

H. MENTGES | J. CZOCK | K. SELLWIG

**SPENDEREVALUATION**  
**VITA e.V. ASSISTENZHUNDE**  
**ERGEBNISBERICHT**

-SERVICE LEARNING-

## **AUTORINNEN**

HANNA MENTGES

JOANNA CZOCK

KATHARINA SELLWIG

## **PROJEKTKOORDINATION**

MARIAM BIGDELI

## **PROJEKTBEGLEITUNG**

DENNIS KLINKHAMMER

M Ä R Z 2 0 1 5

## **IMPRESSUM UND KONTAKT**

Universität zu Köln  
ProfessionalCenter

Albertus-Magnus-Platz  
50923 Köln

0221 – 470 6961 (Telefon)  
0221 – 470 8300 (Telefax)

[professionalcenter@uni-koeln.de](mailto:professionalcenter@uni-koeln.de)

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	I
Tabellenverzeichnis.....	I
1. Einleitung .....	1
2. Ziele, Fragestellung, Umsetzung.....	1
3. Deskriptive Übersicht.....	3
4. Zusammenhänge.....	1
5. Handlungsempfehlungen.....	6
Anhang A .....	9
Anhang B.....	12

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Alter der Befragten.....	3
Abbildung 2: Herkunft der Befragten nach Bundesländern.....	4
Abbildung 3: Ausschlaggebender Grund für die Spende.....	5
Abbildung 4: Informationsbeschaffung vor der Spende .....	6
Abbildung 5: Einschätzung zum Umgang mit der Spende .....	7
Abbildung 6: Spenden für andere Vereine bzw. Organisationen.....	8
Abbildung 7: Werbekampagnen.....	9
Abbildung 8: Gewünschte Rückmeldungen.....	1

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Altersklassen und Informationsarbeit von VITA als Motivation für die Spende .....	2
Tabelle 2: Altersklassen und Informationsbeschaffung .....	3
Tabelle 3: Altersklassen und Informationsbeschaffung über die Homepage.....	3
Tabelle 4: Altersklassen und Einschätzung zum Umgang mit der Spende.....	4
Tabelle 5: Herkunft und Informationsbeschaffung über die Medien.....	5
Tabelle 6: Herkunft und Informationsbeschaffung über Mitarbeiter .....	5

## **1. Einleitung**

Im Rahmen von Service Learning haben wir an dem Semesterprojekt „Hinterfragen. Analysieren. Handeln. Marktforschung in der Praxis“ teilgenommen und in dem Zeitraum vom 07.10.2014 bis zum 06.02.2015 mit dem Kooperationspartner „VITA e.V. Assistenzhunde“ zusammengearbeitet. Im folgenden Bericht werden die Ergebnisse dieser Zusammenarbeit präsentiert und daraus abzuleitende Handlungsempfehlungen ausgesprochen.

Service Learning ist ein Projekt des ProfessionalCenters, welches wiederum als Einrichtung des Prorektorats für Lehre und Studium Angebote für Studierende anbietet, die eine Orientierung auf dem Arbeitsmarkt ermöglichen und berufsqualifizierende Kompetenzen vermitteln. Service Learning verbindet dabei universitäres (Projekt-)Lernen mit gemeinnützigem Engagement. So können Studierende das Wissen aus dem Studium zur Unterstützung gemeinnütziger Einrichtungen einbringen und somit in der Praxis nicht nur für sich, sondern auch für andere einen Mehrwert schaffen.<sup>1</sup>

Neben der Zusammenarbeit mit den Kooperationspartnern bilden sogenannte „Meilensteintreffen“ die theoretische Basis der Praxis-Projekte. Diese Termine finden dann jeweils in Kleingruppen der jeweiligen Themenbereiche statt und enden mit einer Abschlusspräsentation. Im Bereich „Hinterfragen. Analysieren. Handeln. Marktforschung in der Praxis“ drehte sich dabei alles um die primäre Marktforschung, wobei wir in den jeweiligen Treffen theoretische Grundlagen und praktische Unterstützung bei der Durchführung unserer eigenen Forschung erhalten haben.

Aufgabe unserer Gruppe war dabei eine klare Analyse und Evaluation der Spender von „VITA e.V. Assistenzhunde“.

