut funktioniert, sondern dass die Mitarbeiter:innen weiterhin sehr motiviert sind und keine Gefahr eines Leistungseinbruchs oder Vertrauensverlustes besteht. International tätige Organisationen haben ebenfalls diese Erfahrungen geteilt und selbst dort waren sowohl die Ausstattung als auch der Onlinekontakt und die Leistungskurven kein Problem. Dennoch sehen viele für die zukünftige Zusammenarbeit hier die Notwendigkeit einen Mittelweg zu finden, um auch den Vorteil aus persönlichem Kontakt wieder generieren zu können. Die positiven Learnings sollen hier helfen ideale Kompromisse zu finden. Die Digitalisierung betraf aber auch die Kommunikationsarbeit innerhalb der Organisationen. Bedingt durch die Homeoffice-Tätigkeit vieler Mitarbeiter:innen, musste von nun an sowohl das Führen selbst als auch sämtliche Coachings, Onboardings und das Recruiting online erfolgen. Eine Entwicklung, die vor allem im Bereich des Recruitings und der Mitarbeiter:innenkommunikation nicht immer leicht war und die Schaffung neuer Prozesse und Formate erforderte. Man stand de facto vor einer neuen Art zu arbeiten und die Digitalisierung wurde so zu einem auf allen Ebenen präsenten Thema. Dies führte neben vielen Herausforderungen aber auch zu den Möglichkeiten einer Effizienzsteigerung, da durch diverse Umstellungen auch Potenziale erkannt wurden. Für deren Umsetzung musste dann sowohl Vertrauen in die Technologie als auch in die Zukunft gegeben sein.

4.1.2 Strukturelle und personelle Maßnahmen

Blickt man auf die notwendigen Maßnahmen auf struktureller und personeller Ebene, dann zeigt sich ein vielschichtiges Bild. Die internen Strukturen mussten aufgrund der Digitalisierung in vielen Bereichen neu angepasst werden, aber auch aufgrund der geänderten Ressourcenanforderungen in unterschiedlichen Organisationsbereichen. Dies traf beispielsweise auf das Fundraising zu, worauf in Abschnitt 4.2 näher eingegangen wird.

Pandemiebedingt wurden in allen Organisationen die oft weit verbreiteten und in die Arbeitsprozesse integrierten Dienstreisen eingestellt und Meetings von großen Arbeitsgruppen konnten nicht mehr stattfinden. Die Teams der Organisationen mussten im Zuge der anhaltenden Pandemie geteilt werden, auf der einen Seite um die Mitarbeiter:innen zu schützen und auf der anderen Seite, um mögliche Infektionen zu verhindern und den Fortbestand der Arbeit gewährleisten zu können. Diese Trennung wurde von allen Organisationen als präventive Maßnahme gesetzt und war vor allem im Bereich der 24-Stunden-Betreuung unumgänglich. Allgemein kam es zu einem sehr hohen Arbeitspensum, speziell in den Bereichen Fundraising und in der Leistungserstellung im Gesundheitsbereich. Dennoch kam es zu wenigen Neuanstellungen und eingestellt wurde nur, um ausgefallene Mitarbeiter:innen zu ersetzen und wenn das entsprechende Budget vorhanden war. Wenn Strukturen aufgrund von Einnahmerückgängen angepasst werden mussten, kam es vereinzelt auch zu Kündigungen, doch diese Schritte boten zugleich die Option einer Review der eigenen Organisation und so mögliche Schritte zur Weiterentwicklung zu erkennen. Konnten oder wollten die Mitarbeiter:innen den Weg der Digitalisierung in ihrem Arbeitsalltag nicht mitgehen, musste man mitunter auch die Entscheidung treffen, von nun an getrennte Wege zu gehen, denn gegen den digitalen Schub konnte man sich in dieser Zeit nicht stellen.

Die Organisationen wurden „überschwemmt“ von Anfragen, die von den Mitarbeiter:innen beantwortet werden mussten. Gleichzeitig war auch die Situation im Home-Office für sie eine völlig neue Erfahrung, die nicht für alle einfach war. Abhängig von den Gegebenheiten am „Arbeitsplatz daheim“ und den privaten Umständen waren diese Auswirkungen oft extrem belastend für die Mitarbeiter:innen, auch auf psychischer Ebene. Vereinzelt kam es sogar zu Burn-Out-Fällen, weil sie die Anforderungen nicht mehr erfüllen konnten. Hier waren die Führungskräfte besonders gefragt und mussten sensibel und vertrauensvoll agieren, was in einer Situation ohne persönlichen Kontakt oftmals schwerfiel. Daher wurde in manchen Organisationen versucht einen Ersatz zu finden, wie regelmäßigen Online-Austausch oder persönliche Treffen im Freien, um den Kontakt zu halten.

Sehr wenige Organisationen mussten strukturell und prozessorientiert keine Anpassungen vornehmen. Dies betraf nur jene Organisationen, deren Prozesse bereits auf Krisen und Katastrophen ausgelegt waren. Diese hatten in diesem Fall einen klaren Vorteil und konnten sich so sofort auf andere Themen fokussieren.

4.1.3 Heterogenität der Organisationen und deren Rolle in der Pandemie

Der Nonprofit-Sektor ist ein sehr diverser Sektor mit einer Vielzahl an unterschiedlichen Organisationen und Stakeholder:innen und daher waren und sind diese Organisationen auch unterschiedlich von der Krise betroffen. Diese Betroffenheit ist abhängig von mehreren Faktoren. Dazu zählt die Leistungserstellung, deren Einschränkung, Erweiterung und Umstellung bedingt durch die Krise. Manche Organisationen mussten hier weitreichende Veränderungen vornehmen und dabei viele Regelungen und Vorsichtsmaßnahmen beachten. Diese Auswirkungen werden im nächsten Abschnitt 4.1.4 detaillierter thematisiert werden.

Zu diesen Faktoren zählen, das Ausmaß wie viel die Organisationen nach Beginn der Pandemie zu tun hatten aber auch pandemie-losgelöste Eigenschaften der Organisationen wie die Größe, die Dauer des Bestehens, wie sie sich finanzieren, die Fundraising-Instrumente, die Thematik und die Art der Aufgabe, den Klient:innen, und ob sie international oder national tätig sind. Nimmt man hier ein Beispiel heraus, so war es für Nonprofit-Organisationen, die ihren Fokus auf Events gelegt hatten, besonders schwierig und diese mussten in vielen Bereichen Änderungen vornehmen, wie zum Beispiel der Leistungserstellung und dem Fundraising. Sieht man sich international tätige Organisationen an, dann waren diese nicht nur damit konfrontiert, dass man nicht reisen konnte, sondern auch der Aktionsradius eingeschränkt war, wenn internationale Programme gestoppt werden mussten, was eine Reaktion darauf erschwerte. All diese Faktoren führten zu großen Unterschieden bei den Folgen für das operative Geschäft. Ein weiterer Unterschied lag auch darin, wie weit die Digitalisierung der Organisationen bereits fortgeschritten war und wie viel sie auf diesem Gebiet bereits implementiert hatten.

Da im Zuge der Erörterungen zur Heterogenität der Nonprofit-Organisationen auch besonders die Situation der kleinen Organisationen hervorgehoben wurde, wird diesem oftmals „blinden Fleck“ in den Entwicklungen nun noch eine detaillierte Darstellung innerhalb der Ergebnisse zu diesem Abschnitt gewidmet.

Der „blinde Fleck“ – Kleine Organisationen

Kleinere Organisationen hatten es im Rahmen der Krise grundsätzlich schwerer und werden es auch in Zukunft schwerer haben. Größere Organisationen konnten mit der Krise viel besser umgehen und halten durch ihre Größe und die internen Strukturen tendenziell auch mehr aus. Große Organisationen beispielsweise sind es gewohnt in kurzer Zeit internationale und nationale Nothilfe aufzustellen. Das ist in deren Grundstrukturen verankert und beschreibt einen wesentlichen Unterschied. Größere Organisationen

konnten die Auswirkungen der Krise außerdem dank ihrer Ressourcen, finanziell wie auch personell, besser bewältigen. Personell bedeutet in diesem Zusammenhang nicht nur die Menge an Personal, sondern auch ob die Verantwortlichen die entsprechende Innovationsbereitschaft und das benötigte Know-How mitbringen oder diese Mitarbeiter:innen überhaupt vorhanden sind. Dies ist in kleinen Organisationen nicht immer der Fall und mitunter fehlen auch die technischen Möglichkeiten.

„Ich sehe hier wirklich das Defizit, dass kleinere Organisationen vor diesen großen Herausforderungen ohnmächtig dastehen und sehr stark von einzelnen Menschen abhängig sind und wie innovationsbereit diese sind, sich aber sonst schwer tun werden mittelfristig auch zu überleben.“

(IP6, S. 46)

Außerdem werden die Darstellungen in Abschnitt 4.3 zum Spendenverhalten zeigen, dass es während der Pandemie eine Bewegung der Spendenzahlungen hin zu namhaften großen Organisationen gab und dies hatte natürlich Auswirkungen auf die kleineren Organisationen. Diese mussten und müssen weiterhin stärker um ihre Sichtbarkeit kämpfen, wobei ihnen aber gleichzeitig weniger Einnahmen zur Verfügung stehen. Daher wird es wichtig sein, dass sie sich gut vernetzen und dafür kämpfen, dass auch sie und ihre Probleme, die mitunter anders verortet sind, Gehör finden. Zu den Höhepunkten der Krise war dies nicht immer der Fall, da hier vor allem die großen Organisationen Teil der Krisenkommunikationsgremien waren. Um sich besser und sichtbarer positionieren zu können, müssen sich die kleinen Organisationen besser koordinieren, untereinander aber auch vor der Interessensvertretung und der Regierung. Wie man gesehen hat, stieg informelles Spenden rasant an und hat große Wirkung gezeigt. Diese Hilfe könnten gerade kleine Organisationen sehr gut für sich nutzen.

4.1.4 Leistungserstellung – Einschränkungen und Erweiterungen

Wie im vorherigen Abschnitt bereits angesprochen, zeigt sich diese Diversität auch im Ausmaß der Auswirkungen auf die Leistungserstellung der Nonprofit-Organisationen und diese Ergebnisse sollen nun im Detail präsentiert werden.

Viele Organisationen mussten ihre Leistungserstellung neu denken und Maßnahmen setzen, um auch die Bevölkerung hier aktiv einzubinden, indem sie sie unter anderem dazu aufriefen zu helfen. Man hat in der schwierigen Zeit gemerkt, wie sie es geschafft haben die Menschen dazu zu motivieren sich einzubringen und wie die Bevölkerung mobilisiert werden kann, wenn sie genau weiß, was zu tun ist. Der Dritte Sektor hat sich

so sowohl im formellen als auch im informellen ehrenamtlichen Engagement selbst über-
troffen.

**„Viele Organisationen haben aufgerufen, beispielsweise mit Schwarzem-Brett-
Aufrufen und man hat gesehen, wenn man die Leute aufruft, dann tun sie das
auch. Die Bevölkerung ist mobilisierbar, wenn das nur gut unterstützt wird und
die entsprechende Rückendeckung da ist. Es war einfach umzusetzen für die
Leute.“**

(IP2, S. 16)

Der direkte Bezug der Leistungserstellung zu COVID-19 war einer der entscheidendsten
Indikatoren dafür, ob und wie stark die Leistungserstellung der Organisationen ange-
passt werden musste. Beispiele für einen hohen Grad an Involvierung wären hier Kran-
kenhäuser oder auch Nonprofit-Organisationen, die die Testungen auf COVID-19 durch-
geführt haben. Bei vielen Organisationen war aufgrund des hohen Leistungsaufkom-
mens auch der Mangel an Mitarbeiter:innen oder Fachleuten ein Problem, wie auch die
infektiöse Situation. So kam es zu vielen krisenbedingten Umstellungen oder auch jenen
die durch Strukturschwächen verursacht wurden. Leistungen anderer Art, die einge-
schränkt werden mussten, waren Sportveranstaltungen oder das Führen von Verhand-
lungen.

Wenn Organisationen persönliche Dienstleistungen zur Verfügung stellen, dann war es
natürlich besonders gravierend, weil im ersten Lockdown sehr viele Einrichtungen plötz-
lich geschlossen wurden. Zum Teil konnten Anbieter:innen argumentieren, dass ihre
Häuser nicht geschlossen werden können, doch dies wurde oft nicht gehört und daher
konnten sie entweder für lange Zeit nicht wieder öffnen oder erst nach längeren Ver-
handlungen. Dies konnte entweder den Verlust eines Leistungsangebots für Klient:innen
bedeuten oder auch einen Einkommensverlust, wenn dadurch auch Besucher:innen
fernbleiben mussten. Weitreichende Auswirkungen hatten beispielsweise auch Schlie-
ßungen von Essensausgaben, wodurch Menschen nicht adäquat versorgt werden konn-
ten und andere Organisationen dies auffangen mussten. Eine andere Lösung war die
Umstellung der Leistung auf eine Form von „Essen zum Mitnehmen“, aber auch dies
musste vorher rechtlich geklärt und danach umgesetzt werden. Bei systemrelevanten
Nonprofit-Organisationen oder jenen, die aufgrund ihrer Thematik und Aufgaben auf Kri-
sen und Katastrophen vorbereitet sind, zeigte sich ein etwas anderes Bild. Sie hatten
zum Teil eine immense Leistungserweiterung zu bewältigen und manche Leistungen
konnten nicht ersetzt werden. Man musste zwar etwas adaptieren, aber auch hier galt,
wenn man auf Pandemien und auf Infektionen vorbereitet ist, sind auch diese Prozesse
bereits vorgedacht und vorbereitet. In weiterer Folge sind somit nur wenige

Umstellungen notwendig. Einige wenige große Organisationen haben ihre Dienstleistungen daher seit jeher priorisiert. Es gibt Leistungen, die kritische Infrastruktur-Services bereitstellen, die nicht eingestellt werden können. Bei anderen Leistungen kommt es zu einer Priorisierung auf Leistungs- oder Klient:innenebene. Des Weiteren gibt es Serviceleistungen, bei welchen es zwar unangenehm ist wenn diese nicht angeboten werden, wo aber nichts passiert, wenn sie für ein paar Wochen oder ein paar Monate ausfallen. Solche sogenannten Einsatz- und Krisenorganisation verfügen über eine entsprechende Priorisierung, weil es jederzeit zu Krisen, Leistungs- oder Mitarbeiter:innenausfällen kommen kann.

Wenn fortdauernder Betreuungsaufwand gegeben war, der gesichert werden musste, gab es hier besondere Umstände dies zu lösen. Beispielsweise sehr hohe Kosten, denn bei der Betreuung von Kindern und Jugendlichen bedeutete es zusätzliche Betreuungsaufgaben, entstanden durch die geschlossenen Schulen. Gleichzeitig war das Infektionsrisiko gegeben, welches schwierig zu kontrollieren war. Hier sind betroffene Organisationen mit strukturiertem Vorgehen erfolgreich gewesen, auch wenn sie, wie sie selbst sagen, „keine andere Wahl hatten“. So wie sie es innerhalb der Organisation gelöst haben, so musste man eben auch bei der Leistungserstellung vorgehen. Verknüpft dazu war es eine weitere Aufgabe, auch digitale, interessante Leistungen zu schaffen und das Leistungsangebot so zu erweitern. Der Druck im digitalen Wirkungsbereich war, wie bereits beschrieben, auf allen Ebenen sehr hoch und ist im Verlauf der Pandemie exponentiell angestiegen.

Es ging also nicht immer nur um die Umstellung ins Digitale oder das Stoppen einer Leistung, die Anpassung des Leistungsangebots kannte viele Facetten. Auch Erweiterungen der Dienstleistungen, weil Neues ergänzt werden musste, wenn das Ursprüngliche nicht mehr möglich oder nicht anpassbar war, und ersetzt werden musste. Es wurden aber auch ganz neue Leistungen geschaffen, um die zum Teil neu aufgetretenen Bedürfnisse der Klient:innen aufzufangen. Teilweise planen die Organisationen manche dieser Leistungen bestehen zu lassen, mitunter ist dies aber auch eine Frage der Finanzierung. Der Dritte Sektor ist ein Dienstleistungs-Sektor und war dadurch doppelt betroffen, denn es gab einerseits die Herausforderung die Organisation von innen heraus zu verändern und zu digitalisieren, aber gleichzeitig hatten viele in ihrer Rolle als Akteur:innen des Sektors Einrichtungen, die sie betreiben und schützen mussten, wie auch ihre Klient:innen. Begleitet wurde dies noch von steigenden Kosten durch Informations- und Sicherheitsmaßnahmen und zum Teil sinkenden Einnahmen.

4.1.5 Finanzielle Auswirkungen und Unterstützungsmaßnahmen

Bei den finanziellen Auswirkungen und der Finanzierungsstruktur der Nonprofit-Organisationen zu Zeiten der COVID-19-Pandemie lassen sich die divergenten Ergebnisse wie folgt darstellen.

Auf der einen Seite gaben Organisationen an, dass ihre Finanzierungsstruktur trotz der Krise gleichgeblieben ist und dieser Weg für sie funktioniert hat. Mitunter ging es ihnen finanziell zu gut, um Leistungen des NPO-Unterstützungsfonds in Anspruch nehmen zu können.

Auf der anderen Seite gab es NPOs, die Budgets innerhalb des aktuellen Geschäftsjahres umschichten und den externen wie auch internen Geschehnissen anpassen mussten. Organisationen, bei denen der ursprüngliche Finanzierungsweg aufgrund der Pandemie nicht mehr funktionierte, mussten neue Maßnahmen setzen und versuchen den erlittenen Einbruch an Einnahmen aufzufangen und neue Finanzierungswege zu finden. Geholfen hat manchen dabei ihr thematischer Bezug zum Thema COVID-19. Diesen konnten sie nutzen, um Zugang zu neuen Finanzquellen wie Stiftungen oder Unternehmen zu finden, die thematische Kooperationspartner:innen suchten. Gelang dies nicht oder nicht sofort, dann kam es auch zu präventiven Kostenreduktionen, um die Entwicklungen abzuwarten und kein finanzielles Risiko einzugehen. Der Liquiditätsbedarf war dem Vernehmen nach zwar anders als vor der Pandemie, erreichte aber nicht die zu Beginn der Pandemie prognostizierte Höhe. So mussten etliche geschaffene Produkte der Finanzdienstleister:innen nicht in Anspruch genommen werden. Diese führen diese Entwicklung auch auf die Professionalisierung im Fundraising und der Interessensvertretung im Laufe der Krise zurück. Zu beachten ist hier ebenfalls der bereits erläuterte Punkt der Heterogenität, der auch in der Art der Finanzierung und den dadurch entstandenen Auswirkungen eine große Rolle spielte.