## **2. Ziele, Fragestellung, Umsetzung**

„VITA e.V. Assistenzhunde“ ist ein gemeinnütziger Verein, der Menschen mit körperlicher Behinderung einen Assistenzhund zur Seite stellt und ihnen so zu mehr Unabhängigkeit und Lebensqualität verhilft. Ohne die Unterstützung von Sponsoren, Spendern und Fördermitgliedern kann der Verein jedoch die Ausbildung von „Mensch-Hund-Teams“ nicht weiter ausführen. Deshalb lag das gemeinsame Ziel dieser Kooperation sowohl darin, die

---

<sup>1</sup> Siehe Service Learning: <http://www.professionalcenter.uni-koeln.de/servicelearning.php>

vorhandenen Spender an „VITA e.V. Assistenzhunde“ zu binden als auch darin neue Spender zu gewinnen und ebenfalls binden zu können.

Wir gingen also der Fragestellung nach, wie „VITA e.V. Assistenzhunde“ die Unterstützung der (Einzel-)Spender langfristig erhalten kann und welche Kontaktpflege es bedarf beziehungsweise welche Rückmeldung sich ein (Einzel-)Spender wünscht. Darüber hinaus stellte sich die Frage, wie neue (Einzel-)Spender gewonnen werden können.

Um das Ziel erreichen sowie die vorangestellten Fragen beantworten zu können, führten wir eine postalische Befragung der (Einzel-)Spender durch. Dafür konstruierten wir in den jeweiligen Meilensteintreffen und darüber hinaus in Absprache mit „VITA e.V. Assistenzhunde“ einen standardisierten Fragebogen mit sowohl offenen als auch geschlossenen Fragen (siehe Anhang A). Nachdem dieser fertig gestellt und gemeinsam mit einem ansprechendem Anschreiben sowie einem Rückbrief in Umschläge gepackt wurde, versandten ihn „VITA e.V. Assistenzhunde“ vor Weihnachten an 200 zufällig ausgewählte (Einzel-)Spender. Nach einer festgelegten Frist betrug die Ausschöpfungsquote am 12. Januar 2015 genau 55 Prozent (110 von 200 Briefen).

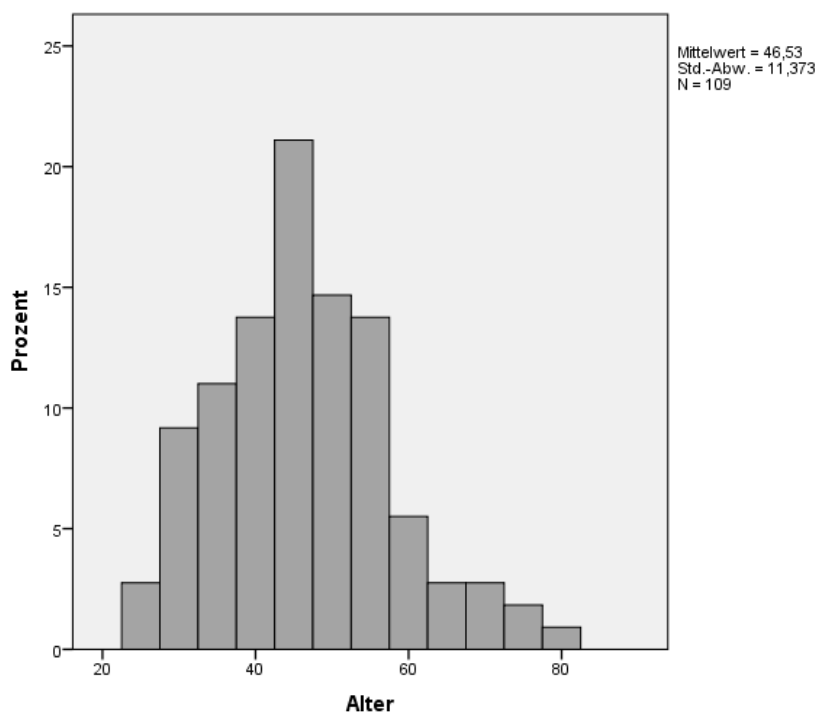


### 3. Deskriptive Übersicht

Der fertige Fragebogen beinhaltet 13 Fragen, die unter anderem die Motivation für die Spende und Einschätzung der Organisation abfragen sowie die soziodemografischen Daten der Befragten. Weiterhin endet der Fragebogen mit einer offenen Frage, die den (Einzel-) Spendern ermöglicht etwas Persönliches an „VITA e.V. Assistenzhunde“ mitzuteilen, wie zum Beispiel Verbesserungsvorschläge oder Kritik. Im Folgenden werden die Verteilungen der einzelnen Fragen vorgestellt.

Die Befragten sind im Durchschnitt 46,5 Jahre alt, wobei der jüngste Teilnehmer 25 und der Älteste 79 Jahre alt ist. An Abbildung 1 ist ersichtlich, dass „VITA e.V. Assistenzhunde“ nicht nur ältere, sondern auch jüngere Spender erreicht und das Alter normalverteilt ist.

Abbildung 1: Alter der Befragten



Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

Im Gegensatz dazu zeigt sich bei der Herkunft der befragten Spender, dass „VITA e.V. Assistenzhunde“ hauptsächlich Personen im nahen Umkreis des Ausbildungszentrums erreicht. Die meisten Befragten wohnen im Südwesten Deutschlands, wobei im Norden und Osten nur vereinzelt Spender vorhanden sind (siehe Abbildung 2). Hessen (27), Nordrhein-Westfalen (25) und Bayern (17) werden am häufigsten als Wohnort genannt, wohingegen



beispielsweise Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Bremen und das Saarland gar nicht vorkommen.

Abbildung 2: Herkunft der Befragten nach Bundesländern



Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

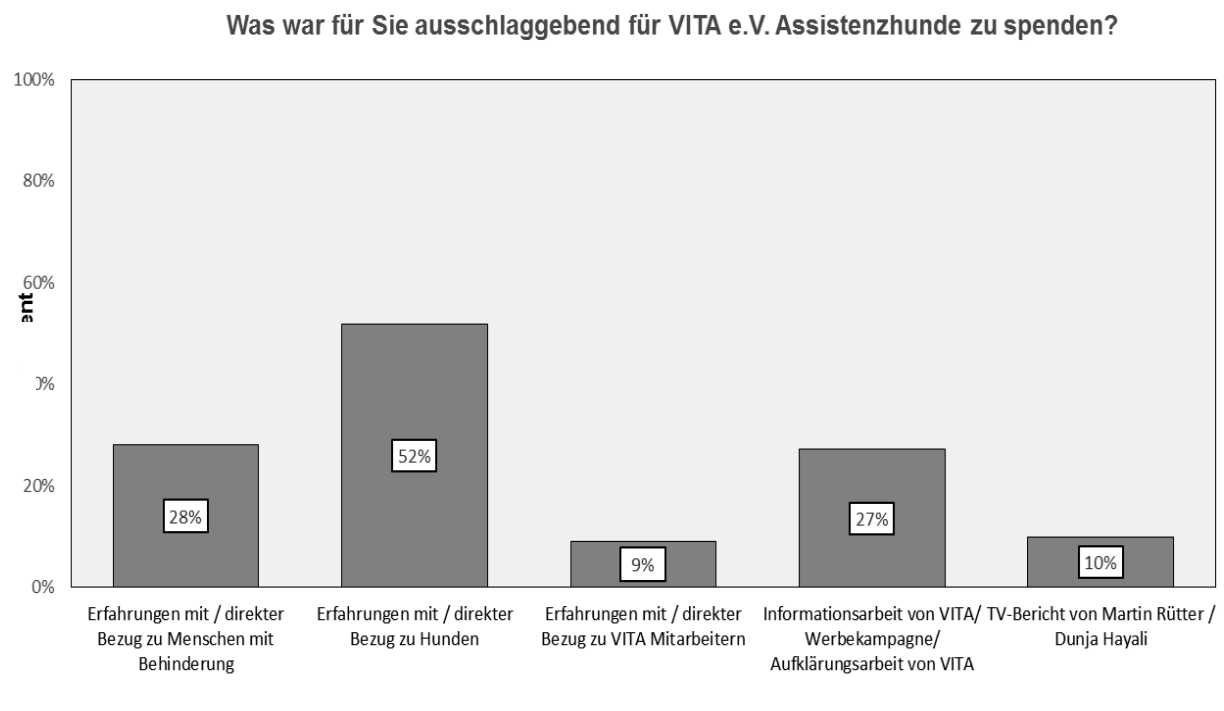
Nach diesen soziodemografischen Angaben werden nun die inhaltlichen Fragen vorgestellt. Die erste Frage betrifft direkt den ausschlaggebenden Grund für die Spende (siehe Abbildung 3). Bei den ersten vier Fragen des Fragebogens waren Mehrfachnennungen möglich, sodass die gezeigten Werte sich nicht auf 100 Prozent aufsummieren lassen<sup>2</sup>. Die meisten Befragten nennen als Motivation die Erfahrung mit Hunden (52%). Von deutlich weniger wurden der