Im Zusammenhang mit den finanziellen Maßnahmen soll nun noch den Themen NPO-Unterstützungsfonds und Kurzarbeit in den Organisationen gesonderte Beachtung geschenkt werden.

NPO-Unterstützungsfonds

Der NPO-Unterstützungsfonds lief aus Sicht der Expert:innen sehr gut. Einreichung und Abwicklung haben sehr gut funktioniert und er war ein gutes Instrument für die Unterstützung der Organisationen, die ihn in Anspruch genommen haben. Dadurch stellte er eine große Hilfe dar und so haben auch die Sorgen und die Unsicherheit im Verlauf der

Monate nach Einrichtung des Fonds abgenommen. Es gab aber auch Nonprofit-Organisationen, die den Fonds nicht in Anspruch genommen haben, weil sie trotz der Krise höhere Spenden als im Jahr 2019 einnehmen konnten, wodurch der Ausgleich eines Einnahmenausfalls obsolet wurde. Über die Interviews hinweg gab es aber keinerlei negativen Stimmen zu dieser Unterstützungsmaßnahme der Regierung, abgesehen von dem etwas späten Zeitpunkt des offiziellen Beschlusses. Bei der Einrichtung des Unterstützungsfonds kam es zu einer Unstimmigkeit zwischen dem Bund und den Ländern, was eine Verzögerung zur Folge hatte und so stand er wie bereits erwähnt später zur Verfügung als die Unterstützungsleistungen für die Wirtschaft.

Sieht man von dieser Verzögerung ab, hatte dieses gemeinsame Auftreten und die gemeinsame Interessenvertretung, die für den Fonds eintrat, trotz allem einen großen Wert für den Dritten Sektor und war für Österreich etwas Besonderes. Dies bestätigt sich vor allem durch die Tatsache, dass mit der Einrichtung des NPO-Unterstützungsfonds zum ersten Mal der Begriff der Nonprofit-Organisation rechtlich aufgenommen und so dem Sektor wirklich Beachtung geschenkt wurde. Nach Ansicht der Expert:innen ein Anzeichen dafür, dass sich die Bedeutung des Sektors in die richtige Richtung entwickeln könnte, denn die Lobby der NPOs hat hier eine aussagekräftige Stimme bekommen.

Kurzarbeit

Die Kurzarbeit konnte von den Nonprofit-Organisationen schneller in Anspruch genommen und rückwirkend für April bis Juni 2020 beantragt werden. Einige Organisationen führten die Kurzarbeit nur zu Beginn während des ersten Lockdowns ein, da es zu diesem Zeitpunkt entsprechende Unterstützungsleistungen gab, welche im weiteren Verlauf mit den neuen Richtlinien im Oktober 2020 aber eingestellt wurden. Wie sich auch aus dem Abschnitt zur Leistungserstellung jedoch ergibt, haben viele Organisationen die Möglichkeit der Kurzarbeit nicht in Anspruch genommen, weil es das Arbeitspensum und der gestiegene Mehraufwand schlichtweg nicht zuließen. Für den Sozial- und Gesundheitsbereich beispielsweise erwies sich die Kurzarbeit aufgrund des Arbeitsaufwands als schwer umsetzbar und daher nahmen weniger als zehn Prozent das Angebot in Anspruch.

Der NPO-Unterstützungsfonds und die Kurzarbeit unterstreichen das hohe Niveau der öffentlichen Unterstützung im Vergleich mit den anderen europäischen Ländern in diesem Bereich. Dank dieser Instrumente stellte die Finanzierung für die Nonprofit-Organisationen in Österreich nicht das größte Problem für dar, da die Maßnahmen tatsächlich Wirkung gezeigt haben.

4.1.6 Offengelegte Lücken in der Arbeit der Nonprofit-Organisationen

Ganz allgemein gesprochen waren wie zu Beginn von Abschnitt 4.1 eingeleitet, viele Nonprofit-Organisationen mit einer neuen Situation konfrontiert, die Lücken offenlegte und Schwächen aufzeigte. Sie mussten daher oft neue Mittel und Wege finden, einerseits um ihre Klient:innen zu erreichen und zu unterstützen, andererseits galt dasselbe aber auch für den Kontakt zu den Spender:innen. Wie bei allen behandelten Punkten war auch hier wieder relevant, dass es bei diesen Herausforderungen auf die Organisationen selbst und ihr bisheriges Leistungsangebot ankam. Die COVID-19-Pandemie hat gezeigt, dass einige der Finanzierungsinstrumente mitunter nicht sehr flexibel sind und adaptiert werden müssen. Die Pandemie offenbarte außerdem strukturelle Ansatzpunkte bei gesellschaftlichen Themen, die bereits vorhanden waren, aber erst durch das Aufkommen der Krise in den Vordergrund traten, gemeinsam mit der Tatsache, dass hier entsprechende Lösungen fehlen.

Betrachtet man die Thematik aus der digitalen Perspektive so ergab sich eine Vielzahl an Potenzialen im Leistungsangebot, das zu nützen war. Darauf aufbauend wurde von vielen Organisationen merklich nachgerüstet, sowohl organisationsintern im Zusammenhang mit der Kommunikation als auch im Rahmen der Leistungserstellung. Online ergaben sich hier nach Meinung der Expert:innen aber mehr Möglichkeiten als Probleme.

Eine Tatsache, die auch den Bereich des Fundraisings miteinschließt. Diesem widmet sich der folgende Abschnitt 4.2 nun ausführlicher.

4.2 Fundraising

Die Ergebnisse zum Fundraising werden die Auswirkungen auf die Fundraising-Instrumente und deren darauffolgende Entwicklungen aufzeigen und danach genauer auf das Online-Fundraising im Speziellen eingehen. Danach bietet sich ein Ausblick auf das Fundraising und die Finanzierung im Jahr 2022, der durch die erkannten Implikationen für das zukünftige Fundraising ergänzt wird.

4.2.1 Fundraising-Instrumente

Die Auswirkungen auf die einzelnen Nonprofit-Organisationen, die die Entwicklungen und Veränderungen der Instrumente des Fundraisings aufgrund der COVID-19-Pandemie hatten, hingen sehr stark davon ab, welche Instrumente bis zum Ausbruch der Pandemie am meisten genutzt wurden. Dieser Abschnitt soll daher einen Überblick zu den

jeweiligen Instrumenten geben und exemplarisch anführen, welche Folgen das für die nutzenden Organisationen hatte.

- *Charity-Events*

Charity-Events konnten aufgrund der Pandemie für sehr lange Zeit nicht stattfinden und waren zum Ende der Interviews immer noch in sehr eingeschränkter Form als Instrument einsetzbar und schwer wieder anzustoßen. Organisationen, die zuvor viele Einnahmen über solche Events generiert hatten, haben diese Auswirkungen sehr stark gespürt und mussten Großteils, sofern es ihnen möglich war, öffentliche Unterstützungsleistungen in Anspruch nehmen. Sie mussten außerdem versuchen auf neue Instrumente umzustellen, was sowohl Zeit als auch Ressourcen kostete und durch fehlende Erfahrungen mit anderen Fundraising-Instrumenten erschwert wurde.

- *Corporate Fundraising*

Beim Corporate Fundraising gab es gleich zu Beginn im Frühjahr eine sehr starke Zurückhaltung und viele der Spendenzahlungen haben sich dadurch verschoben. Viele Unternehmen wollten abwarten, wie sich die Krise entwickelt und wie es dadurch für sie weitergeht. Diese haben dann erst mit Jahresende die Zuwendungen an die Nonprofit-Organisationen geleistet. Durch die Krise hat sich auf diesem Gebiet aber allgemein viel geändert, weil es nun nach zwei Jahren Pandemie, im Vergleich zur Zeit vor der Krise, zu einer drastisch reduzierteren Zahl an großen Spendenzahlungen kommt. Zu viele der Unternehmen wurden selbst in Mitleidenschaft gezogen. Wie immer gibt es aber auch nach der Pandemie Gewinner:innen und auch wenn langjährige Unterstützer:innen nicht zu den Gewinner:innen gehörten, so war es den Organisationen dennoch möglich finanziell zu bestehen, wenn sie auf eine breite Basis im Corporate Fundraising bauen konnten. Die Entwicklung des Corporate Fundraisings war vor allem relevant für NPOs, deren Unternehmensbereich im Fundraising sehr stark verankert ist, hat aber gleichzeitig die Planbarkeit der zu erwartenden Einnahmen erschwert.

- *Stiftungen*

Hierzu konnte keine große Anzahl an detaillierten Informationen eingeholt werden. Eine Organisation sprach von einer großen Unterstützung durch Stiftungen durch den thematischen Bezug der Organisation zu COVID-19. Eine andere Organisation wiederum gab an, eine starke Zurückhaltung von Seiten der Stiftungen wahrgenommen zu haben. Zwei einzelne unterschiedliche Erfahrungen also, die keine eindeutige Erkenntnis zum Thema Stiftungen ermöglichen.

- *Face-to-Face-Fundraising*

Das Thema des Face-to-Face-Fundraisings wurde in vorhergehenden Darstellungen der Ergebnisse bereits kurz umrissen. Es zeigte sich, dass sich der Einsatz dieses Instrument vor allem in den ersten Monaten der Pandemie als sehr schwierig erwies. Hinzu kam noch der Mangel an qualifizierten Mitarbeiter:innen als man die Arbeit wieder aufnehmen wollte. Dieser Mangel zeigte sich auch bei den Dienstleister:innen, über die viele Organisationen diese Art des Fundraisings abwickeln, aber dennoch fiel es diesen Dienstleistungsunternehmen leichter das persönliche Fundraising wieder aufzunehmen. Ab Sommer 2020 erholten sich die Entwicklungen etwas und es konnte mit dem Versuch entstandene Verluste auszugleichen wieder weitergehen. Das Face-to-Face-Fundraising verlangte danach immer wieder nach Umstrukturierungen innerhalb der Teams, aber auch nach Anpassungen an die aktuell geltenden Regelungen. Bei diesem Instrument gab es auch einen gravierenden Unterschied zwischen dem urbanen und ländlichen Raum, da es von der Akzeptanz der Bevölkerung abhing, ob man es einsetzen konnte oder nicht. Im ländlichen Raum herrschte bereits nach kürzerer Zeit eine höhere Akzeptanz dafür, dass Fundraising-Mitarbeiter:innen trotz Lock-downs wieder auf die Straße gingen und die Menschen ansprachen, obwohl ihnen selbst empfohlen wurde zuhause zu bleiben und persönlichen Kontakt zu vermeiden.

- *Briefaussendungen/Mailings*

Briefaussendungen und Mailings liefen bei allen Nonprofit-Organisationen sehr gut. Obwohl dieses Instrument bereits seit 10 Jahren für obsolet erklärt wird, funktioniert es immer noch und bleibt weiterhin das erfolgreichste Fundraising-Instrument. Zur Zeit der Pandemie funktionierte es so effizient, weil die Leute ohnehin daheimblieben und so Zeit hatten, sich mit ihrer Post zu beschäftigen. Hinzu kam, dass sie durch den Lockdown viel eingeschränktere Informationen erhalten haben, und durch die Briefe konnte man die Spender:innen am Laufenden halten und die Welt von außerhalb zu ihnen bringen. Dieser Umstand hat den Menschen gefallen und so haben sie es unterstützt. Die Organisationen haben in dieser Zeit nicht aufgehört Präsenz zu zeigen und haben teilweise noch mehr Aussendungen veranlasst als zuvor.

- *Telefon-Fundraising*

Telefon-Fundraising lief ebenfalls sehr gut, aus denselben Gründen, die das Brief-Fundraising so erfolgreich machten. Die Leute waren vermehrt zu Hause und haben sich sogar gefreut, wenn jemand mit ihnen in Austausch treten wollte. Viele der Organisationen suchten auch aktiv das Gespräch mit den

Spender:innen und führten Gespräche, die über das Fundraising hinausgingen, um hier zu unterstützen und eine stabile Beziehung zu fördern. Manche Organisationen entwickelten auch Leitfäden für die Gespräche und bauten Möglichkeiten der Videokonferenzen auf, um die Gespräche persönlicher gestalten zu können. Diese rein positive Entwicklung veränderte sich etwas im zweiten Lock-down, weil die Menschen es leid waren zuhause zu sitzen und das Ende der Pandemie herbeisehnten. Alles in allem war es aber dennoch ein erfolgreiches Instrument in der Zeit der Krise.

- *Institutional Fund*

Dieser Weg der Finanzierung kam zum Erliegen, vor allem zu Beginn der Pandemie, weil die entsprechenden Programme, die unterstützt werden sollten, nicht weiterlaufen konnten. Aus diesem Grund flossen auch keine finanziellen Mittel dafür. Das schmerzte die betroffenen NPOs sehr, sollten diese Funds einen großen Anteil ihrer Finanzstruktur ausmachen. Auch sie mussten dann auf Unterstützungsleistungen zurückgreifen und neue Wege des Fundraisings einschlagen.

- *Online-Fundraising*

Das Thema Online-Fundraising wird in Abschnitt 4.2.2 gesondert behandelt.

Es bietet und bot sich also eine breite Palette an möglichen Instrumenten, wobei die oben angeführte Liste nur einen Auszug darstellt. Die Organisationen haben aufgrund der Pandemie versucht auf vielen Ebenen tätig zu werden. Das hat sich für viele davon gelohnt und ein gutes Spendenergebnis geliefert. Die NPOs haben hier extrem dynamisch auf die Krise reagiert, was sich durch die resiliente Steuerung und die Verschiebungen im Fundraising zeigt. Viele der Organisationen meldeten keine Einbußen im Bereich des Fundraisings, unabhängig von ihrer Thematik.

Die Pandemie verlangte nicht nur eine Verschiebung der eingesetzten Instrumente, sondern auch einen Themen-Switch im Fundraising. So wurden die Themen im Fundraising wenn notwendig ersetzt und andere Initiativen dafür genutzt. Organisationen, die einen thematischen Bezug zum Thema COVID-19 herstellen konnten, hatten trotz des allgemein themenunabhängigen Spendenerfolgs einen zusätzlichen Bonus auf ihrer Seite, weil dieses Spendenthema sehr gut funktioniert hat. Viele haben daher auch die Thematik aufgegriffen und eine Verbindung hergestellt, um damit um Spenden zu bitten. Es wurden spezielle COVID-Mailings ausgesendet und tatsächlich waren die Spender:innen dadurch bereit Zusätzliches zu leisten. Viele der Organisationen wurden so aufgrund der Entwicklungen der anderen Fundraising-Instrumente und Finanzierungsvarianten,

vor allem von ihren Kleinspender:innen, über Wasser gehalten. Ein Umstand, der ihnen bereits aus anderen Krisen bekannt war.

4.2.2 Online-Fundraising

Das Thema Online-Fundraising rückte mit der Einstellung des persönlichen Kontaktes, ausgelöst durch die Pandemie, abrupt in den Vordergrund. Viele Finanzierungen ließen sich durch den Lockdown nicht mehr aufrechterhalten und man musste umgehend reagieren. Online-Fundraising war hier einer der wichtigsten Schritte. Durch diesen plötzlich notwendigen Wechsel haben alle Organisationen große Initiative gezeigt und wollten umgehend im Online-Bereich aktiv werden. Der Unterschied dabei war die bisherige Erfahrung auf diesem Gebiet, manche von ihnen konnten noch keinerlei Erfahrung vorweisen und andere hatten in dem Bereich bereits teilweise Fuß gefasst. Eine bessere Vorbereitung wäre für manche im Digitalbereich von Vorteil, war aber aufgrund der hohen Kosten und der notwendigen Planung nicht so leicht umsetzbar gewesen. Viele hatten den Einstieg in das Online-Fundraising trotzdem bereits vorab geplant nach aufwendigen und detaillierten Konzepten, welche dann durch die gegebene Eile teilweise nicht berücksichtigt werden konnten, denn man musste sofort handeln und digitale Tools integrieren. Die digitale Spendenwerbung wurde also verstärkt und dies war nur möglich aufgrund der Digitalisierung und des technologischen Schubs im gesamten Unternehmen. Etwas, das alle Organisationen verband war, dass es trotz allem enorm viel zu erledigen gab und jede Organisation sich hier angeschlossen hat, unabhängig von ihren traditionellen Fundraising-Wegen. Diese Entscheidung bedeutete oft einen unglaublichen Stress für die gesamte Organisation, weil sie unter anderem auch ein immenses Nachrüsten bei den Kontaktdaten der Spender:innen verlangte, um die Menschen mittels der Online-Tools überhaupt erreichen zu können. Der Ansatz der Konsolidierung spielt auch im Online-Fundraising eine entscheidende Rolle, denn wer ernsthaftes Online-Fundraising betreiben will, muss bei dieser Umstellung zentral und serviceorientiert denken. Darüber hinaus war der verstärkte Einsatz von Online-Fundraising auch ein Auftrag an den internen Social-Media-Bereich aktiv zu werden.

Viele Organisationen haben Online-Präsenz in dieser Form vor allem als Ergänzung gesehen und nicht als eine völlige Umstellung ihres Fundraisings. Die meisten Kampagnen konnte man nicht einfach umstellen, sondern man musste versuchen andere Quellen zu nützen. Eine der Organisationen hat hier beispielsweise als Reaktion auf die Veränderungen auf die Produktion von Videos gesetzt, um ihre Spender:innen weiterhin einbinden zu können und die Gespräche interessant zu halten. Diese Videos wurden in

weiterer Folge vielseitig eingesetzt. Die anderen traditionellen Instrumente lieferten weiterhin gute Einnahmen, wie die Aufstellung in Abschnitt 4.2.1 gezeigt hat, so dass auch anfängliche Schwierigkeiten im Online-Fundraising zu verschmerzen waren.

Das Online-Fundraising wird bestehen bleiben und weiter ansteigen. Die Organisationen werden den starken Ausbau fortsetzen, weil es bei den meisten gut funktioniert hat. Dennoch macht es momentan nur maximal zwischen zehn und fünfzehn Prozent der Spendeneinnahmen aus, was einem kleinen Anteil, trotz des Schubs durch COVID-19, entspricht. Es ist ein Wert, der vor allem nicht so hoch liegt wie erwartet und daher ist die hochgehandelte Bedeutung für manche Expert:innen mitunter zu relativieren, auch wenn die Zeit ohne Frage reif dafür ist. Trotz dieser Einschätzung und den Ergebnissen, die zeigen, dass der erwartete Anstieg und Zuwachs noch ausgeblieben sind, sind sich alle darüber einig, dass man den Weg weiterhin gehen muss. Man kann es nicht ignorieren und muss sich dieser Herausforderung stellen, da es notwendig sein wird viele unterschiedliche Kanäle für die unterschiedlichen Zielgruppen zu bespielen, auch wenn nicht alle so erfolgreich sind, wie die anderen Instrumente, die jetzt noch die klaren Spitzenpositionen einnehmen. Was den Organisationen die Auswahl erschwert sind die strikten Datenschutzvorgaben, da deren Einhaltung ein wichtiges Thema für die Spender:innen darstellt und zu keinerlei Verunsicherung führen darf. Manche Annahmen gehen davon aus, dass nun folgende Krisen dem Online-Bereich noch weiteren Auftrieb geben werden und dies einhergeht mit der Innovationsoffenheit, die die Entwicklung der digitalen Kanäle unterstreicht.