---

<sup>2</sup> Die Reihenfolge der deskriptiven Auswertung entspricht nicht der Abfolge der Fragen im Fragebogen (siehe dafür Anhang A).

direkte Bezug zu Menschen mit einer Behinderung (28%) und die Informationsarbeit bzw. Werbekampagne von „VITA e.V. Assistenzhunde“ (27%) angekreuzt. Als zusätzliche Antwortkategorie konnten die Befragten eine offene Antwort geben, falls die Spende aus anderen Gründen getätigt wurde. Hier ist auffällig, dass viele angaben (10%), einen Bericht bei dem Hundeprofi Martin Rütter bzw. Dunja Hayali gesehen zu haben. Deshalb wurde diese Ausprägung zusätzlich in die Abbildung mit aufgenommen.

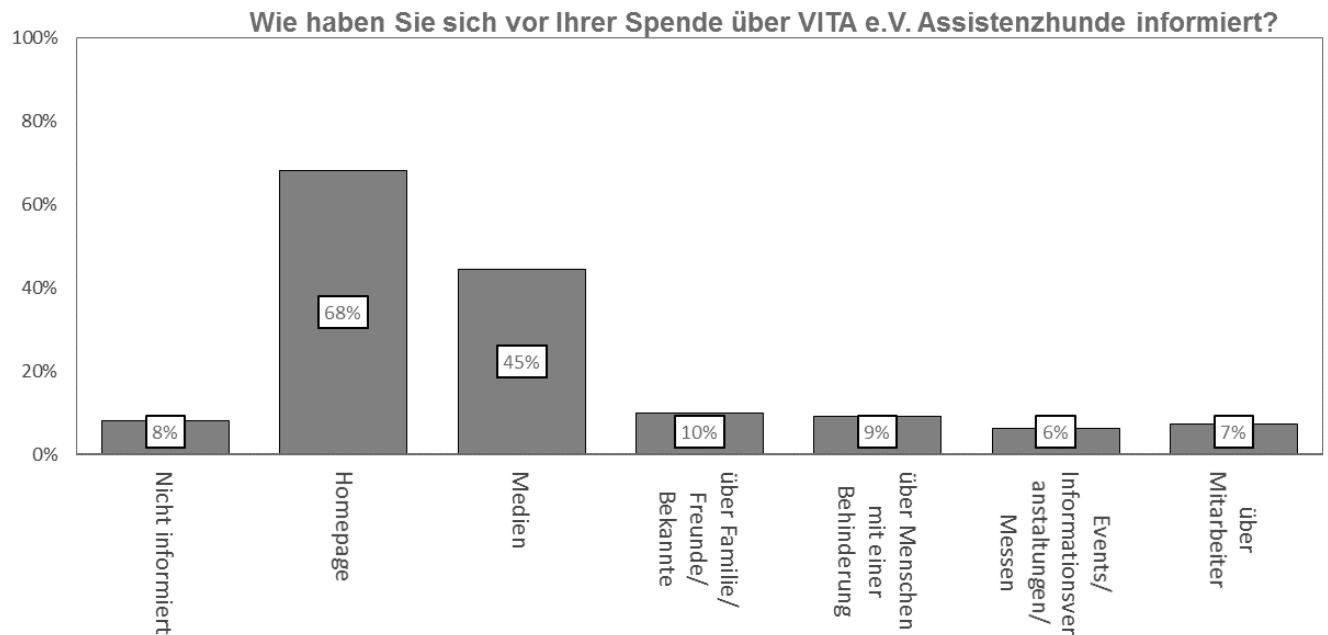
Abbildung 3: Ausschlaggebender Grund für die Spende



Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

Wichtig für die Gewinnung neuer Unterstützer ist die Kenntnis über die Informationsbeschaffung der bereits vorhandenen Spender. Wie haben sich die Befragten im Vorhinein über „VITA e.V. Assistenzhunde“ informiert (siehe Abbildung 4)? Dabei haben sich 8 Prozent der Befragten gar nicht informiert. Am meisten wurde angegeben, dass Medien für die Informationsbeschaffung benutzt wurden. Dabei wurde unterschieden zwischen dem Zugriff auf Medien, wie das Internet oder TV (45%) sowie im speziellen der Homepage des Vereins (68%). Weitaus weniger Personen wurden über die Familie (10%) und Menschen mit einer Behinderung (9%) auf „VITA e.V. Assistenzhunde“ aufmerksam. Nur rund 6 Prozent der Befragten haben unter anderem die Events oder Informationsveranstaltungen des Vereins verwendet.