4.2.3 Fundraising und Finanzierung 2022

Bei der Planung für das Fundraising und die Finanzierung im kommenden Jahr rechnet man nicht mit den Rekorden der letzten Jahre, obwohl sich weiterhin eine positive Entwicklung zeigt. Positive Effekte zeigt bis heute die erfolgreiche Akquise von Neuspender:innen und Dauerspender:innen, denn diese wirkt sich in den darauffolgenden Jahren weiter aus und führt so zu einem geplanten Wachstum im Vergleich zum Jahr 2019. Organisationen sind auch mit dem Gedanken der zukünftigen finanziellen Absicherung den Weg der Akquise von Dauerspender:innen gegangen und das hat hervorragend funktioniert. Aufgrund der Pandemie waren die Menschen bereit zu diesem Schritt, um gewisse Themen zu unterstützen und das wird nun fortgeführt. Bereits die Krise hat gezeigt, dass man mit diesen Spender:innen stabiler aufgestellt ist und dies wird auch für das kommende Jahr gelten. Der klare Vorteil liegt darin, dass es keine wiederholte neue Ansprache erfordert, was wiederum Kosten- und Zeiteinsparungen bedeutet. Ausgelöst

durch die Krise wurden außerdem höhere Beträge gespendet. Hier muss man ebenfalls ansetzen und versuchen diese Werte zu halten. Die Organisationen müssen sich hier trauen nach höheren Spenden zu fragen, denn es ist wie man gesehen hat, möglich höhere Einnahmen zu erreichen.

Ein großer Unsicherheitsfaktor in allen Planungen ist die Inflation, auf die in Abschnitt 4.5 noch näher eingegangen wird. Die klassische Zielgruppe der Privatspender:innen ist der Theorie nach höher gebildet und verfügt über ein höheres Einkommen, was normal dazu führt, dass sie nicht so stark von den Inflationsentwicklungen betroffen ist. Bei den aktuell sehr hohen Inflationswerten könnte sich dies allerdings anders verhalten und muss in den Planungen berücksichtigt werden.

Die Nonprofit-Organisationen gehen außerdem davon aus, dass die COVID-19-Budgets der Unternehmen wegfallen werden. Daher sind sie zwar bemüht ihr Angebot zu halten, aber es herrscht Unsicherheit bei einigen Initiativen und Projekten, die in der Zeit der Krise neu ins Leben gerufen wurden, ob diese bestehen bleiben können und die Finanzierung sichergestellt werden kann. Ob der derzeit unklaren Situation der Pandemie planen einige der Organisationen wie im Vorjahr und adaptieren diese Planung, sollten sich Verbesserungen ergeben. Ihren Ausführungen nach ist man so auch in Zukunft gut vorbereitet und die priorisierte Leistungserstellung bleibt gesichert. Andere Organisationen haben mehrere Planungen und Varianten für das kommende Jahr vorliegen, die flexibel sind und auch aufgrund der Personalreserven angepasst werden. Sie sehen das Jahr 2022 als größtes Test-Jahr an. Man ist gespannt, ob es so weitergehen wird, und wird die Entwicklungen im Fundraising achtsam beobachten.

Im kommenden Jahr wird das Fundraising immer wichtiger werden, denn die Politisierung nimmt, auch durch die Konsequenzen der COVID-19-Krise, immer stärker zu. Menschen interessieren sich für ihre Umwelt und gehen auf die Straße, um ihre Meinung zu vertreten und sich zu engagieren. Fundraising ist hier eine Mission des Dritten Sektors, um etwas für die Gesellschaft zu tun und ihr ein Engagement zu ermöglichen. Die Bevölkerung wird verstärkt wissen wollen, wofür sie spendet und ihre Spenden dezidierten Themen zukommen lassen wollen, um so auch mitreden zu können und etwas zu bewirken. Hier muss eine Kommunikation stattfinden, die die Menschen erreicht und die entsprechenden Antworten liefert. Diese Entwicklung wird eine Herausforderung für die Nonprofit-Organisationen und das Fundraising werden.

„Das ist noch viel Arbeit damit Fundraising nicht nur Geldbeschaffungsinstrument ist, sondern ein teleologisches Kommunikations-Tool im Sinne von „ich frag dich was und du antwortest mit einer Spende oder eben keiner“.“

(IP1, S. 8)

Die Organisationen blicken aber dennoch positiv in die Zukunft und hoffen, trotz der vorsichtigen Planung, auf eine Rückkehr Richtung Normalbetrieb.

„Ich denke, man muss positiv bleiben, man muss es gut beobachten, man muss ein gutes Datenmanagement haben als NPO und seine Spender:innen beobachten und die richtigen Antworten darauf finden.“

(IP9, S. 65)

4.2.4 Implikationen für das zukünftige Fundraising

Es gibt zwei sehr relevante Themen, die als Implikation für die Zukunft des Fundraisings angesehen werden können. Zum einen das Großspender:innen-Fundraising und zum anderen die aktive Pflege der Beziehung zu den Spender:innen.

Großspender:innen-Fundraising

Österreich weist eine starke Asymmetrie beim Spendenverhalten der vermögenden Menschen und der Kleinstspender:innen auf und ist dabei eindeutig ein Land der Kleinstspender:innen, mit vielen Nonprofit-Organisationen. Im Vergleich zu anderen Ländern wie Deutschland, der Schweiz, Großbritannien oder auch den USA ist Österreich hier eindeutig unterentwickelt. Die Expert:innen sehen dies als Eigenheit des österreichischen Spendenmarkts und möchten daran arbeiten, dies zu ändern. Der Fundraising-Verband Österreich startet daher eine Initiative in Richtung Großspender:innentum, um dieses Thema und vor allem die folgende Frage zu untersuchen: wieso geben die Ärmere für die Armen und die Reichen geben nichts? Hier gibt es einen Gap in Österreich und eine völlig andere Kultur des Gebens als beispielsweise in Deutschland. In Deutschland kommen 50 Prozent der Spenden von den vermögenden Personen. Um diese Einstufung zu spezifizieren, führte man in Deutschland im Jahr 2018 eine Studie durch, die ergab, dass Haushalte, die über ein gemeinsames Nettovermögen von mehr als EUR 477.200 verfügen, zu den vermögensreichsten 10 Prozent der privaten Haushalte in Deutschland zählen (Niehues & Stockhause, 2020, S. 1). In Österreich werden hingegen nur fünf Prozent aller Spendenzahlungen von dem vermögenden Teil der Bevölkerung geleistet. Mit diesem Gap muss man sich in Österreich vor allem auch gesellschaftlich auseinandersetzen.

„Auch gesellschaftspolitisch ist diese Kluft zu hinterfragen und so denken viele aus verschiedensten Bereichen – das ist nicht gesund für die Wirtschaft und die Gesellschaft.“

(IP1, S. 10)

Beziehungspflege

Durch die COVID-19-Pandemie haben viele Organisationen in der Zeit der Krise eine gute oder noch innigere Beziehung zu ihren Spender:innen und Unterstützer:innen aufgebaut. Sie haben die Situation erkannt und sofort nach Ausbruch der Pandemie begonnen, diese Beziehungen zu stärken. Nun liegt das Ziel darin sie zu halten, weiterhin zu pflegen und aktiv zu festigen. Da diese Personen tatsächliches Interesse an den Organisationen zeigen, macht es sie sehr wertvoll und man muss hier auf einem wirklich hohen Niveau weiterarbeiten. Es geht darum, diese Unterstützer:innen bewusst zu involvieren und das gilt bei Krisen mehr denn je.

„Diese Beziehungen sind ein Schatz für die nächste Krise, das hat mit Vertrauen, mit Information und mit Verbindungen zu tun.“

(IP3, S. 26)

Eine Grundlage für die Arbeit der Nonprofit-Organisationen, wie auch das Fundraising, stellt das Spendenverhalten dar und daher wird nun in Abschnitt 4.3 auf die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf das Spendenverhalten näher eingegangen.

4.3 Auswirkungen auf das Spendenverhalten

Der folgende Abschnitt soll die Ergebnisse betreffend die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf das Spendenverhalten darstellen. Er gibt dabei ein Überblick zu der Spendenentwicklung zur Zeit der Pandemie, den Verhaltensänderungen auf Seiten der Spender:innen und den Spendenmotiven in der Zeit der Krise.

4.3.1 Spendenentwicklung zur Zeit der COVID-19-Pandemie

Die COVID-19-Pandemie hat unmittelbar nach ihrem Beginn im März 2020 zu einem rapiden Rückgang der Spendeneinnahmen geführt. Diese sind regelrecht eingebrochen, was auf mehrere Faktoren zurückgeführt werden kann. Auf Seiten der Organisationen waren es die gewohnten Fundraising-Instrumente, oft gekennzeichnet durch den persönlichen Kontakt, die nicht mehr eingesetzt werden konnten. Dies führte dazu, dass viele Organisationen zu Beginn kurzfristig einfach weniger bis gar nicht mehr nach Spenden fragen konnten, dem wesentlichsten Grundsatz beim Spendensammeln. Hinzu kam auf Seiten der Spender:innen, dass die Menschen nicht mehr zur Bank gehen konnten, um Geldbeträge einzuzahlen und so geriet das Konstrukt des Spendens anfangs von

beiden Seiten ins Stocken. Diese Entwicklungen haben die täglichen Monitorings der Datenbanken ebenfalls bestätigt.

Ausgelöst durch diesen abrupten Rückgang und die Unsicherheit zu Beginn der Pandemie, gaben viele Nonprofit-Organisationen die Rückmeldung an ihre Stakeholder:innen, dass es hier finanzielle Unterstützung benötigen wird. Durch den guten Rebound und die plötzlich wieder stark ansteigenden Spenden konnte dem entgegengewirkt werden und die Befürchtungen traten nicht ein. Die Prognosen waren gerade mit Eintreten der Pandemie also eher negativ, wie auch Abschnitt 4.1 gezeigt hat, aber durch Resilienz, Kampfgeist und die Rückkehr der Spendenzahlungen konnte diese kurvenartige Spendenentwicklung zu Beginn der Krise erfolgreich gemeistert werden. Die Nonprofit-Organisationen reagierten sehr schnell und ergriffen mehrere Maßnahmen, um hier gegensteuern zu können. Onlinetools wurden implementiert, der verstärkte Kontakt zu den Spender:innen gesucht und gesonderte Mailings verschickt. Durch diese mitunter erzwungenen Umstellungen und Reaktionen sowie mit der Unterstützung der Spender:innen schaffte man die Trendwende. Mit Herbst/Winter 2020 liefen viele der Kampagnen dann so gut, dass schließlich ein Spendenrekord erreicht werden konnte. Viele Organisationen führen dies auch explizit auf ihre tollen und treuen Spender:innen zurück.

Durch den Lockdown gab es viele Möglichkeiten für die Leute zu spenden, weil sie ohnehin zu Hause bleiben mussten und somit mehr zeitliche Ressourcen gegeben waren, um sich mit der Thematik auseinandersetzen zu können. Ein nicht unerheblicher Teil hatte auch mehr finanzielle Mittel zur Verfügung als vor dem Lockdown, da das private Leben und dessen Aktivitäten sehr eingeschränkt waren und sie dennoch ihr übliches Gehalt erhielten. Eine Tatsache, die sich auch durch die steigenden Sparquoten zu dieser Zeit bestätigen lässt. Ein wesentlicher Faktor für die Organisationen, da sie diese Mittel auch für sich nutzen konnten. Die Leute nutzten dieses Geld also auch um höhere Beträge zu spenden und haben sich über den Kontakt mit den Organisationen gefreut. Man hat auch gemerkt, wie die NPOs es geschafft haben die Menschen zu motivieren und sich für andere einzubringen in dieser schwierigen Zeit. Die Organisationen haben hier neue und breitere Strategien entwickelt, weil sie gesehen haben, wie sich das Spendenverhalten entwickelt hat und dadurch agieren sie nun zum Teil anders in der Art und Weise wie sie die Spender:innen ansprechen als zuvor.

„Emotionen haben eine große Rolle gespielt: die Kunst den/die Spender:in zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort mit dem richtigen Mindset zu erwischen, das ist ja etwas Positives und das hat sich grundlegend verändert durch COVID – das verändert sich auch jetzt.“

(IP10, S. 69)

Die Organisationen sprechen davon, dass das Jahr 2020 ein anstrengendes erstes Jahr der Reaktion und Vorbereitung war, auf das ein sehr heftiges Jahr 2021 folgte, in dem sich die Spendeneinnahmen wieder regulierten, aber dennoch rekordverdächtig waren.

Hier gilt es anzumerken, dass es aber auch Organisationen gab, die selbst zu Beginn weder Einbußen noch Veränderungen im Spendenverhalten verzeichneten und deren Kampagnen durchwegs sehr gut liefen. Als Beispiel kann der Bereich der Tiere genannt werden, der in diesem Jahr die höchste Spendenzahl generieren konnte.

4.3.2 Verhaltensänderungen der Spender:innen in der Krise

Bei den Verhaltensänderungen der Spender:innen in der Krise muss man vor allem zwischen dem formellen und informellen Spenden unterscheiden. Durch die Ausgangssperren und -beschränkungen war, wie in Abschnitt 4.3.1. beschrieben, das formelle Spenden für eine gewisse Zeit nur eingeschränkt möglich und das informelle Spenden stieg im Gegensatz stark an. Diese Entwicklung befeuerten auch die Maßnahmen der Organisationen, um die Menschen zu informeller Hilfe zu motivieren. Diese zeigten folglich viel Engagement und halfen ihren Nachbar:innen oder Bekannten und Freund:innen mit einem sprunghaften Anstieg an informellen Spenden. Ganz allgemein gesprochen haben die Ergebnisse aber gezeigt, dass ein Großteil der Menschen sein Verhalten nicht geändert hat. Die Expert:innen haben hier ein Verhältnis von 80/10/10 präsentiert. Ausformuliert sagt dies aus, dass 80 Prozent ihr Verhalten nicht geändert haben und nur zehn Prozent begonnen haben zu spenden und wiederum nur zehn Prozent haben weniger gegeben in der Krise. Diese Veränderung hing sehr stark mit der Betroffenheit der Menschen zusammen und zeigt einen U-förmigen Verlauf für die beschriebene Verhaltensänderungen. Die Menschen waren entweder sehr betroffen oder fühlten sich sehr befreit und diese starke Betroffenheit hat dann zu Verhaltensänderung in beide Richtungen geführt.

Die bereits dargestellte Bewegung der Spendenentwicklung zu Beginn erweist sich als eine eher klassische Kurve in Krisensituationen. Im Fall der COVID-19-Pandemie wurde sie von der Veränderung geprägt, dass die Menschen höhere Beträge gespendet haben, was die Einnahme nach oben getrieben hat. Das Verhalten entwickelt sich dann normalerweise so weiter, dass sich die Beträge wieder etwas nach unten bewegen, in Richtung des Tals der Kurve und sich danach auf einem etwas höheren Niveau als vor der Krise wieder einpendeln. Was diese Krise so besonders machte war, dass sich diese Kurve sogar innerhalb der Krise wiederholte, jeder großen Lockerung und dem darauffolgenden nächsten Lockdown folgend. Eine stärkere Veränderung des Spendenverhaltens

hin zu weniger Spenden ist laut den Expert:innen wahrscheinlicher bei gesellschaftlichen Diskussionen wie finanziellen Kürzungen, da diese bei den Menschen dezidierte finanzielle Ängste auslösen und sie dadurch weniger spenden. In der Pandemie gab es diese Befürchtungen nicht und es haben in Summe nicht mehr oder weniger Menschen gespendet, sondern die Summe pro Kopf wurde höher.

Diese Erkenntnis stimmt mit dem Ergebnis überein, dass 80 Prozent ihr Verhalten nicht geändert haben und somit spendeten diese treuen Spender:innen weiterhin und gaben, wie sich gezeigt hat, sogar meist mehr. Da das Brieffundraising in der Krisenzeit ja trotz der digitalen Entwicklung weiterhin das erfolgreichste Fundraising-Instrument war, war es auch hier ein kluger Schachzug der Organisationen vermehrt darauf zu setzen und die Veränderungen hin zu höheren Beträgen damit aufzufangen.

4.3.3 Spendenmotive in der Krise

Die Betroffenheit in der Krise war ein wichtiges Spendenmotiv und damit einhergehend die vorherrschenden starken Emotionen. Zwei Faktoren, die so das Bedürfnisbewusstsein anderer um ein Vielfaches verstärkte. Diese emotionale Stimmung in der Gesellschaft beeinflusste die Solidarität, den Zusammenhalt und die Hilfsbereitschaft, die sich über die Krise hinweg fortgesetzt haben und so eine große Rolle am Spendenmarkt spielten. Das Spendenwesen gewann an Bedeutung und das soziale Gewissen wurde angesprochen, denn die österreichische Bevölkerung war berührt und hat dies mit ihren Spenden zum Ausdruck gebracht. Laut den Expert:innen lassen sich eben solche starken Emotionen immer gut für die Organisationen nutzen, denn sie sind ein wichtiger Faktor und entstehen vor allem bei Krisen und Katastrophen. Sie bieten ihnen die Grundlage zur direkten und verstärkten Spendenaufforderung.

„Es braucht Katastrophe und Not für Fundraising, wenn es allen gut geht und alles picco-bello ist, dann gibt's keinen Grund zu spenden.“

(IP4, S. 31)

Wichtig ist dabei vor allem, dass der richtige Impuls gesetzt werden muss und wenn dann das Gefühl da ist, dass etwas getan werden muss, dann handeln die Menschen auch und dann profitieren grundsätzlich alle Themen davon, selbst jene ohne COVID-19-Bezug. Wenn man die Menschen erreicht, dann spenden sie oft an die Organisationen, die sie kennen und bleiben dabei, weil sie deren Reputation vertrauen. Es hat sich aber dennoch eine Entwicklung der Spendenmotive erkennen lassen, hin zu den Themen „Regional und National“, was auch auf die starke mediale Aufmerksamkeit der COVID-19-Pandemie in Österreich zurückgeführt werden kann. Dadurch war die Krise im

Inland präsenter und generierte mehr Spenden als beispielsweise die Auslandshilfe. In solchen Zeiten konzentriert sich die Gesellschaft oft auf einige wenige präsente Themen und diese werden dann für die Spendenmotive relevant. Da die großen Organisationen durch ihre Serviceleistungen in der Krise mehr Sichtbarkeit generieren konnten, stieg das Vertrauen der Menschen in sie und es fiel ihnen leichter Spendenmittel zu lukrieren. Außerdem wurde auch entschieden mehr für Tiere gespendet. Ein Umstand den selbst die Expert:innen interessant fanden und an näheren Erklärungen interessiert wären, da diese sogar das Thema Kinder überholt haben.

Die Motive und die Themenbereiche bei Unternehmen und Stiftungen haben sich ebenfalls etwas verschoben, vor allem wenn es um das Spenden von Gütern ging. Dort haben sie den Fokus auf den Bezug zu COVID-19 gelenkt, wie etwa bei Desinfektionsmitteln und Masken, weil dies die Güter waren, die zu dieser Zeit gebraucht wurden.

Die vorherrschenden Motive bei Spenden an Blaulichtorganisationen, auch in Krisenzeiten, sind Dankbarkeit, Egoismus und Katastrophenfälle. Außerdem lassen sich die Spender:innen bekanntlich in zwei völlig unterschiedliche Gruppen einteilen, nämlich die spontanen Anlassspender:innen und die Dauerspender:innen. In diesem Fall wollte man bei beiden Gruppen das Bewusstsein für Krise und Not schaffen. So hat sich eine Entwicklung gezeigt, die sich weiterhin fortsetzen wird, verborgen in der Ansprache potenzieller Spender:innen. Hier gibt es grundlegende Veränderungen und man ist offen für neue Alternativen und Experimente, um weitere Spendenmotive zu erkennen und zu treffen. Die COVID-19-Krise und die vielfältigen Spendenmotive haben hier zu mehr Offenheit und der Bereitschaft, unbekannte Wege zu gehen, geführt. Diese unterschiedlichen Wege des Aufrufens sind zentral und müssen perfekt abgestimmt sein mit einem emotionalen Mechanismus, wie etwa Altruismus.

4.4 Der Nonprofit-Sektor

Die Darstellung der Ergebnisse zum Nonprofit-Sektor gliedert sich in die aktuelle Situation des Sektors in Verbindung mit dem Vertrauen der Bevölkerung, die Entwicklung des Sektors und die Zusammenarbeit der Organisationen des Nonprofit-Sektors in der Krise.

4.4.1 Aktuelle Situation und Vertrauen der Bevölkerung

Laut Expert:innen genießt der Nonprofit-Sektor im Moment ein sehr gutes Standing, sowohl bei der Bevölkerung als auch offiziell bei der Regierung. Damit hat der Sektor schwere Zeiten überwunden, denn es gab auch Phasen, in denen sowohl der Austausch als auch die Beziehung mit der Regierung nicht als positiv einzuordnen waren. Diese

schlechte Ebene hat zu dem damaligen Zeitpunkt auch zu übler Nachrede gegen den Nonprofit-Sektor geführt, wovon vor allem gewisse Organisationen stark betroffen waren. Solche Angriffe, wie zur Flüchtlingskrise haben aber auch dem Sektor an sich massiv geschadet und das Vertrauen der Bevölkerung sinken lassen. Dieser Effekt tritt vor allem durch eine sich verändernde politische und gesellschaftliche Situation auf, denn diese ist der Faktor, der zu Verunsicherung führen kann und schadet einem Vertrauensverhältnis.

Befragungen, wie jene zur Erhebung des Civil Society Index zeigen, dass dieses Vertrauen der Bevölkerung nun wieder gestiegen ist, und sich im Verlauf der Krise sogar noch verstärkt hat. Gründe dafür waren mit Sicherheit auch die Präsenz der Organisationen und wie gut deren Unterstützung für die Menschen funktioniert hat. Außerdem haben sie gerade in Zeiten des Lockdowns gesehen, welche oft selbstverständlichen Teile des Lebens wegfallen, wenn plötzlich Vereine oder Einrichtungen und Services geschlossen bleiben. Die Organisationen haben dadurch in Bezug auf Sympathie, Vertrauen und Transparenz um einige Prozentpunkte zulegen können und versuchen nun auch das Fundraising sehr stark mit der tatsächlichen operativen Wirkung zu verknüpfen und diese sichtbar zu machen. Diese Attribute sind für die Organisationen immens wichtig, denn Spenden bauen auf dem Vertrauen sowie der Glaubwürdigkeit der Arbeit der NPOs auf und da die Spendeneinnahmen stetig gestiegen sind, ist dies also ein weiteres Indiz für ein starkes Vertrauen in den Sektor. In weiterer Folge wird es hier entscheidend sein diese Transparenz zu fördern und Informationen dazu zu liefern „wo das Geld hingeh“t, auch indem man die richtige Kommunikation schafft.

Auch das Vertrauen und der Austausch mit der öffentlichen Hand liefen viel besser als dies im letzten Jahrzehnt der Fall gewesen war und so konnten große Erfolge wie der NPO-Unterstützungsfonds erreicht werden. Das für den Unterstützungsfonds verantwortliche Ministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (KÖST) hat hier den Informationen nach, eine große Kooperationsbereitschaft gezeigt. Es kam hier mit den Vertreter:innen des Nonprofit-Sektors zu regelmäßigen und intensiven Gesprächen, auch über eingesetzte Richtlinien. Diese qualitativ hochwertigen Verhandlungen und Gespräche lassen Österreich im Vergleich mit anderen europäischen Mitgliedsländern, abermals ein gutes Ranking einnehmen, wenn es um die Beteiligung im Rahmen der COVID-19-Krise geht. Neben einer transparenten Informationsroutine konnten die Verantwortlichen ihre Meinung äußern und Stellung beziehen und so eventuelle Fehler vorab verhindern oder bereinigen.

Die Wertschätzung des Dritten Sektors in Österreich ist also noch einmal bei Bevölkerung und Politik gestiegen und dies wird mit dem Ende oder dem Abklingen der Krise

hoffentlich dazu führen, dass weitere gemeinsame Vorhaben für den Nonprofit-Sektor mit der Regierung in Angriff genommen werden können. Ein Beispiel für ein solches Vorhaben, das bereits durch die Krise in Gang gekommen ist, wären die seit Jahren geforderten eigenen Statistiken von Statistik Austria für den Nonprofit-Sektor. Es handelt sich um einen großen Sektor mit systemrelevanten Organisationen und dieser Relevanz entsprechend sollen nun aktuelle Daten vorliegen und ausgewertet werden, was wiederum die Präsenz des Sektors verstärkt.

„Das hebt die Sichtbarkeit und das ist was ganz Wesentliches, für den Sektor, für die Forschung und auch für das Selbstverständnis des Sektors.“

(IP2, S. 16)

4.4.2 Veränderung und Entwicklung des Sektors

Der Sektor wird aber nicht nur präsenter und steigt in Vertrauen und Wertschätzung auf beiden Seiten, denn auch er selbst entwickelt sich weiter und verändert sich. Diesem Umstand widmen sich die nun folgenden Ausführungen.

Unter dem Begriff des Nonprofit-Sektors wird bekanntlich vieles subsumiert, was unter die Kriterien der österreichischen Nonprofit-Perspektive fällt und seit einigen Jahren werden nun auch Social Enterprises dazu gezählt. Eine Tatsache, die zeigt, wie unterschiedlich die Bandbreite in diesem Sektor ist, wenn man die Sektor-Zugehörigkeit allein diesen Kriterien unterwirft, denn dadurch verändert er sich sehr konstant und auf nicht unerhebliche Weise. Diese Entwicklung macht auch das etablierte Sektor-Denken immer schwieriger und es verliert immer mehr an Gültigkeit. Sieht man sich die Wertschöpfungs- und Wirkungsschöpfungsketten der Unternehmen an, dann liegen sehr wenige von ihnen rein im eigenen Unternehmen. Für Nonprofit-Organisationen gilt dieser Umstand genauso und die Auseinandersetzung mit der Wirkungsschöpfungskette fördert neue strategische Überlegungen auf dem Sektor zu tage.

„Da muss man sich immer überlegen, schaff ich mit dem Aufwand diese Art der Wirkung bei mir in-House oder kann ich einen Teil der Wirkung externalisieren, um dann danach wieder anschließen zu können als Nonprofit-Organisation? Und das passiert in vielen NPOs in diesem Sektor glaube ich sehr gut.“

(IP7, S. 53)

Auf der anderen Seite zeigen die Ergebnisse, dass es vier große Umwälzungen am Markt der Nonprofit-Organisationen und des Fundraisings gibt. In den letzten Jahren kommen hier neue Mitstreiter:innen auf den Markt, indem Institutionen aus dem Kulturbereich oder auch Universitäten und Krankenhäuser selbst Fundraising betreiben, wie

es früher nicht üblich war. Weitere Ergänzungen wären beispielsweise das politische Fundraising oder profitgenerierende Unternehmen, die auf ihren Social-Media-Kanälen Spenden generieren möchten. All diese Entwicklungen führen dazu, dass der Markt noch weiterwächst, der Wettbewerb steigt und den Organisationen interessante Möglichkeiten der Kommunikation mit neuen Zielgruppen geboten werden. Diese Möglichkeiten stellen aber gleichzeitig neue Herausforderungen dar, denn wie bisher besprochene Weiterentwicklungen gezeigt haben, kosten sie alle Geld und werfen das Ressourcenthema auf. Außerdem bedeuten mehr Möglichkeiten auch eine steigende Erwartung von Seiten der Spender:innen und Klient:innen, die es zu erfüllen gilt, zusätzlich zu deren Verlangen nach Transparenz und Offenheit. Dennoch lassen sich die Entwicklungen als spannend einordnen, weil sie zeigen, dass sich etwas im Nonprofit-Sektor tut und sich die Weiterentwicklung fortsetzt. Neue Organisationen werden aufkommen und die Digitalisierung und moderne Ansätze vorantreiben.

Die Weiterentwicklung der Organisationen des Sektors folgt ebenfalls einem gewissen Trend und auch bei diesem spielt die Heterogenität des Sektors eine große Rolle. Seit vielen Jahren schon zeigt sich, dass die großen Organisationen immer größer, professioneller und erfolgreicher am Markt werden und die kleinen Organisationen dabei nicht mithalten können und immer weniger werden. Ein Umstand, den die Krise, wie Abschnitt 4.1 gezeigt hat, noch verstärkt hat. In Zahlen veranschaulicht bedeutet dieser Trend, dass die größten 50 Organisationen über zehn Prozent gewachsen sind und die kleineren Organisationen auf den Plätzen 100 bis 150 bereits nur noch ein Wachstum von fünf Prozent vorweisen können. In Spendeneinnahmen ausgedrückt, kommen 75 Prozent aller Spenden den größten 100 Organisationen zugute, und dieser Wert wird ansteigen und nicht sinken. Kleinere Organisationen, Start-ups oder neue internationale Organisationen werden aufkommen und können sich neu positionieren, aber sehr kleine Organisationen werden nur lokal agieren und unter diesen Umständen nicht wachsen können. Manche Organisationen wiederum wollen wachsen, können dies aber nicht, aufgrund des Mangels an qualifiziertem Personal.

Die Begründung für diese Entwicklung auf dem Nonprofit-Sektor liegt darin, dass immer mehr Professionalität gefordert ist und dies betrifft unter anderem auch den Bereich des Fundraisings. Wie dargestellt wurde, wird dieses durch die Fülle an Kommunikationskanälen immer anspruchsvoller und dies erfordert Ausbildungen, Spezialisierungen und wiederum Ressourcen. Will und kann man diesen Weg gehen, führt dies unweigerlich zu einer steigenden Organisationsgröße und den entsprechend notwendigen Strukturen. Aus diesen Veränderungen erwachsen immer weitere Herausforderungen, denen man

gerecht werden muss. Große Organisationen haben ihre Strukturen bereits entsprechend angepasst oder aufgebaut. Ein wichtiger Begriff in diesem Zusammenhang heißt Konsolidierung.

Die Vorgänge zeigen eine Entwicklung von föderalen hin zu dezentralen Strukturen und der Konsolidierung wichtiger Kernprozesse. Selbst die Spendenakquise lässt sich mittlerweile zentral abwickeln und je mehr Spender:innen in Österreich online spenden, desto mehr sinkt die Bedeutung föderaler Grenzen. Der administrative Aufwand für die Datenweiterleitung der Spendenabsetzbarkeit hat dies bereits vor Jahren gezeigt, denn dort hat man gesehen, dass die Daten der Spender:innen einmal an einer zentralen Stelle abgespeichert werden sollten. Die großen Organisationen rüsteten mit Datenbanken auf und konsolidierten ihre Daten zu einer zentralen Struktur. Sehr kleine, föderale, nicht lebensfähige Strukturen werden es hier in Zukunft fast unmöglich haben zu überleben.

„Wer das nicht kann, fällt unten raus und wer gutes Service bietet kommt rauf.“

(IP1, S. 9)

Dieser Trend der Konsolidierung auf dem Nonprofit-Sektor wird weitergehen, im Fundraising aber auch im Sozialbereich, und große Bedeutung haben in der Kooperation untereinander. Die Organisationen tauschen sich aus in diesem Bereich und lernen voneinander, um Geld zu sparen oder sich schlichtweg stetig zu verbessern.

Diese Konsolidierung hatte vor der Pandemie bereits begonnen aber die COVID-19-Krise hat sie noch einmal richtig angetrieben und so zu einer der wesentlichsten Auswirkungen der COVID-19-Pandemie für den Nonprofit-Sektor werden lassen.

4.4.3 Zusammenarbeit der Organisationen in der Krise

Die Zusammenarbeit der Nonprofit-Organisation in den Zeiten der Krise gestaltete sich vor allem in Form von Vernetzung und Erfahrungsaustausch. Aufgrund der Pandemie fanden im Rahmen dessen vor allem eine hohe Anzahl an Online-Meetings statt. Dabei wurden Fragen dazu geklärt, was die anderen Organisationen tun, wie es ihnen ergeht, was für sie funktioniert hat und was nicht. Diese Vernetzung und der Austausch wurden durch den Fundraising Verband Österreich initiiert, unterstützt und stark gefördert. Durch die Teilnahme weiterer Stakeholder:innen des Sektors, wie Fullservice-Agenturen und deren zusätzlichen Informationen, ergab sich ein sehr umfassendes Bild für die teilnehmenden Organisationen. Zu Beginn der Pandemie fanden diese Meetings sehr regelmäßig statt und es gab einen intensiven Austausch, der mit Verlauf der Krise etwas

abnahm, aber bis zu einem gewissen Grad bis heute Bestand hat. Nach Ansicht der Expert:innen waren dieser Austausch und die Vernetzung zwischen den Organisationen sehr wichtig und wertvoll und sollten im Idealfall allerdings schon vor einer Krise gegeben sein, um in solch unsicheren Zeiten effektiv zu helfen. Erfahrungs- und Wissensaustausch ist auch von Vertrauen geprägt und auch wenn er mancherorts bereits vorab gegeben war, so hat er sich mit Sicherheit in den letzten zwei Jahren durch die COVID-19-Pandemie nochmals verstärkt und innerhalb des Sektors ausgeweitet. Dieser Austausch ist es jetzt, der es den Organisationen erleichtert gemeinsam zu reagieren und zu agieren. Der Kooperationsgrad zwischen ihnen ist gerade zu Zeiten neuer Krisensituationen wie der des Krieges in der Ukraine sehr hoch. Die gemeinsame starke interessenspolitische Vertretung zeugt unter anderem von diesem hohen Grad der Zusammenarbeit.

Auf thematischer Ebene und bei Programmen kommt es immer wieder zu Kooperationen und durch die COVID-19-Krise gab es diese vereinzelt auch auf dem Gebiet des Fundraisings. Krisen und Herausforderungen stärken in der Regel den Zusammenhalt und dies hat sich durch die COVID-19-Pandemie bestätigt. Also auch wenn die Organisationen im Wettbewerb zueinanderstehen, kommt es dennoch immer wieder zu gemeinsamen Initiativen und Projekten. Die Entstehung des NPO-Unterstützungsfonds beruht ebenfalls auf einer solchen Initiative, die gestartet wurde und sich dann zu etwas Großem und Positivem weiterentwickelte.

Mit abermaligem Blick auf die Heterogenität lässt sich sagen, dass es für große Organisationen einen gewissen Grad an Zusammenarbeit schon immer gab und dieser Umstand gleichgeblieben ist. Ein Beispiel für einen solchen Zusammenschluss großer humanitärer Nonprofit-Organisationen in der Krise wäre die Initiative „Österreich hilft Österreich“ aus dem Jahr 2020, bei der diese gemeinsam mit dem Österreichischen Rundfunk eine Fundraising-Kampagne gestartet haben. Diese wurde in weiterer Folge nochmals gestartet und kooperierte zusätzlich mit Austria for Life im Rahmen einer Fernsehshow. Dies unterstützt auch die Erkenntnis, dass es vor allem bei sehr öffentlichen Kampagnen zu einer verstärkten Zusammenarbeit in der Krise gekommen ist.

4.5 Implikationen für die Zukunft

Wie aus den meisten Erlebnissen konnte man auch aus der COVID-19-Pandemie Implikationen für die Zukunft mitnehmen, aus den positiven wie auch aus den negativen Erfahrungen. Bei den Implikationen für die Zukunft wurden daher zwei Aspekte gesondert untersucht. Das eine Ziel war es, zu erforschen, was die Krise den Organisationen und den Dritten Sektor gelehrt hat und was geholfen hat, die Krise zu überstehen.

Erkenntnisse, die auch für die Zukunft von großer Bedeutung sein können. Der zweite Aspekt sollte aufzeigen, was es in Zukunft brauchen wird, um noch erfolgreicher für die Klient:innen arbeiten zu können und auf potenzielle weitere Krisen gut vorbereitet zu sein. Die folgenden Ergebnisse stellen die Resultate aus diesen Untersuchungen dar.