Abbildung 4: Informationsbeschaffung vor der Spende

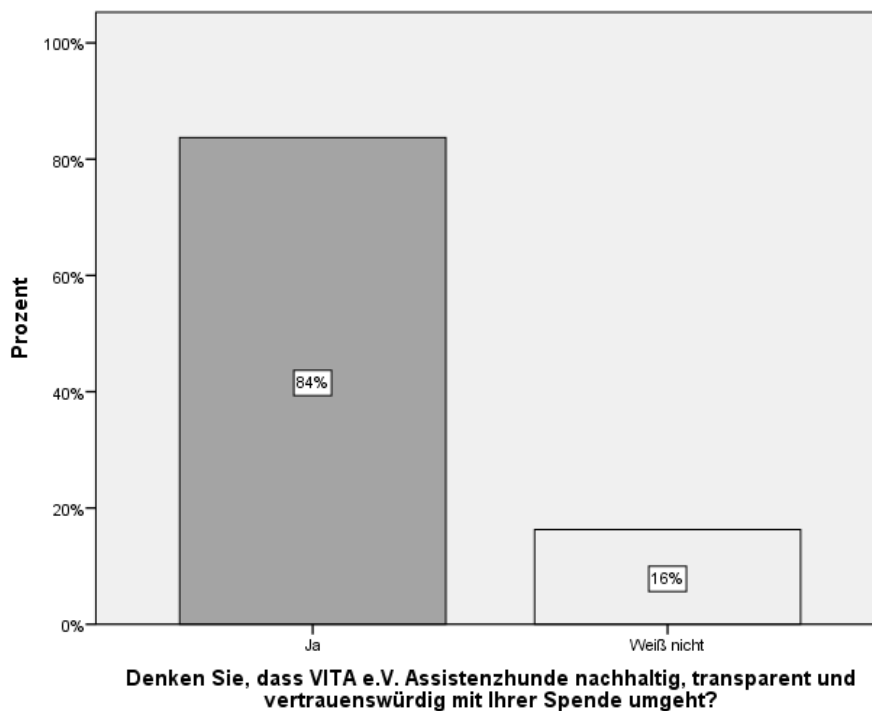


Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

Nun geht es um die Einschätzung von „VITA e.V. Assistenzhunde“. Dabei wurde zum einen nach der subjektiv wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit und Transparenz der Spender über den Verein und zum anderen nach der Wichtigkeit der Arbeit gefragt. Hier wird eine sehr positive Wahrnehmung deutlich.

84 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass „VITA e.V. Assistenzhunde“ nachhaltig, transparent und vertrauenswürdig mit ihrer Spende umgeht (siehe Abbildung 5). Es hat sogar niemand diese Frage mit „nein“ beantwortet, lediglich 16 Prozent mit „weiß nicht“. Dies macht das gute Vertrauen der Spender in den Verein deutlich und zeigt sich auch in einer weiteren Frage („Für wie wichtig halten Sie die Arbeit von VITA e.V. Assistenzhunde?“). Diese wurde mit einer Skala abgefragt, die von 0 „gar nicht wichtig“ bis 10 „sehr wichtig“ reicht. Es wurden Werte von 1 bis 10 angekreuzt, wobei der Mittelwert bei 9,2 liegt und somit deutlich macht, dass die meisten Befragten die Arbeit von „VITA e.V. Assistenzhunde“ sehr wichtig finden. An dieser Stelle bestätigt sich auch die hohe Ausschöpfungsquote, die ebenfalls für den positiven Kontakt zwischen dem Verein und seinen Spendern steht. Lediglich fünf Personen haben einen Wert von fünf oder niedriger genannt und wurden gebeten diese Einschätzung zu begründen. Diese Befragten berichteten zum Beispiel „es gibt viele andere wichtige Dinge!!!“ und „Es ist/ wurde nicht klar, was der Verein leistet“.