4.5.1 Mutig sein

Eine Implikation, die die COVID-19-Krise ganz klar gezeigt hat, ist, dass man immer mutig sein muss. Die weiterhin Mutigen werden sowohl im Fundraising aber auch in der Öffentlichkeitsarbeit belohnt. Man darf sich nicht einschüchtern lassen, muss optimistisch bleiben und das wird bei der nächsten Krise wieder gefragt sein und zum Erfolg führen. Es gab auch keinen Grund sich bei den eigenen Themen zurückzuhalten, nur weil diese keinen direkten Bezug zu COVID-19 hatten, denn sie haben bei vielen Organisationen dennoch funktioniert, wie man gesehen hat. Andere Krisen hatten bereits bewiesen, dass die Leute weiter spenden und Vorsicht und Zurückhaltung die falschen Wege sind. Die COVID-19-Pandemie hat das wieder bestätigt. Man muss als Organisation weitermachen, wie geplant und sogar noch darüber hinaus. Wer sich zurücknimmt und in Schockstarre verfällt, hat schon verloren.

„Letztlich war es so, dass die Mutigen, was das Fundraising betrifft, belohnt wurden, das heißt wir haben eigentlich ein Rekordjahr gehabt, speziell 2020 was die Spendeneinnahmen betrifft.“

(IP3, S. 20)

Einen Vorteil haben dabei die Organisationen, die eine gute Beziehung zu ihren Spender:innen vorweisen können und in den persönlichen Kontakt mit ihnen getreten sind, denn auch das ist in Kombination mit Mut belohnt worden. Dieser Faktor unterstreicht die Implikation des Fundraisings für aktive Beziehungspflege. Man muss in einer solchen Krise darauf vertrauen, dass die Spender:innen die Situation verstehen und unterstützen wollen. Daher kann man in solchen Zeiten offensiver und mutiger agieren, auch in dem Wissen und der Hoffnung, dass die Spender:innen sich durch diese Kontaktaufnahme gut informiert fühlen und eventuell sogar noch mehr geben als sonst. Angst ist in Krisenzeiten definitiv fehl am Platz.

4.5.2 Flexibilität, Resilienz, Professionalität

Die folgenden drei Attribute sind es, die die Organisationen entweder gut durch die Krise geführt haben oder für die Zukunft essenziell sein werden und die Erkenntnisse dazu sollen nun näher ausgeführt werden.

Flexibilität und Resilienz

Was es einerseits in einer Krisenzeit braucht sind Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. Das ist notwendig, um mit plötzlich auftretenden Themen umgehen zu können und die Prioritäten entsprechend permanent neu ordnen zu können. Eine Krise verlangt Umstellungen in jeglichen Bereichen; organisationsintern, organisatorisch, personell und bei der Leistungserstellung nach außen. Selbst Statuten müssen mitunter angepasst werden und flexibles Agieren muss möglich sein, um die Organisationen nicht lahmzulegen und effizient weiterarbeiten zu können. Der kurzfristige Switch innerhalb der Instrumente und Tätigkeiten verlangt Flexibilität, auch unter der Berücksichtigung, dass nicht immer alles wachsen kann, denn auch dieses Wachstum kann nicht auf Dauer weitergehen. Die Anpassungsfähigkeit und Offenheit gegenüber Innovationen, bedingt durch den rasanten technologischen Wandel, ist ebenfalls von großer Bedeutung für die Zukunft.

„Das erste Charakteristikum, das du haben musst, um in einer Krisenzeit gut zu bestehen ist, dass du anpassungsfähig bist – und viele Organisationen bzw. der Sektor im Großen und Ganzen machen das mit Bravour.“

(IP10, S. 70)

Neben der Flexibilität braucht es aber auch Resilienz. Die dynamische Reaktion auf die Krise ist wichtig um zu überleben und verlangt eine resiliente Basis. Die Organisationen müssen auf mehreren Beinen stehen und mehrere Modelle haben, die funktionieren. Dazu muss man auch schon vor einer Krise investieren und sein Modell hinterfragen und verbessern, denn in einer Krise ist meist kein Geld und keine Zeit dafür da.

„Wer erst in der Krise begonnen hat darüber nachzudenken, der hats nicht geschafft.“

(IP1, S. 10).

Resilienz bedeutet hier vor allem strategisch zu überlegen, wie man die Organisation in den nächsten Jahren aufstellen will und kann. Eine Finanzierung, die auf mehreren Fördergeber:innen aufbaut, erweist sich meist ebenfalls als resilienter.

Professionalität

Die Nonprofit-Organisationen haben Professionalität bewiesen und rapide neue und andere Kanäle aufgemacht. Sie haben sehr gutes Datenmanagement betrieben und damit analytisch gearbeitet. Die Spendenorganisationen in Österreich, aber auch europaweit werden weiterhin extrem gefordert sein und in manchen Bereichen sogar an der

Belastungsgrenze arbeiten. Da braucht es diese Professionalisierung und die wurde beschleunigt und verstärkt durch die Krise.

Auch die Gesellschaft hat im Rahmen der Krise etwas von den Nonprofit-Organisationen gelernt. Der Bevölkerung wurde ein positiveres Bild vermittelt, weil man gesehen hat, dass viele Annahmen nur Vorurteile gegenüber dem Dritten Sektor sind. Sowohl die Anpassungen als auch die Dienstleistungs-Orientierung haben sehr schnell funktioniert. Es kommt nicht darauf an, ob eine Organisation auf Profit ausgerichtet ist oder nicht, wenn es um Professionalität, Effizienz und einen positiven Effekt für die Gesellschaft geht. Diese Erkenntnis hat den NPOs auch Selbstbewusstsein für die Zukunft gegeben und ihre Position in der Gesellschaft und bei Verhandlungen gestärkt. Diese gestiegene Position hat sich auch in deren Teilnahme an den Krisenmanagementgremien gezeigt.

4.5.3 Gesellschaftliche und demographische Entwicklung

Das langjährige Phänomen, auf dem der Spendenmarkt bei jeder Nothilfe fußt, ist, dass die Leute für diejenigen geben, denen es noch schlechter geht. Der Fortbestand dieses Phänomens hängt auch von der Frage ab, wie sich die Bevölkerung entwickelt. Daher muss man diese Entwicklung genauestens beobachten, denn aktuell zeigt sich, dass der Anteil der Mittelschicht immer mehr zurückgeht und das wird Auswirkungen auf den Nonprofit-Sektor haben. Die Gewaltbereitschaft nimmt zu und das ist auch für den Sektor nicht irrelevant, da es hier auch innerhalb des Sektors zu einer Spaltung kommt. Dieses Thema ist allgemein eine Riesenherausforderung für die Gesellschaft, aber auch für die Organisationen, wenn Konflikte innerhalb zum Thema werden. Durch die Krise sind die Menschen verunsichert worden und die psychische Belastung ist sehr hoch, sowohl unter den Klient:innen aber auch gesamtgesellschaftlich. Ein Umstand, der in den nächsten Jahren noch stärker zum Ausdruck kommen wird und sich so auf das Spendenverhalten auswirken könnte, denn weltweit wird es eine Nivellierung und Veränderung der Gesamtgesellschaft geben.

Die allgemeine demographische Entwicklung geht dahin, dass immer mehr Menschen in das Hauptspender:innenalter von über 55 Jahren kommen und dies eröffnet den Organisationen Möglichkeiten. Diese Menschen unterstützen oft Themen, die ihnen persönlich wichtig sind und das wird in den nächsten fünf bis zehn Jahren eine vorherrschende Entwicklung sein. Diese Generation nutzt auch multimedial fast alle Kanäle und ist daher gut zu erreichen, was wiederum bestätigt, dass die Kombination der Kanäle wichtig ist. Der Generationenwechsel führt aber auch zu neuen Formen von zivilgesellschaftlichem Engagement, die man beachten muss und integrieren sollte.

4.5.4 Positive Entwicklungen aus der COVID-19-Pandemie

Die Expert:innen fanden, wie sich bereits gezeigt hat, nicht nur negative Worte für die COVID-19-Krise, ganz im Gegenteil. Es gab auch Entwicklungen, die sie dezidiert als in ihren Augen positiv hervorgehoben haben.

Dazu zählen die gestiegenen IT-Fähigkeiten auf Seiten der Organisationen aber auch in allen Altersklassen der Spender:innen, die sich langfristig halten werden. Damit in Verbindung steht die Digitalisierung der Organisationen und der digitalen internen und externen Kommunikationswege. Entwicklungen, die sich bewährt haben und die man bei Ressourcenverfügbarkeit beibehalten sollte. Sie hatten den positiven Effekt, dass die Überarbeitung und Verbesserung von Organisationsstrukturen und -prozessen ausgelöst wurden. Vieles wird nun zentraler organisiert und dennoch notwendige Regionalstellen konnten nun gleichberechtigter eingebunden werden.

„Ich glaube nicht nur für die Organisation, [sondern auch allgemein kann man schon sagen], COVID-19 ist der beste Digitalisierungsbeauftragte, den wir in Europa gehabt haben, weil die Dinge gab es alle, die waren funktionstüchtig, aber es braucht irgendwie neben dem Innovationssog auch ein bisschen den Druck und das war das, was es gebraucht hat.“

(IP7, S. 50)

Dieser Digitalisierungsschub hat sich auch positiv auf das Fundraising ausgewirkt. Die Fortschritte im Online-Fundraising und die Offenheit des Sektors für neue Spendenlösungen sind hier als positiv einzuordnen. Außerdem lief die bereits besprochene Neuspender:innen-Akquise auch via Briefaussendungen durch die COVID-19-Pandemie sehr erfolgreich und davon werden die Organisationen noch in der Zukunft profitieren. Wie auch von der Erhöhung der durchschnittlichen Spendensumme, die man versuchen wird beizubehalten, da sie auch die Effizienz im Fundraising erhöht hat. Auf der anderen Seite wurde ein positives Bewusstsein betreffend die große Loyalität der langjährigen Spender:innen geschaffen.

Ein weiteres positives Schlagwort ist Innovationsschub. Vieles wäre ohne die Pandemie in einer Nonprofit-Organisation nicht so umsetzbar oder finanzierbar gewesen. Der Zwang der Krise hatte hier einen positiven Schub zur Folge. Die Förderung von Innovationsideen setzt sich noch weiter fort und in manchen Organisationen wurde ein eigener Bereich dafür geschaffen. Dort herrschen eigene Dynamiken mit vielen neuen Ideen, die mit einer neuen Dringlichkeit bearbeitet und viel schneller vorangetrieben werden. Die Offenheit gegenüber technischen Möglichkeiten ist gestiegen und die Innovationsoffenheit zeigt sich hier in so vielem, wie den Wegen Spender:innen anzusprechen und der digitalen Entwicklung.

„Es füttert sich gegenseitig und ist eine selbstverstärkende Geschichte. Je mehr Veränderungen, desto mehr Möglichkeiten gibt es von beiden Seiten, Ideen oder Dinge einzubringen und desto mehr Innovationsbereitschaft und desto mehr tut sich – es ist alles mehr in Bewegung.“

(IP10, S. 70)

4.5.5 Der Begriff der Krise

Eines wurde besonders betont: Eine Krise an sich ist nichts Negatives.

Jede Krise ist immer eine spezielle Geschichte und diese, ausgelöst durch die COVID-19-Pandemie, war eine sehr außergewöhnliche, die in diesem Ausmaß für viele Organisationen noch nie da gewesen ist. Im Vergleich mit anderen Ereignissen, lässt sich hier laut den Expert:innen, ein guter Vergleich mit der Finanzkrise ziehen, denn auch in dieser stiegen die Spendeneinnahmen an. Die Flüchtlingskrise halten sie für differenzierter, da es hier den Unterschied gibt, dass solche Situationen vor allem einzelne Organisationen sehr stark betreffen – in diesem Fall negativ. Bedingt durch die schlechte politische Beziehung gab es zu dieser Zeit Auswirkungen auf den Sektor. Krisen, ausgelöst durch Naturkatastrophen, seien emotional ähnlich stark besetzt wie die COVID-19-Pandemie, was eine Verbindung herstellen lässt. Allerdings können dies dann meist nur thematisch in Verbindung stehende Organisationen gut nützen. So hat jede Krise ihre Eigenheiten und eine Pandemie löst deutlich andere Umstände aus als eine Naturkatastrophe, wie beispielsweise ein Tsunami. Die Implikation ist also, dass man in jeder Krisensituation individuell flexibel reagieren muss und darauf sollte man vorbereitet sein. Allgemein gesprochen helfen Krisen den Nonprofit-Organisationen, weil die Menschen das Gefühl haben, dass sie etwas tun müssen, gebraucht werden und dann steigen die Spendenzahlungen an. In diesen Momenten muss man professionell den eingeschlagenen Weg fortsetzen und weiterverfolgen.

„Die Überschrift für mich lautet: Krise ist eine Chance. Man darf nur keine Angst haben – wichtig ist die Angst zu schmälern, indem man ins on-going geht und sich in eine/n Spender:in hineinversetzt. Was denkt der/die in einer Situation, wo die Panik ausbricht, und was braucht er/sie.“

(IP8, S. 58)

Diese Chancen wecken in den Organisationen Kreativität und den Wunsch nach neuen, klugen Lösungen für Probleme, die bis dahin möglicherweise nicht im Fokus gestanden sind. Eine Entwicklung, die die gegebene Kreativität und Menschengetriebenheit des Nonprofit-Sektors noch einmal befeuert hat.

4.5.6 Anforderungen an die Nonprofit-Organisationen für die Zukunft

Das Forschungsprojekt hat Anforderungen an die Organisationen zu Tage gebracht, mit denen sich die Nonprofit-Organisationen in Zukunft befassen werden müssen und die mitunter eine Herausforderung darstellen könnten.

Neutral gesprochen, gehen die Expert:innen davon aus, dass sich die tatsächlichen und weitreichenden Auswirkungen der Krise wohl erst in einigen Jahren benennen lassen werden können.

„Ich schätze, dass man die realen Auswirkungen im Spendenbereich vor allem in den nächsten fünf Jahren sagen/anschauen müsste.“

(IP5, S. 39)

In weiterer Folge müsste man diese dabei auch unter Berücksichtigung der Heterogenität der Organisationen betrachten und ob diese national oder international tätig sind, denn all diese Faktoren werden dabei eine Rolle spielen. Auch die Auswirkungen gewisser Spendeneinbrüche und der folgenden Investitionen werden sich in ihrem finalen Ausmaß wahrscheinlich erst in den nächsten Jahren zeigen.

Durch die Krise und die Auswirkungen der letzten zwei Jahre werden hohe Kosten auf Alle zukommen, sowohl auf die Nonprofit-Organisationen als auch auf die Bevölkerung und die Unternehmen. Der gesamte Sektor spürt vor allem, dass die Papierpreise, Transport- und Portokosten sowie die Materialkosten stark ansteigen. Diese Preissteigerungen haben beispielsweise Konsequenzen für die Kosten des Mailings. Die Verfügbarkeit vieler Produkte und Dienstleistungen wird durch Produktions- und Lieferprobleme eingeschränkt, was deren Preise ebenfalls steigen lässt. Des Weiteren steigen auch Lebensmittelpreise, die Heizungs- und Stromkosten. Die Entwicklung merken nicht nur die Organisationen, sondern auch die Spender:innen. Das wird Auswirkungen auf die Arbeit und die Finanzierung der Organisationen und möglicherweise auch auf die Spenden haben. Die Menschen werden weniger Geld zur Verfügung haben und durch die vorangegangene Kurzarbeit verschärft sich dieses Problem zusätzlich. Für die Nonprofit-Organisation kommt bei steigenden Preisen noch erschwerend die Forderung der Gesellschaft nach Nachhaltigkeit und Transparenz hinzu, die ohne weitere Kosten und Investitionen nicht erfüllbar sind.

Gravierende Auswirkungen auf die Organisationen und die Spendeneinnahmen könnten außerdem die sehr hohen Inflationsraten haben. Diese könnten spendenmindernd wirken, weil solch steigende Inflationszahlen dann auch die klassische Zielgruppe der Spender:innen trifft. Diese Gefahr ist momentan immer gegeben und hier müssen die Organisationen auf mögliche Reaktionen auf die vorherrschende Situation gefasst sein.

Eine Implikation, die sich aus diesen Herausforderungen ergibt, ist, dass sich manche Organisationen intensiver mit Finanzthemen auseinandersetzen sollten. Die Themen Zinsentwicklung und Veranlagung werden immer relevanter werden. Abgesehen von einigen hochprofessionellen Organisationen, die auf diesem Gebiet bereits sehr affin sind, gibt es bei einigen noch Aufholbedarf. Derartiges Wissen kann sich unter vielen Gesichtspunkten lohnen und steigende Kosten und die finanziellen Auswirkungen der Krise wären nur zwei davon. Neben steigenden Kosten, kommen aber auch steigende Klient:innenzahlen auf die Organisation zu. Die Krise hat hier zu mehr Bedarf in fast allen Tätigkeitsbereichen geführt, auf den man sich einstellen muss.

4.5.7 Digitalisierung und mögliche Konsequenzen

Es hat sich bisher ein sehr positives Bild von der durch die COVID-19-Pandemie ausgelöste Digitalisierung zeichnen lassen, allerdings gibt es zwei mögliche Konsequenzen der Digitalisierung, die hier in der Zukunft nicht zu vernachlässigen sind. Dabei handelt es sich um die sie begleitenden hohen Investitionskosten und die Verlierer:innen der Digitalisierung.

Investitionskosten

Die Digitalisierung wird ohne Frage weiter fortschreiten, aber dabei muss man genau identifizieren, welche Services man digital erfolgsversprechend erbringen kann. Dies begründet sich darin, dass Innovation und Digitalisierung auch die entsprechenden Gegebenheiten und personellen Ressourcen für die Umsetzung benötigen. Investitionskosten für eine qualifizierte Implementierung können oft sehr hoch sein und sollten daher genau kalkuliert sein, auch wenn sich eine Investition in die Zukunft meist lohnt. Ein Problem, das sich hier für den Nonprofit-Sektor ergibt, ist, dass die Förderlandschaft zum Teil sehr komplex und eingeschränkt ist, obwohl viele Organisationen Fördergeber:innen dringend brauchen. Zum Teil sind sie von diesen abhängig und dieses Abhängigkeitsverhältnis schränkt in Folge wiederum ihren Spielraum für Investitionen ein. Es hat sich auch in der Pandemie sehr stark gezeigt, dass der Technologieschub vorhanden war und entsprechende Investitionen getätigt werden mussten, aber viele unterstützenden Regierungsinstrumente nicht ausgeschöpft wurden, weil die gebotenen Rahmenbedingungen es erschwerten. Es ist jedenfalls ein bekannter Nachteil für den Sektor, dass NPOs von Wirtschaftsförderungen für Digitalisierung ausgeschlossen sind, weil diese als Organisationen, die dem Dritten Sektor zuzuordnen sind, im Sinne der Wirtschaftspolitik nicht wirtschaften. So müssen Nonprofit-Organisationen die Digitalisierung selbst stemmen und erhalten auch keine AMS-Förderungen oder andere

Unterstützungsleistungen. Das Gleiche gilt auch für die Investitionen zur Implementierung und Umsetzung der Richtlinien zum Datenschutz, die mit der Digitalisierung einhergehen. Viele Organisationen haben damit zu kämpfen diese Anforderungen zu erfüllen, aber durch die gestiegene Digitalisierung wurde dieses Thema wieder relevanter, nachdem es zuerst durch die Pandemie etwas in den Hintergrund gerückt war.