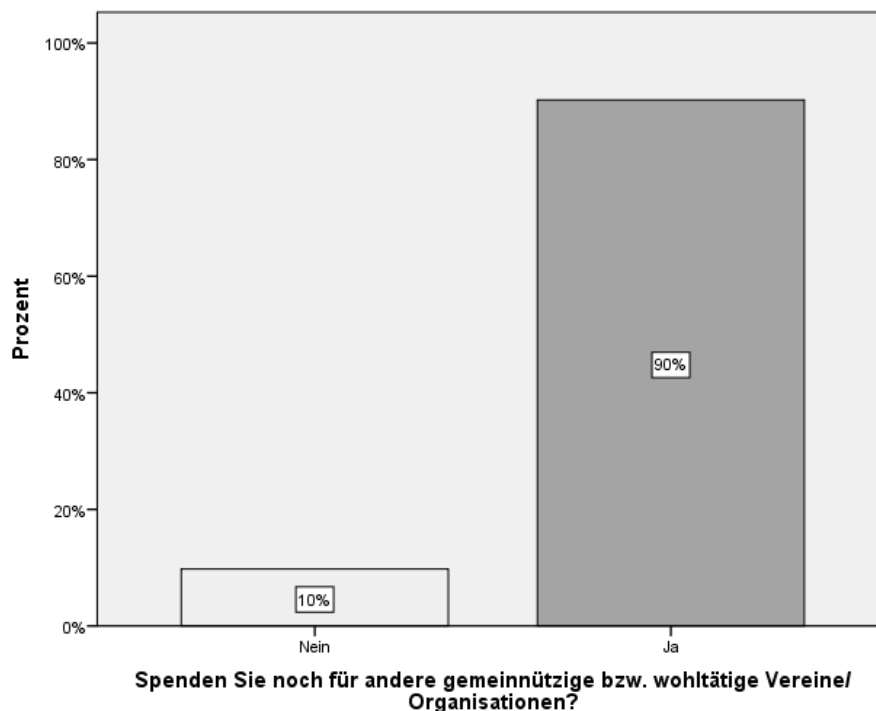
Abbildung 5: Einschätzung zum Umgang mit der Spende



Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

Häufig spenden Personen nicht nur für einen Verein, sondern unterstützen mehrere gemeinnützige Organisationen. Wie verhält sich dieser Aspekt bei den Spendern von „VITA e.V. Assistenzhunde“? Diesbezüglich wird ersichtlich, dass sogar 90 Prozent der Befragten auch für andere Vereine spenden (siehe Abbildung 6).