Verlierer:innen der Digitalisierung

Durch den digitalen Schub und dessen Forcierung besteht die Gefahr des Ausschlusses derer, die sich nicht die benötigten IT-Skills aneignen konnten oder wollten. Es wäre ein Fehlschluss davon auszugehen, dass dies für alle möglich ist und eine neue Grundvoraussetzung darstellt. Eine Klarstellung, die so auch für Schulen und Kinder gilt. Humanitäre Organisationen achten immer darauf wo sich neue Bedürftigkeiten und eine Vulnerabilität in der Gesellschaft ergeben und so tun sie dies auch im Zuge der Digitalisierung. Es wird auch dabei Verlierer:innen geben und diese gilt es zu finden und zu erkunden wie man ihnen helfen kann, mit dem Ziel, dass sie nicht noch weiter den Anschluss verlieren. Ein wichtiger Schritt, denn ein verlorener Anschluss bedeutet oft auch einen Chancenverlust, und zwar in vielen Bereichen wie sozialem Kapital oder auch dem Einkommen. Dieser Teil der Bevölkerung darf nicht vergessen werden und seine Unterstützung stellt eine äußerst wichtige Implikation für die Zukunft dar.

4.5.8 Interessenspolitische Vertretung des Sektors

Die Vertreter:innen des Sektors sind sich einig, dass es eine starke interessenspolitische Vertretung des Nonprofit-Sektors braucht. Hier wurde in der Zeit der Krise bereits sehr viel geleistet mit dem Einsatz auf vielen Seiten, wie dem Fundraising-Verband Österreich und dies muss weiter vorangetrieben werden. Für den Dritten Sektor gibt es keine Kammer wie für andere Sektoren und Industrien und daher existiert auch keine offizielle gesamthafte Vertretung der Interessen des Sektors, die es dringend bräuchte. Die Vertretungsarbeit war und ist in der Krise extrem wichtig, denn wie immer im Leben passiert nichts automatisch und der Sektor wurde trotz seiner Größe zu Beginn der Krise schlichtweg übersehen. Die dann erstarkte und noch immer weiter gestärkte Position durch die gemeinsame Interessensvertretung und durch das gemeinsame Auftreten des Dritten Sektors, wird auch in den zukünftigen Krisen große Bedeutung haben und wertvoll sein. Um dies zu fördern, findet derzeit der Zusammenschluss von 18 Dachverbänden zu einem neuen Umbrellaverband, dem „Bündnis der Gemeinnützigkeit“, statt. Dieser soll

zukünftig neben einer stärkeren Vernetzung, eine verbesserte und effiziente Vertretungsstruktur für den Sektor bieten. Das Bündnis erwartet und erhofft sich davon eine sehr viel stärkere und einflussreichere Interessenvertretung.

4.6 Beantwortung der Forschungsfragen

Unter Berücksichtigung der generierten Ergebnisse lässt sich Forschungsfrage eins zu den Auswirkungen einer landesübergreifenden Krise wie der COVID-19-Pandemie auf das Spendenverhalten der Österreicher:innen wie folgt beantworten. In Krisenzeiten kommt es meist zu einer klassischen Kurvenbewegung im Rahmen der Spendenentwicklung. Zuerst ein starker Abfall nach unten und eine darauffolgende Erholung auf ein höheres Niveau als vor der Krise. Dies hat sich auch zu Beginn der Pandemie bestätigt, als die Spendeneinnahmen plötzlich einbrachen und negative Prognosen für Unsicherheit sorgten. Die danach doch rasch einsetzende Erholung der Spenden war dann sowohl dem Kampfgeist und der Motivation der Organisationen als auch der Solidarität der Spender:innen geschuldet, die den pro-aktiven Aufrufen des Nonprofit-Sektors folgten. Wie sich gezeigt hat, hat die Krise nur bei 20 Prozent der Menschen zu einer Veränderung ihres Spendenverhaltens geführt. 80 Prozent der Spender:innen verhielten sich wie zu Zeiten vor der Pandemie. Eine Veränderung zeigte sich vor allem in der Höhe der Spendenzahlungen pro Person, denn diese ging durch die Krise nach oben, ebenso wie informelles Spenden, das im Vergleich zu formellem Spenden stark anstieg. Die Spendenmotive haben sich ebenfalls etwas verschoben und Themen mit einem COVID-19-Bezug hatten einen positiven Einfluss auf den Erfolg des Fundraisings. Allerdings konnten auch andere Schwerpunktthemen große Spendenerfolge erzielen, wie beispielsweise Tiere. Die Untersuchung hat eine Besonderheit der Spendenentwicklung, während der COVID-19-Pandemie aufgezeigt, da festgestellt wurde, dass sich der angesprochene Kurvenlauf in diesem Fall innerhalb einer Krisenzeit öfter wiederholte. Zusammengefasst betrachtet, hat sich das Spendenverhalten in den Augen der Expert:innen aber als ein stabiler Faktor während der Pandemie erwiesen, auf den die Organisationen ihre Planung, auch in Krisenzeiten, aufbauen konnten. Entscheidende Faktoren waren dabei die gestärkte Loyalität der Spender:innen und deren Bewusstsein von Bedürfnissen anderer, ausgelöst durch Katastrophe und Not.

Die Expert:inneninterviews haben ebenso aufschlussreiche Ergebnisse für die Beantwortung der zweiten Forschungsfrage nach den Folgen der Krise für österreichischen Nonprofit-Organisationen geliefert. Konfrontiert mit der großen Unsicherheit zu Beginn hatten die Nonprofit-Organisationen dennoch keine Zeit abzuwarten, sondern mussten

sofort aktiv werden und sich den Konsequenzen stellen. Die Einschränkung des persönlichen Kontakts forderte eine umfassende Digitalisierung, sowohl der Organisationen selbst als auch in der Kommunikation mit den Spender:innen und im Fundraising. Die Organisationen mussten strukturelle und personelle Maßnahmen ergreifen, um den neuen Regelungen aber auch neuen Herausforderungen gerecht zu werden. Durch die Pandemie mussten sie ihre Leistungserstellung zum Teil einschränken oder auch erweitern und den Bedürfnissen ihrer Klient:innen und der Bevölkerung anpassen. All diese Maßnahmen nahmen auch Einfluss auf die finanzielle Situation und ein Großteil des Nonprofit-Sektors nutzte die öffentliche Unterstützung in Form des NPO-Unterstützungsfonds. Wie bereits angesprochen war das Fundraising der Organisation sehr stark betroffen und man war gezwungen es um neue Kanäle zu ergänzen und entsprechende Strategien zu entwickeln. Der Dritte Sektor konnte dabei auf das gestiegene Vertrauen der Bevölkerung und eine verbesserte Beziehung mit der Regierung bauen. Eine indirekte Folge der Krise war auch, dass sich Implikationen für zukünftige Krisen ableiten ließen. Diese implizieren, dass die Nonprofit-Organisationen flexibel und resilient agieren müssen und vor allem Professionalität von entscheidender Bedeutung für ihr Überleben sein wird. Zukunftsweisend wird auch ihr Umgang mit dem Thema der Konsolidierung sein, eine Entwicklung, die sich immer präsenter auf dem Nonprofit-Sektor zeigt und dessen Umsetzung einen zukünftigen Erfolgsfaktor beschreiben könnte. Dabei handelt es sich um eine Folge der Pandemie, da diese die Notwendigkeit zur Konsolidierung zusätzlich angetrieben hat. Unterschiede in den Folgen ließen sich vor allem durch die Heterogenität der Organisationen erkennen, da kleinere Organisationen mit anderen Problemen konfrontiert waren als die Großen. Es hat sich mit Sicherheit gezeigt, dass Mut sich lohnt und der einzige Weg zum Erfolg ist. Eine Krise birgt immer auch eine Chance und diese sollte man trotz all der Unsicherheiten und Konsequenzen versuchen zu nutzen.

In Kapitel 5 erfolgt nun die Fusionierung der präsentierten Ergebnisse mit dem theoretischen Hintergrund des Forschungsgegenstandes, im Rahmen der abschließenden Diskussion. Die Erkenntnisse sollen in ihrer Gesamtheit zusammengefasst werden und einen Ausblick ermöglichen, der in Folge auch den geforderten Input für zukünftige Forschung liefert.

5 Conclusio

Dieses finale Kapitel der vorliegenden Arbeit widmet sich der zusammenfassenden Diskussion der Ergebnisse, auf Basis der angebotenen Literatur und einem darauf aufbauenden Ausblick zur Thematik. Danach wird ein methodisches Fazit gezogen, unter kritischer Berücksichtigung der Limitationen der durchgeführten Studie. Abgeschlossen wird die Conclusio mit den generierten Implikationen für Forschung und Praxis.

5.1 Diskussion und Ausblick

Die COVID-19-Pandemie, die im Januar 2020 ihren Anfang in China nahm und im März 2020 schließlich auch Österreich erreichte, löste eine Krise aus, die auch zwei Jahre später noch nicht für beendet erklärt werden kann. Vor diesem Hintergrund veränderte sich das Leben in Österreich von einem Tag auf den anderen und Wirtschaft wie auch Bevölkerung waren davon betroffen. Der Nonprofit- und Wohltätigkeitssektor und dessen Organisationen und Stakeholder:innen müssen hier miteingeschlossen werden.

Die Literaturrecherche zeigte, dass sowohl der Begriff der Krise als auch jener der Nonprofit-Organisation nicht eindeutig definiert werden können. Eine Krise ist empirischen Erkenntnissen nach, eine Situation, die immer subjektiv krisenhafte Aspekte aufweist (Neumaier, 2013 zitiert in Dijkzeul & Griesinger, 2020, S. 207) und wie die Forschungsergebnisse gezeigt haben, trifft dies auch auf die COVID-19-Pandemie zu. Eine klar formulierte Definition der Nonprofit-Organisation ist aufgrund der vielfältigen unterschiedlichen Ausprägungen nicht möglich und lässt so erste Rückschlüsse auf die Diversität des gesamten Sektors zu. Für den theoretischen Hintergrund dieses Forschungsprojekts orientierte sich die Definition daher an einem, in der Literatur anerkannten Merkmalskatalog (Meyer und Simsa, 2013, S. 8f.), dessen Aspekte mit dem Nonprofit-Organisationsbegriff des Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Projects übereinstimmen. Der Nonprofit-Sektor weist eine langjährige Tradition in Österreich auf, seine gesellschaftliche und wirtschaftliche Relevanz wurde jedoch über Jahrzehnte hinweg unterschätzt und hat so die Entstehung einer breiten empirischen Basis unterbunden. Auch bekannt als der „Dritte Sektor“ mit Dienstleistungsfunktion nimmt er aber als Vermittler eine wichtige Rolle in der Zivilgesellschaft ein und fördert ehrenamtliches Engagement (Meyer & Simsa, 2013, S. 9f.). Bekannt ist, dass leistungsbezogene Zahlungen der öffentlichen Hand, Umsatzerlöse und Spendenzahlungen von Privatpersonen wie auch Unternehmen einen Großteil der Einnahmen der NPOs ausmachen (Pennerstorfer et al., 2013, S. 67). Kennzahlen zu den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie in Österreich im Zusammenhang mit all diesen Einnahmequellen, zeigen hier einen Verlust beim

Bruttoinlandsprodukt, einen Anstieg der Arbeitslosenquote und der wirtschaftlichen Bedrohung sowie einen Rückgang der privaten Konsumausgaben (de.statista.com, 09.04.2022).

Darauf aufbauend war das Ziel der vorliegenden qualitativen Studie, anhand von zehn Expert:inneninterviews zwei relevante Fragestellungen im Zusammenhang mit den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie in Österreich auf den Nonprofit-Sektor zu untersuchen. Zum einen welche Auswirkungen diese landesübergreifende Krise auf das Spendenverhalten der Österreicher:innen hatte und zum anderen welche Folgen die Auswirkungen der Krise für die Nonprofit-Organisationen hatten. Die Interviews wurden anhand eines Interviewleitfadens geführt und mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Gläser und Laudel, auf Basis der faktischen Informationsgewinnung ausgewertet. Das Sample der Studie umfasste national wie auch international tätige Nonprofit-Organisationen, aber auch Dachverbände und Interessensvertretungen. Ergänzt wurden die Auswahleinheiten durch eine Fullservice-Agentur und eine/n Vertreter:in des Social Banking-Bereichs eines großen österreichischen Finanzdienstleistungsunternehmens.

Die Ergebnisse zum Spendenverhalten zeigen, dass es vor allem zu Beginn der Pandemie eine Veränderung gegeben hat. Die Spendenzahlen sind abrupt eingebrochen, haben sich aber im weiteren Verlauf wieder stark nach oben bewegt und zu einem Spendenrekord geführt. Bisherige empirische Ergebnisse (Mayerl & Urban, 2007, S. 90ff.; Schupp, 2011) postulierten einen Anstieg von Spendeneinnahmen zu Krisenzeiten. Dies deckt sich mit den Resultaten der vorliegenden Untersuchung und den Zahlen aus dem Spendenbericht 2021 (Fundraising Verband Austria, 2020b, S.7). Die vorliegende Studie offenbarte, dass sich der Anstieg dabei durch eine Erhöhung der Spendenbeträge loyaler Spender:innen erreichen ließ und nicht durch eine höhere Zahl an Spender:innen. Neumayr und Meyer (2020, S. 4ff.) stimmen in ihren Ausführungen zu prosozialem Verhalten und Großzügigkeit in Österreich während der COVID-19-Pandemie damit überein. Sie fanden zu Beginn der Pandemie ebenfalls heraus, dass ein Großteil der Bevölkerung sein Spendenverhalten während der Krise nicht änderte. Die höheren Spendenbeträge wurden durch eine höhere Sparquote gestärkt und diese lässt sich durch die hohe Quote an Einsparungspotenzial im täglichen Leben bedingt durch die Pandemie bestätigen (de.statista.com, 09.04.2022).

Auch in Krisenzeiten erkennen die Menschen die Bedürftigkeit anderer und geben etwas, wenn sie gebraucht werden. Zur Zeit der Pandemie war dieses Bedürfnisbewusstsein besonders stark (Maftei, 2020, S.15). Die Organisationen konnten dies bestätigen

und für sich nutzen. Informelles Spenden stieg dadurch stark an, da die Bevölkerung hier dem Aufruf des Nonprofit-Sektors zu ehrenamtlichem Engagement folgte. Emotionen haben in dieser Zeit eine große Rolle gespielt und die NPOs haben es geschafft, die Spender:innen, den zusammengefassten Spendenmotiven von Bekkers und Wiepking (2011, S. 927f.) entsprechend, anzusprechen. Die Menschen spendeten zwar vermehrt für die Themen Tiere, „Regional und National“ und natürlich COVID-19, verhielten sich in ihren Spendenzahlungen aber grundsätzlich themenunabhängig.

Bei den Folgen für die Nonprofit-Organisationen Österreichs offenbarten sich weitreichendere Auswirkungen. Wie sich gezeigt hat, spielte dabei auch die bereits im theoretischen Hintergrund aufgeworfene Diversität der Organisationen eine große Rolle. Meyer und Simsa (2013, S. 5) bestätigen hier, dass sich die Organisationen hinsichtlich vieler Merkmale wie Aufgabe, Größe und Alter unterscheiden. In der Pandemie war dann vor allem die Größe ein ausschlaggebender Faktor. Große Organisationen, vor allem jene mit einem Fokus auf Nothilfe, kamen ressourcen- und strukturell besser durch die Krise als kleine Organisationen.

Eine Entwicklung, die aber alle Organisationen traf, war die der umfassenden Digitalisierung. Der technologische Schub, unterstützt durch die Einschränkung des persönlichen Kontakts, offenbarte Potenziale, förderte Innovationen und forderte neue interne wie auch externe Prozesse. Die COVID-19-Pandemie verlangte zudem strukturelle und personelle Maßnahmen, um der infektiösen Situation und den gestiegenen Anforderungen gerecht zu werden. Bei der Leistungserstellung kam es auf der einen Seite zu Einschränkungen bedingt durch Charakteristika der Pandemie wie Ausgangsbeschränkung und Kontaktverbot. Auf der anderen Seite wurden neue Serviceleistungen implementiert, zusätzliche Initiativen gestartet und das bestehende Leistungsangebot, wenn möglich, an die neuen Rahmenbedingungen angepasst. Jeder dieser Schritte erforderte Einsatz von Energie und finanziellen Mitteln. Die finanzielle Situation der NPOs war aber nicht das größte Problem in der Krisenzeit, da der Staat hier mit dem NPO-Unterstützungsfonds (npo-fonds.at, 19.12.2021) und der Kurzarbeit zwei Instrumente geschaffen hatte, die erfolgreich unterstützten und Einnahmefälle ausglich. Vor allem der Unterstützungsfonds wurde im Rahmen der Erhebung als sehr positiv skizziert und dies deckt sich mit den gesammelten empirischen Ergebnissen (gemeinnuetzig.at, 07.02.2022).

Im Fundraising hatte die COVID-19-Pandemie erhebliche Auswirkungen auf einige der meistgenutzten Fundraising-Instrumente. Die Konsequenzen für die Organisationen waren dabei anhängig von deren Finanzierungs- und Fundraising-Konzept. Erkenntnisse,

die sich mit jenen der Literaturrecherche decken, dass eine Veränderung in der Finanzstruktur von Relevanz für das Leistungsangebot sein kann (Littich & Schober, 2013, S. 291). Sehr stark betroffen waren unter anderem Charity-Events und das Face-to-Face-Fundraising, wobei sich nur Zweiteres wieder vollständig erholen konnte. Das erfolgreichste Fundraising-Instrument bleibt, unterstützt durch die Zeiten des Lockdowns, das Brief-Fundraising, auch bestätigt durch den Spendenbericht 2021 (Fundraising Verband Austria, 2020b, S. 7). Das Online-Fundraising erlebte einen Aufschwung, der sich fortsetzen wird, auch wenn die bisherigen Ergebnisse doch hinter den Erwartungen zurückgeblieben sind. Einige Organisationen stehen in diesem Bereich noch am Anfang und gemeinsam mit der Digitalisierung werden diese Entwicklungsschritte daher die höchsten Investitionskosten in den nächsten Jahren verursachen.

Piff et al. (2010, S. 771ff.) konnten in ihren Studien die Hypothese bestätigen, dass sich Teilnehmer:innen aus unteren sozialen Schichten als großzügiger und wohlthätiger erwiesen als die Teilnehmer:innen der oberen sozialen Schichten. Dies unterstreicht, die erlangte Implikation der vorliegenden Forschung für den Fundraising-Bereich, dass der Nonprofit-Sektor die Asymmetrie des österreichischen Spendenmarkts hinsichtlich des Großspender:innentums untersuchen sollte, da aktuell nur fünf Prozent aller Spendeneinnahmen von wohlhabenden Personen stammen. Zukünftig wird für das Fundraising auch die Beziehungspflege und die Akquise von Dauerspender:innen und Neuspender:innen relevant sein. Durch die Pandemie wurden alle drei Themen bereits vorangetrieben, wie die vorliegende Untersuchung, aber auch erste empirische Zahlen aus dem Jahr 2020 dazu, bestätigen (Fundoffice, 2020). Der Nonprofit-Sektor genießt, verstärkt durch die Krise, ein sehr großes Vertrauen in der Bevölkerung und konnte seine Beziehung zur Regierung ebenfalls verbessern. Der Civil Society Index unterstreicht die Bedeutung für die Gesellschaft und deren Bewusstsein unter den Teilnehmer:innen der Befragung (gemeinnützig.at, 19.12.2021).

Die Situation des Nonprofit-Sektors wird von den beiden Schlagwörtern Wirkungsschöpfung und Konsolidierung geprägt. Die vermehrte Konzentration auf die Wirkungsschöpfung fördert zum einen die Sichtbarkeit der Organisationen und unterstreicht zum anderen die Arbeit zur gestiegenen Bedeutung von Impact und Wirkungsanalyse von Grünhaus und Rauscher (2021, S. 1ff.). Mit diesem Fokus wird man außerdem den zunehmenden Forderungen nach Transparenz und Offenlegung gerecht. Die Entwicklung des Dritten Sektors beschreibt eine klare Tendenz von föderalen hin zu dezentralen Strukturen und der Konsolidierung wichtiger Kernprozesse. Besonders diese Konsolidierung wurde durch die Pandemie stark angetrieben und wird von den Expert:innen als eine der wesentlichsten Auswirkungen der Krise eingestuft.

Die Implikationen für die Zukunft rufen die Nonprofit-Organisationen dazu auf, mutig zu bleiben und mit Flexibilität, Resilienz und Professionalität in den kommenden Jahren weiterzuarbeiten. Wichtig dabei ist die Beobachtung der gesellschaftlichen Entwicklung und der Inflationsraten, sowie die Berücksichtigung der steigenden Kosten und Preise. Die interessenspolitische Vertretung erzielte bereits seit dem Beginn der Pandemie große Erfolge und die Sichtbarkeit sowie die Position des Sektors sind im Vergleich zu den Jahren davor gestiegen. Dennoch verlangt die Situation des Sektors hier neben Vernetzung und Austausch innerhalb der Nonprofit-Organisationen auch ein offizielles starkes Auftreten nach außen.

Finale Auswirkungen auf beiden Seiten des Spendenmarktes werden sich mit großer Wahrscheinlichkeit erst in einigen Jahren zeigen. Auf Seiten der Spender:innen aufgrund der prognostizierten gesellschaftlichen und demographischen Entwicklungen, aber auch mit Blick auf wirtschaftliche Rahmenbedingungen wie die Inflation. Als Fazit lässt sich ableiten, dass die COVID-19-Pandemie zwar eine Zeit großer Herausforderungen für die Nonprofit-Organisationen Österreichs gebracht hat, sich aber auch viele positive Entwicklungen wie zum Beispiel ein Innovationsschub ableiten lassen. Die gewonnenen Erkenntnisse implizieren, dass viele der Entwicklungen bestehen bleiben werden und die Organisationen mit intelligentem Einsatz der neuen Möglichkeiten in ihrer Arbeit fortfahren müssen. Den Nonprofit-Organisationen bieten sich nun Potentiale effizienter und kostengünstiger zu agieren, ohne einen Vertrauensverlust ihrer relevanten Stakeholder:innen zu riskieren. Das Spendenverhalten zeigt sich als stabiler Faktor, auch in Krisenzeiten, und all dies ermöglicht einen positiven Blick in die Zukunft, unter der Prämisse, dass eine Krise auch immer eine Chance darstellt.

5.2 Methodisches Fazit und Limitationen

Die Literaturrecherche hat gezeigt, dass empirische Daten zu dem Forschungsgegenstand nur in eingeschränkter Form zur Verfügung stehen. In den letzten zwanzig Jahren zeigt sich hier eine positive Entwicklung und Forscher:innen, wie auch anerkannte Institute arbeiten daran, diese empirische Lücke zu schließen. Sie möchten eine Brücke zwischen Forschung und Praxis errichten und zur gesamten Weiterentwicklung sowie steigender Präsenz dieses relevanten Sektors beitragen. Das vorliegende Forschungsprojekt wurde ebenfalls auf Basis dieses Ziel initiiert. Es sollte dabei helfen zu zeigen, wie Organisationen, die offiziell nicht wirtschaftlich tätig sind, aber eine wichtige Rolle für die Zivilgesellschaft einnehmen, von einer landesweiten Krise betroffen sind. Die Heterogenität der ausgewählten Organisationen spiegelte dabei die Diversität des Sektors wider.

Die Expert:innen konnten durch ihren direkten und exklusiven Zugang zum Feld inhaltlich wertvolle Informationen liefern und zu einem aussagekräftigen Datenmaterial beitragen. Trotz dieser Fülle an Informationen könnte eine Samplegröße von zehn Intervieweinheiten bei einer Anzahl von annähernd 125.000 Organisationen innerhalb des österreichischen Nonprofit-Sektors als vergleichsweise niedrig eingestuft werden. Die Forschungsergebnisse zur Position kleiner Organisationen in der Krise haben offengelegt, dass auch deren Sicht der Fakten eine gesonderte Relevanz für den Forschungsgegenstand aufweist, die untersucht werden sollte. Beide Argumente stellen mitunter eine Limitation der vorliegenden Forschung dar, bieten aber gleichzeitig auch Möglichkeiten für zukünftige Forschungen und werden daher in Abschnitt 5.3 nochmals aufgegriffen.

Der, während der Untersuchung im März 2022 eskalierte Konflikt zwischen der Ukraine und Russland, führte zu einer Reduktion der Interviewzahl und veränderte die Rahmenbedingungen während des letzten Interviews. Während dessen Durchführung hatte sich bereits eine neue Krisensituation ergeben und so kam der/die Interviewpartner:in nicht umhin diese in manchen seiner/ihrer Ausführungen zu berücksichtigen. Hinzu kommt, dass die, für die Untersuchung relevante COVID-19-Krise, noch nicht für beendet erklärt werden kann und so könnten sich nach Abschluss der Erhebungsphase weitere relevante Fakten ergeben, die nicht berücksichtigt werden konnten.

Die Position des/der Expert:in innerhalb der Nonprofit-Organisation beeinflusste mitunter den Umfang der Informationen zu den Geschehnissen innerhalb der Organisation, während der Krise. Dieser Umstand trug dazu bei, dass der Fokus in einzelnen Interviews verstärkt auf das Fundraising gerichtet wurde und keine Details zu finanziellen Maßnahmen oder Veränderungen in anderen Geschäftsbereichen zur Verfügung standen. Diese Limitation wurde in weiterer Folge in dem Aufbau des Kategoriensystems berücksichtigt.

5.3 Implikationen für Forschung und Praxis

Trotz des weiterhin unklaren Ausgangs der COVID-19-Pandemie haben sowohl die Thematik als auch die Ergebnisse Relevanz für die Praxis. Das ausgewertete Datenmaterial impliziert ein stabiles Spendenwesen mit erhöhten Spendenbeträgen auch zu Krisenzeiten und dies muss die Organisationen dazu motivieren mit Selbstbewusstsein weiterzuarbeiten und ihren Weg zu gehen. Wichtig ist dabei die Spender:innen aktiv abzuholen, zu integrieren und die Beziehung zu ihnen sorgfältig zu pflegen. Trotz ihrer loyalen Spender:innen dürfen sie die Akquise von Neuspender:innen und Dauerspender:innen nicht vernachlässigen, denn beide Gruppen können noch Jahre später einen positive Effekt auf ihre Einnahmen haben.

Der technologische Fortschritt und die Ausweitung des Online-Bereichs werden sich fortsetzen und stetig neu auftretende Anforderungen werden diese Entwicklungen begleiten. Für die Organisationen wird es hier wichtig sein den Anschluss nicht zu verlieren und den Einsatz digitaler Möglichkeiten und deren Investitionsanforderungen selektiv zu entscheiden. Zu berücksichtigen gilt es dabei unter anderem die weiterhin starke Position traditioneller Fundraising-Instrumente wie der Briefaussendung, aber auch die Tatsache, dass es im digitalen Bereich keinen Weg zurück gibt. Im Zusammenhang mit Investitionen wird außerdem die Auseinandersetzung mit Finanzthemen relevant sein, denn steigende Kosten und Klient:innenzahlen werden nach Aktion und Reaktion auf diesem Gebiet verlangen. Die Förderung von Resilienz findet in allen Bereichen ihre Berechtigung und sollte bereits durch eine breit aufgestellte finanzielle Basis grundlegend gegeben sein.

Die ausgewerteten Implikationen für die Zukunft können die Nonprofit-Organisationen dabei unterstützen sich auf zukünftige Krisen oder Ausnahmesituationen vorzubereiten. Diese Erkenntnisse zeigen auf, welche Entwicklungen in den kommenden Jahren von Bedeutung sein werden und den Fokus der Organisationen verdienen. Das Wissen um potenzielle Anforderungen, wie die der Inflation und der gesellschaftlichen Entwicklungen, können dabei neben den zu erfüllenden Forderungen nach Transparenz und Offenheit, einen Beitrag zur Gestaltung der Arbeit der Nonprofit-Organisationen leisten.

Zukünftige Forschung könnte sich mit den langfristigen Auswirkungen befassen, die laut den Forschungsergebnissen innerhalb der nächsten fünf bis zehn Jahre zu erwarten sind. Weiterführende Untersuchungen zu einem späteren Zeitpunkt könnten in diesem Zusammenhang außerdem auf ein größeres Datenmaterial unter Berücksichtigung der COVID-19-Pandemie zurückgreifen, als dies zum jetzigen Zeitpunkt möglich war. Interessante Fokusthemen folgender Forschungsprojekte könnten kleine Organisationen und die Entwicklung des Großspender:innen-Fundraisings in Österreich darstellen.

Künftige empirische Forschung würde eine Überprüfung der Implikationen dieser Forschungsarbeit erlauben, da sich die Nonprofit-Organisationen durch die aktuelle Situation in der Ukraine bereits mit der nächsten Krise konfrontiert sehen. Diese Ergebnisse würden ebenfalls zu neuen empirischen Daten im Zusammenhang mit prosozialem Verhalten in Ausnahmesituationen und der Spendenentwicklung in Krisenzeiten beitragen. Für die Nonprofit-Organisation könnten Untersuchungen zu den Themen Digitalisierung und Konsolidierung von Interesse sein, da es sich dabei um zwei der prognostizierten Schwerpunkte ihrer zukünftigen Arbeit handeln wird. Empirisch bestätigte Ergebnisse wären für sie bei deren Umsetzung mit großer Wahrscheinlichkeit sehr wertvoll.

Aufgrund des erwähnten reduzierten Forschungssamples würde sich mit Sicherheit die Möglichkeit einer größeren Studie bieten, die eine höhere Anzahl an Nonprofit-Organisationen miteinschließt und auf den Ergebnissen dieses Forschungsprojektes aufbaut. Ebenfalls relevant wäre eine quantitative Erhebung im Feld der Spender:innen zu dem Thema Spendenverhalten, um ihre Gedanken zu ermitteln und zu verstehen. Diese Untersuchung könnte weitere Informationen zu den Spendenmotiven liefern und eventuell Aufschluss über die Gründe für den Anstieg an Spenden für Tiere im Vergleich zu Kindern geben. Es hat sich also bestätigt, dass der Nonprofit-Sektor einen relevanten Bereich für Wirtschaft und Bevölkerung darstellt und ein breites Spektrum an Forschungspotenzialen anbietet.

Literaturverzeichnis

- Alonso-Ferres, María/Navarro-Carrillo, Ginés/Garrido-Macías, Marta/Moreno-Bella, Eva/Valor-Segura, Inmaculada (2020). Connecting perceived economic threat and prosocial tendencies: The explanatory role of empathic concern. *PLoS ONE*, 15(5), 1–25.
- Bekkers, René/Wiepking, Pamala (2011). A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms That Drive Charitable Giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(5), 924–973.
- BMSGPK (2020). COVID-19: Analyse der sozialen Lage in Österreich. unveröffentlicht: Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz. Online: https://www.sozialministerium.at/dam/jcr:5f807a53-5dce-4395-8981-682b5f1dc23b/BMSGPK_Analyse-der-sozialen-Lage.pdf [Abruf am 25.08.2021].
- Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (2014). Interviews mit Experten: eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden: Springer VS.
- Czypionka, Thomas/Kocher, Martin G./Schnabl, Alexander (2020). Österreichs Wirtschaft in der Corona-Pandemie. *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, 21(3), 280–289.
- de.statista.com (2022). Auswirkungen des Coronavirus (COVID-19) auf die Wirtschaft in Österreich. Statista. Online: <https://de.statista.com/themen/6436/auswirkungen-des-coronavirus-covid-19-auf-die-wirtschaft-in-oesterreich/> [Abruf am 09.04.2022].
- van Dijk, Mathilde/Van Herk, Hester/Prins, Remco (2019). Choosing your charity: The importance of value congruence in two-stage donation choices. *Journal of Business Research*, 105(C), 283–292.
- Dijkzeul, Dennis/Griesinger, Diana (2020). Wann ist eine humanitäre Krise eine humanitäre Krise? Zur Definition und Auslegung eines vagen Begriffspaares. In Frank Bösch/Nicole Deitelhoff/Stefan Kroll (Hrsg.). *Handbuch Krisenforschung* (S. 205–229). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Online: http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-28571-5_11 [Abruf am 18.12.2021].
- Dresing, Thorsten/Pehl, Thorsten (2018). *Praxisbuch. Interview, Transkription & Analyse: Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende* (8. Auflage). Marburg: Eigenverlag.

- Flick, Uwe (2020). Sozialforschung. Methoden und Anwendungen: ein Überblick für die BA-Studiengänge. (5. Auflage). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Flick, Uwe/Kardorff, Ernst von/Steinke, Ines (2019). Was ist qualitative Forschung? Einleitung und Überblick. In Uwe Flick/Ernst von Kardorff/Ines Steinke (Hrsg.). *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. (13. Auflage) (S. 13–29). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Fundoffice (2020). Neuspender:innen in Österreich 2011-2020. Online: <https://www.fundoffice.at/wp-content/uploads/2022/03/fundoffice-NeuspenderInnen-Studie-2020-1.pdf> [Abruf am 18.12.2021].
- Fundraising Verband Austria (2020a). Spendenguide für Unternehmen 2020/2021. unveröffentlicht: o.V. Online: https://www.fundraising.at/wp-content/uploads/2020/11/SpendenGuide_2020_Download.pdf [Abruf am 18.12.2021].
- Fundraising Verband Austria (2020b). Spendenbericht 2020. unveröffentlicht: Fundraising Verband Austria. Online: https://www.fundraising.at/wp-content/uploads/2020/11/Spendenbericht_2020_v11-final-Screen.pdf [Abruf am 18.12.2021].
- Fundraising Verband Austria (2021). Spendenbericht 2021. unveröffentlicht: o.V. Online: https://www.fundraising.at/wp-content/uploads/2021/11/Spendenbericht-2021_Fundraising-Verband-Austria.pdf [Abruf am 18.12.2021].
- gemeinnuetzig.at (2019). Wie denken die Österreicher_innen über gemeinnützige Organisationen? IGO. Online: https://gemeinnuetzig.at/2019/04/wie-denken-die-oesterreicher_innen-ueber-gemeinnuetzige-organisationen/ [Abruf am 19.12.2021].
- gemeinnuetzig.at (2021a). NPO Unterstützungsfonds: Vorläufige Bilanz und Ausblick. IGO. Online: <https://gemeinnuetzig.at/2021/12/npo-unterstuetzungsfonds-vorlaeufige-bilanz-und-ausblick/> [Abruf am 19.12.2021].
- gemeinnuetzig.at (2021b). Neuauflage des NPO Fonds: BMKÖS gibt erste Eckpunkte bekannt. IGO. Online: <https://gemeinnuetzig.at/2021/12/neuauflage-des-npo-fonds-bmkoes-gibt-erste-eckpunkte-bekannt/> [Abruf am 19.12.2021].
- gemeinnuetzig.at (2022). Ergebnis der Blitz-Umfrage: Bedarf an weiteren Corona Unterstützungsleistungen für NPOs. IGO. Online: <https://gemeinnuetzig.at/2022/01/ergebnis-der-blitz-umfrage-bedarf-an-weiteren-corona-unterstuetzungsleistungen-fuer-npos/> [Abruf am 07.02.2022].