Abbildung 6: Spenden für andere Vereine bzw. Organisationen

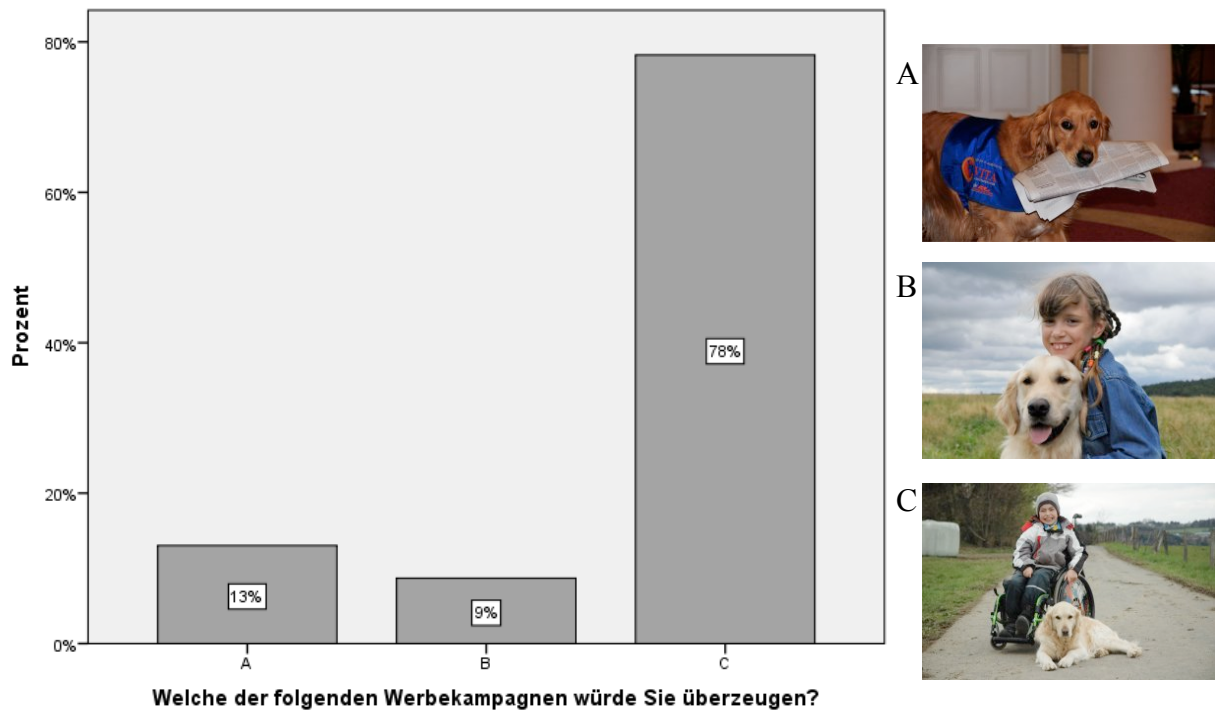


Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

Mit den folgenden Fragen soll herausgefunden werden, auf was die Spender anspringen bzw. mit welcher Werbekampagne Personen auf „VITA e.V. Assistenzhunde“ aufmerksam werden und schließlich auch überzeugt werden können. Im Vorhinein wurde davon ausgegangen, dass die aktuelle Werbung eventuell zu sachlich bzw. zu emotional sein könnte. Dies konnten die Daten jedoch nicht bestätigen. Die meisten Befragten kreuzten die neutrale Mittelkategorie an. Niemand fand die Werbung zu sachlich und der Mittelwert liegt bei 3,15. Allerdings haben diese Frage nur 52 der 110 befragten Spender beantwortet, was unter anderem laut der offenen Angaben der letzten Frage (siehe Anhang B) damit begründet wird, dass sie das Werbekonzept nicht kennen. Die zweite Frage soll aufzeigen, welche Werbekampagne vorhandene aber auch potentielle Unterstützer überzeugen kann. Soll der Fokus dabei eher auf dem Assistenzhund und seinen Aufgaben liegen oder eher auf den Hund-Mensch-Teams? Wobei die Bilder der Teams nochmals unterschieden werden und ein Bild die Behinderung des Menschen offensichtlich zeigt (siehe Abbildung 7).

Es ist zu sehen, dass knapp 80 Prozent der Befragten Kampagne C am überzeugendsten finden, also die Kampagne, bei der das Hund-Mensch-Team im Vordergrund steht und auch der Rolli und somit die Behinderung zu erkennen ist. Das zeigt, dass die Menschen die Realität sehen wollen und nicht nur der Hund im Fokus stehen soll, sondern das Team.

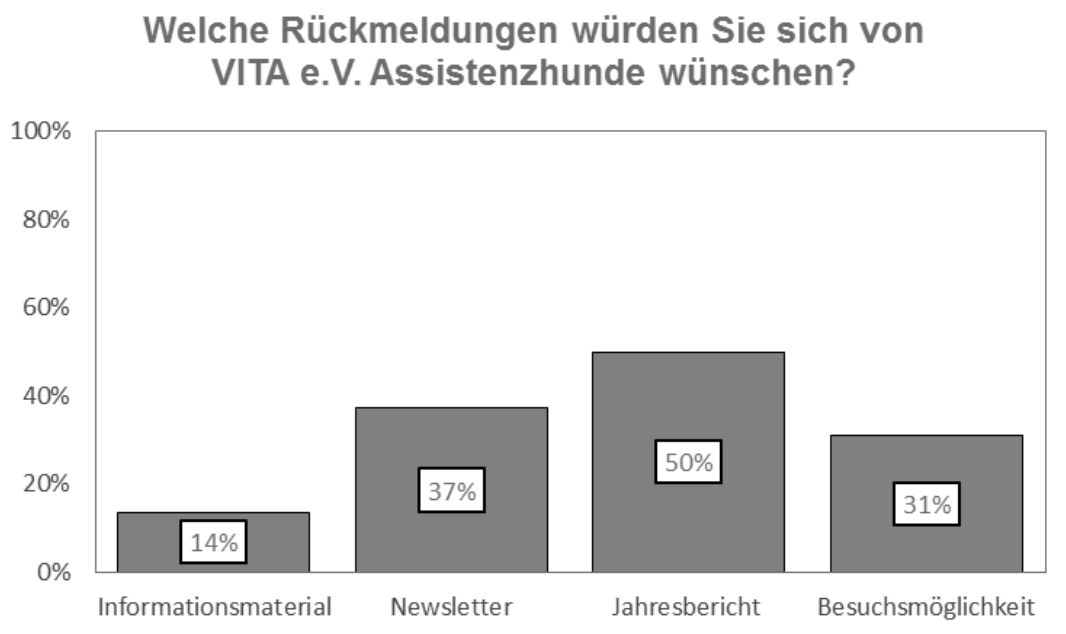
Abbildung 7: Werbekampagnen



Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

Zuletzt ist es wichtig zu erfahren, welche Rückmeldung sich die Befragten wünschen, um die Bindung zwischen „VITA e.V. Assistenzhunde“ und ihren Spendern langfristig erhalten zu können (siehe Abbildung 8).