- Gläser, Jochen/Laudel, Grit (2010). Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen (4. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Grünhaus, Christian/Rauscher, Olivia (2021). Impact und Wirkungsanalyse in Nonprofit Organisationen, Unternehmen und Organisationen mit gesellschaftlichem Mehrwert. unveröffentlicht: o.V. Online: https://www.wu.ac.at/fileadmin/wu/d/cc/npocompetence/12_Publikationen_NPO_SE/Grünhaus_Rauscher_Impact_Wirkungsanalyse_gesellMehrwert_Apr2021.pdf [Abruf am 19.12.2021].
- Helfferrich, Cornelia (2011). Die Qualität qualitativer Daten: Manual für die Durchführung qualitativer Interviews (4. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Litofcenko, Julia/Meyer, Michael/Neumayr, Michaela/Pennerstorfer, Astrid/Terzieva, Berta (2021). Philanthropic Behavior in Times of COVID-19. auf der 14. Internationales NPO-Colloquium, Linz, 8. April 2021.
- Littich, Edith/Schober, Christian (2013). Finanzierung von NPOs. In Ruth Simsa/Michael Meyer/Christoph Badelt (Hrsg.). *Handbuch der Nonprofit-Organisation. Strukturen und Management*. (5. Auflage) (S. 289–312). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Maftai, Alexandra (2020). The more you have, the less you give? Prospective donation behavior for COVID-19 causes. *Romanian Journal of Applied Psychology*, 22(1), 15–20.
- Mayerl, Jochen/Urban, Dieter (2007). Der Tsunami-Faktor: die Naturkatastrophe als temporärer Verstärker der Beziehung zwischen Spendenabsicht und Spendenverhalten. *Soziale Probleme*, 18(1), 90–108.
- Mayring, Philipp (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (12. Auflage). Weinheim Basel: Beltz.
- Meer, Jonathan/Miller, David/Wulfsberg, Elisa (2017). The Great Recession and charitable giving. *Applied Economics Letters*, 24(21), 1542–1549.
- Meuser, Michael/Nagel, Ulrike (2005). ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In Alexander Bogner/Wolfgang Menz (Hrsg.). *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*. (2. Auflage) (S. 71–93). Wiesbaden: VS Verlag.
- Meyer, Michael/Simsa, Ruth (2013). NPOS: Abgrenzungen, Definitionen, Forschungszugänge. In Michael Meyer/Ruth Simsa/Christoph Badelt (Hrsg.). *Handbuch der Nonprofit-Organisation. Strukturen und Management*. (5. Auflage) (S. 3–14). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

- Neumaier, Otto (2013). Kritik der Krise. In Uta Fenske/Walburga Hülk/Gregor Schuhen (Hrsg.). *Die Krise als Erzählung. Transdisziplinäre Perspektiven auf ein Narrativ der Moderne*. (1. Auflage) (S. 49–70). Bielefeld, Germany: transcript Verlag. Online: https://www.transcript-verlag.de/chunk_detail_seite.php?doi=10.14361/transcript.9783839418352.49 [Abruf am 18.12.2021].
- Neumayr, Michaela/Handy, Femida (2017). Charitable Giving: What Influences Donors' Choice Among Different Causes? *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 30(1), 1–29.
- Neumayr, Michaela/Meyer, Michael (2020). Generosity in Times of Crisis Austrian Helping Behaviors During the COVID-19 Pandemic. unveröffentlicht: o.V. Online: <https://www.globalgenerosityresearch.com/wp-content/uploads/2021/11/Global-Generosity-Austria-Report.pdf> [Abruf am 18.12.2021].
- Neumayr, Michaela/Schober, Christian (2012). Giving in Austria: Einflussfaktoren auf das Spendeverhalten der österreichischen Bevölkerung. Online: <https://www.wu.ac.at/npo/research/> [Abruf am 18.12.2021].
- Neumayr, Michaela/Schober, Christian/Scheider, Hanna (2013). Spenden und Stiftungszuwendungen. In Michael Meyer/Ruth Simsa/Christoph Badelt (Hrsg.). *Handbuch der Nonprofit-Organisation Strukturen und Management* (5. Auflage) (S. 471–490). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Online: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:101:1-201306189158> [Abruf am 18.12.2021].
- Niehues, Judith/Stockhause, Maximilian (2020). Vermögensgrenzen: Große gruppenspezifische Unterschiede. Köln: Institut der deutschen Wirtschaft. Online: <https://www.iwkoeln.de/studien/judith-niehues-maximilian-stockhausen-grosse-gruppenspezifische-unterschiede-487547.html> [Abruf am 14.05.2022].
- npo-fonds.at (2021). NPO Unterstützungsfonds. Non-Profit-Organisation - Unterstützungsfond. Online: <https://npo-fonds.at/> [Abruf am 19.12.2021].
- Pennerstorfer, Astrid (2016). Die volkswirtschaftliche Bedeutung gemeinnütziger Organisationen in Österreich. *The Public Sector*, 42(2), 7–15.
- Pennerstorfer, Astrid/Schneider, Ulrike/Badelt, Christoph (2013). Der Nonprofit-Sektor in Österreich. In Ruth Simsa/Michael Meyer/Christoph Badelt (Hrsg.). *Handbuch der Nonprofit-Organisation. Strukturen und Management*. (5. Auflage) (S. 55–75). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

- Piff, Paul K./Kraus, Michael W./Côté, Stéphane/Cheng, Bonnie Hayden/Keltner, Dacher (2010). Having less, giving more: The influence of social class on prosocial behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(5), 771–784.
- Reinhold, Gerd/Lamnek, Siegfried (Hrsg.) (2000). *Soziologie-Lexikon* (4. Auflage). München, Wien: Oldenbourg.
- Roberts, Jennifer R./Maxfield, Molly (2019). Mortality Salience and Age Effects on Charitable Donations. *American Behavioral Scientist*, 63(14), 1863–1884.
- Salamon, Lester M./Anheier, Helmut K. (1996). The international classification of non-profit organizations: ICNPO-revision 1, 1996. unveröffentlicht: Johns Hopkins University Institute for Policy Studies.
- Saxton, Joe (2020). PEST and the pandemic: How the world might change for charities over the next 20 years because of Covid-19. London: nfpSynergy.
- Schupp, Jürgen (2011). Die Spendenbereitschaft bleibt auch in der Krise hoch. Online: https://www.diw.de/de/diw_01.c.527306.de/wb29_2011_interview_schupp.mp3.html [Abruf am 19.12.2021; Gelesen mit Internet].
- Seitz, Jakob (2020). Einflüsse auf altruistisches & prosoziales Verhalten. Online: https://www.wiwi.uni-passau.de/fileadmin/dokumente/fakultaeten/wiwi/lehrstuehle/lambsdorff/Download_EE/SevenSins/Seminararbeit_Jakob_Seitz_-_Einflüsse_auf_altruistisches_und_prosoziales_Verhalten.pdf [Abruf am 19.12.2021].
- statistik.at (2021). Ortschaften in Österreich. Online: https://statistik.at/web_de/klassifikationen/regionale_gliederungen/ortschaften/index.html [Abruf am 12.05.2022].
- Steinke, Ines (2019). Gütekriterien qualitativer Forschung. In Uwe Flick/Ernst von Kardorff/Ines Steinke (Hrsg.). *Qualitative Forschung: Ein Handbuch*. (13. Auflage) (S. 319–331). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Trincek, Rainer (2005). Wie befrage ich Manager? Methodische und methodologische Aspekte des Experteninterviews als qualitative Methode empirischer Sozialforschung. In Alexander Bogner/Beate Littig/Wolfgang Menz (Hrsg.). *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*. (2. Auflage) (S. 209–222). Wiesbaden: VS Verlag.
- www.ccss.jhu.edu (2021). Comparative Nonprofit Sector Project (CNP) | Johns Hopkins Center for Civil Society Studies. Online: <https://ccss.jhu.edu/research-projects/comparative-nonprofit-sector-project/> [Abruf am 18.12.2021].

[www.covid19-dashboard.ages.at](https://covid19-dashboard.ages.at) (2022). Aktuelle Situation - AGES Dashboard COVID19. Online: <https://covid19-dashboard.ages.at/> [Abruf am 09.04.2022].

[www.directmind.at](https://www.directmind.at/spendenindex/spendenindex-plus/) (2021). Spendenindex+. Online: <https://www.directmind.at/spendenindex/spendenindex-plus/> [Abruf am 13.01.2022].

[www.duden.de](https://www.duden.de/rechtschreibung/Krise) (2022). Definition Krise. Online: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Krise> [Abruf am 09.04.2022].

[www.sozialministerium.at](https://www.sozialministerium.at/Themen/Gesundheit/Uebertragbare-Krankheiten/Infektionskrankheiten-A-Z/Neuartiges-Coronavirus.html) (2022). Neuartiges Coronavirus. Online: <https://www.sozialministerium.at/Themen/Gesundheit/Uebertragbare-Krankheiten/Infektionskrankheiten-A-Z/Neuartiges-Coronavirus.html> [Abruf am 09.04.2022].

www.wu.ac.at (2022). <https://www.wu.ac.at/npocompetence/ueber-uns>.
<https://www.wu.ac.at/npocompetence/ueber-uns>. Online:
<https://www.wu.ac.at/npocompetence/ueber-uns> [Abruf am 29.03.2022].

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kennzahlen zu Auswirkungen der COVID-19-Pandemie in Österreich	2
Tabelle 2: Nonprofit-Sektor Österreich 2019	16
Tabelle 3: Kategoriensystem	108

Anhang

A. Erhebungsinstrument/Interviewleitfaden

Der österreichische Spendenmarkt in Krisenzeiten – Die Auswirkungen einer Krise auf das Spendenverhalten der Österreicher:innen und die Folgen für österreichische Nonprofit-Organisationen am Beispiel der COVID-19-Pandemie

Interview-Nummer:

1. Einleitungs- und Vorbereitungsphase

- Dank an den/die Expert:in (Vielen Dank für Ihre Gesprächsbereitschaft. Es ist sehr wertvoll für mich und mein Forschungsvorhaben hier heute dieses Interview mit Ihnen führen zu können.)
- Vorstellung der Interviewerin
- Institutioneller Kontext
- Erläuterung des Forschungsgegenstands und des Forschungsprojektes
- Zeitrahmen nochmals abklären
- Erläuterung des Interviewablaufs
- Abklärung der Erlaubnis zur Tonbandaufzeichnung (Abschließend möchte ich Sie bevor wir beginnen, noch um die Erlaubnis zur Tonbandaufzeichnung bitten.)
- Klärung der Datenverwendung und Anonymitätssicherung für den Ergebnisteil

2. Fragenblöcke

A. Fakten zur Organisation

Leitfrage/Stimuli/Erzählaufforderung	
Zu Beginn würde ich gerne mit Ihrer Organisation und deren Hardfacts starten. Bitte geben Sie mir einen kurzen Überblick bzw. Einblick dazu.	
Inhaltliche Aspekte	Aufrechterhaltungsfragen/Nachfragen
Nonprofit-Organisation	In welchen Bereichen sind Sie tätig? Mit welcher Zielgruppe arbeiten Sie? Wie viele Mitarbeiter:innen haben Sie? Wie hoch ist die Anzahl der Klient:innen, die Sie betreuen?

B. Folgen für die Nonprofit-Organisation

Leitfrage/Stimuli/Erzählaufforderung	
Meine Arbeit behandelt, wie erwähnt, den Spendenmarkt bzw. Spendenverhalten in Krisenzeit am Beispiel der COVID-19-Pandemie, wenn wir nun unser Augenmerk darauf richten – welche Auswirkungen haben Sie im Rahmen der COVID-19-Pandemie auf Ihre Organisation wahrgenommen?	
Inhaltliche Aspekte	Aufrechterhaltungsfragen/Nachfragen
Auswirkungen auf die Nonprofit-Organisation – was hat die Pandemie verändert	Wann haben Sie die ersten Veränderungen bemerkt?

Leitfrage/Stimuli/Erzählaufforderung	
Welche Maßnahmen haben Sie als Organisation gesetzt?	
Inhaltliche Aspekte	Aufrechterhaltungsfragen/Nachfragen
Einblick in die gesetzten Maßnahmen von Seiten der Nonprofit-Organisation	Beispiel: in Bezug auf die eigene Struktur Welche personellen Maßnahmen haben Sie getroffen bzw. welche Veränderungen haben Sie erfahren? (Beispiele: Kündigungen/Neuanstellungen, Änderungen in der Arbeitsstruktur)

Leitfrage/Stimuli/Erzählaufforderung	
Welche finanziellen Maßnahmen haben Sie getroffen bzw. welche Veränderungen in der finanziellen Situation der Organisation haben Sie erfahren?	
Inhaltliche Aspekte	Aufrechterhaltungsfragen/Nachfragen
Finanzielle Lage der Nonprofit-Organisation	Beispiele: <ul style="list-style-type: none"> • Anstieg der Kosten • Erschließung neuer Finanzierungsformen • Streichung von Investitionsprojekten • Jahresumsätze (vorbereitet)

	<p>War es nötig Unterstützung öffentlicher Institutionen anzunehmen? Wenn ja, welche?</p> <p>Wie sieht die finanzielle Lage der Organisation aktuell aus?</p>
--	---

Gab es durch all diese Maßnahmen Einschränkungen oder auch Erweiterungen bei Ihren Dienstleistungen?

Gab es in Ihrer Organisation auch positive Entwicklungen, die sich im Zuge der Corona-Krise ergeben haben?

C. Auswirkungen auf das Spendenverhalten

Leitfrage/Stimuli/Erzählaufforderung	
<p>Kommen wir nun zu einem sehr wichtigen Faktor, dem Generieren von Spenden. Haben Sie hier besondere Veränderungen auf Seiten der Spender:innen bemerkt, bedingt durch die Pandemie?</p>	
Inhaltliche Aspekte	Aufrechterhaltungsfragen/Nachfragen
<p>Veränderung des Spendenverhaltens</p>	<p>Wie, würden Sie sagen, hat sich das Spendenverhalten selbst verändert?</p> <p>Was waren/sind die Gründe dafür?</p> <p>Haben sich auch die Spendenmotive verändert?</p>

Wir haben ja bereits über die Maßnahmen gesprochen, die Sie aufgrund der COVID-19-Pandemie als Organisation gesetzt haben/setzen mussten – gab es hier in Bezug auf das veränderte Spendenverhalten etwas, dass Sie ändern mussten oder andere Maßnahmen, die Sie pro-aktiv gesetzt haben, um auf diese Veränderungen zu reagieren, die Sie vorhin noch nicht erwähnt haben?

Denken Sie, diese Veränderungen im Spendenverhalten werden bestehen bleiben oder waren sie rein situationsbedingt und werden sich abermals verändern?

D. Die Arbeit der Nonprofit-Organisationen

Die bereits besprochenen Faktoren betreffen auch die Arbeit als Nonprofit-Organisation, wenn wir uns diesem Bereich nun zuwenden, ...

Welche Lücken im Angebot für Ihre Zielgruppe(n) hat die COVID-19 Krise offengelegt?

Leitfrage/Stimuli/Erzählaufforderung	
Wenn wir gemeinsam in die Zukunft blicken, wie schätzen Sie die nächsten 12 Monate für Ihre Arbeit/für die Nonprofit-Organisationen ein?	
Inhaltliche Aspekte	Aufrechterhaltungsfragen/Nachfragen
Zukunft für die Nonprofit-Organisationen	Sie haben vorhin bereits darüber gesprochen, ob es schon Einschränkungen oder Erweiterungen Ihrer Dienstleistungen gab. Wie würden Sie diese Entwicklung zukünftig sehen? Werden Sie Ihren Leistungsumfang einschränken müssen, auf dem gleichen Niveau halten oder ausbauen?

E. Nonprofit-Sektor

Leitfrage/Stimuli/Erzählaufforderung	
Wie würden Sie die aktuelle Situation des Nonprofit-Sektors und dessen Organisationen allgemein beschreiben?	
Inhaltliche Aspekte	Aufrechterhaltungsfragen/Nachfragen
Zusammenarbeit am Nonprofit-Sektor / andere Organisationen	Kam es/kommt es bedingt durch die Pandemie zur Zusammenarbeit von Nonprofit-Organisationen? Wenn ja, in Form von Kooperationen oder auch zum Zweck der Koordination gewisser Maßnahmen? Waren Sie stärker oder weniger stark betroffen als andere Anbieter von sozialen Dienstleistungen im Nonprofit-Sektor? Inwiefern? Warum?

F. Implikationen für die Zukunft

Leitfrage/Stimuli/Erzählaufforderung	
Was denken Sie, was können die Organisationen des Nonprofit-Sektors aus den Entwicklungen der Krise mitnehmen?	
Inhaltliche Aspekte	Aufrechterhaltungsfragen/Nachfragen

Zukunft, Praxis	Wie können sie in Zukunft besser auf solche Situationen vorbereitet sein?
-----------------	---

3. Abschluss des Interviews

Alles in allem jetzt – haben Sie den Eindruck, dass wir noch Punkte, die aus Ihrer Sicht relevant sind für die Untersuchung, vergessen haben? Gibt es etwas in Bezug auf das Spendenverhalten oder Ihre Organisation und COVID-19, dass Sie mir noch unbedingt mitteilen möchten? Oder etwas, mit dem Sie zusammenfassend abschließen möchten?

Würden Sie sagen, dass ich mit einer bestimmten Organisation noch unbedingt sprechen sollte?

Ok, damit würde ich nun die Aufnahme beenden. Nochmals herzlichen Dank für das Interview und Ihre Zeit. Wenn Sie Interesse haben, lasse ich Ihnen gerne meine abgeschlossene Masterarbeit zukommen.

B. Kategoriensystem

Tabelle 3: Kategoriensystem

Hauptkategorie	HK-Nummer	Unterkategorie	UK-Nummer
Folgen für Nonprofit-Organisationen	A	Unsicherheit	A.1
		Digitalisierung	A.2
		Strukturelle und personelle Maßnahmen - Auswirkungen auf die Mitarbeiter:innen	A.3, A.3.1.
		Heterogenität der Organisationen und deren Rolle in der Pandemie - „Blinder Fleck“ kleinere Organisationen	A.4, A.4.1
		Leistungserstellung - Einschränkungen / Erweiterungen	A.5
		Finanzielle Auswirkungen und Unterstützungsmaßnahmen - der NPO-Unterstützungsfonds - Kurzarbeit	A.6, A.6.1, A.6.2.
		Offengelegte Lücken in der Arbeit der Nonprofit-Organisationen	A.7
Fundraising	B	Fundraising-Instrumente	B.1
		Online-Fundraising	B.2
		Fundraising und Finanzierung 2022	B.3
		Implikationen für das zukünftige Fundraising - Großspender:innen-Fundraising - Beziehungspflege	B.4, B.4.1., B.4.2
Auswirkungen auf das Spendenverhalten	C	Spendenentwicklung zur Zeit der Pandemie	C.1
		Verhaltensänderungen in der Krise	C.2
		Spendenmotive in der Krise	C.3
Der Nonprofit-Sektor	D	Aktuelle Situation und Vertrauen der Bevölkerung	D.1
		Veränderung und Entwicklung des Sektors	D.2
		Zusammenarbeit der Organisationen in der Krise	D.3
Implikationen für die Zukunft	E	Mutig sein!	E.1
		Flexibilität, Resilienz, Professionalität	E.2
		Gesellschaftliche und demographische Entwicklung	E.3
		Positive Entwicklungen durch die COVID-19-Pandemie	E.4
		Der Begriff der Krise	E.5
		Anforderungen an die Nonprofit-Organisationen für die Zukunft	E.6
		Die Digitalisierung und mögliche Konsequenzen - Investitionskosten - Verlierer:innen der Digitalisierung	E.7, E.7.1., E.7.2
		Interessenspolitische Vertretung des Sektors	E.8

Quelle: eigene Darstellung