Abbildung 8: Gewünschte Rückmeldungen



Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

Als wichtigste Rückmeldung sehen die Befragten einen Jahresbericht über die Verwendung der Spenden (50%). Aber auch der Newsletter wurde häufig als Wunsch genannt (37%), wobei hier in den offenen Angaben (siehe Anhang B) darauf aufmerksam gemacht wurde, dass dieser über E-Mail versandt werden soll und somit für die Rückmeldung kein Papier verbraucht wird. Eine Einladung zum Ausbildungszentrum wünschen sich 31 Prozent der Befragten. In der offenen Angabe, die als fünfte Antwortkategorie angeboten wurde, äußerten einige, dass sie gar keine Rückmeldung erhalten möchten. Ein von den Befragten genannter Grund ist, dass keine Spendengelder für Werbung verwendet werden sollen.

#### **4. Zusammenhänge**

Nachdem die Verteilungen der Fragen vorgestellt wurden, werden in diesem Kapitel einzelne Zusammenhänge aufgezeigt. In der Auswertung wurden dafür zwar jegliche Zusammenhänge überprüft, jedoch werden im Folgenden nur die aussagekräftigen Ergebnisse dargestellt. Allgemein lassen sich Unterschiede nach Altersklassen, Bundesländern sowie angegebener Einschätzung der Wichtigkeit der Arbeit von „VITA e.V. Assistenzhunde“ im Bezug auf die Motivation für die Spende, Informationsbeschaffung, Rückmeldung und Vertrauenswürdigkeit finden.

Zunächst werden die Unterschiede hinsichtlich des Alters präsentiert. Um aussagekräftige Zusammenhänge finden zu können, wurden vier Altersklassen gebildet, wobei die erste Klasse die 25- bis 40-Jährigen, die zweite Klasse die 41- bis 50-Jährigen, die dritte die 51- bis 60-Jährigen und die letzte Klasse die 61- bis 80-Jährigen beinhaltet. Im Bezug auf die Motivation sieht man, dass die Informationsarbeit, Werbekampagne und Aufklärungsarbeit von „VITA e.V. Assistenzhunde“ vor allem für die jüngste Klasse für die Spende ausschlaggebend war (siehe Tabelle 1). Weiterhin ist zu erkennen: Je älter die Befragten, desto weniger Relevanz hatte dieser Grund (von 46,7% zu 20%).

Tabelle 1: Altersklassen und Informationsarbeit von VITA als Motivation für die Spende

			Alter				Total
			25 bis 40	41 bis 50	51 bis 60	61 bis 80	
Motivation für Spende: Informationsarbeit von VITA	ja	Anzahl	14	13	7	2	36
		%	46,7	31,0	25,9	20,0	33,0
	nein	Anzahl	16	29	20	8	73
		%	53,3	69,0	74,1	80,0	67,0
Total		Anzahl	30	42	27	10	109
		%	100	100	100	100	100

Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

Wie haben sich dann aber die älteren Befragten über VITA e.V. Assistenzhunde informiert? In einer weiteren Kreuztabelle (siehe Tabelle 2) zeigt sich, dass sich 22 Prozent der 61- bis 80-Jährigen vor ihrer Spende gar nicht informiert haben und sie somit die Klasse darstellen, in der der Anteil derjenigen, die sich nicht informiert haben am größten ist. Die älteren haben sich vor allem über Familie, Freunde und Bekannte erkundigt.



Tabelle 2: Altersklassen und Informationsbeschaffung

		Alter				Total
		25 bis 40	41 bis 50	51 bis 60	61 bis 80	
vor Spende <u>nicht</u> informiert	Anzahl	0	4	2	2	8
	%	0,0	9,5	7,4	22,2	7,4
vor Spende informiert	Anzahl	30	38	25	7	100
	%	100,0	90,5	92,6	77,8	92,6
Total	Anzahl	30	42	27	9	108
	%	100	100	100	100	100

Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

In der jüngsten Klasse haben sich hingegen alle Befragten informiert. Dies taten sie vor allem über die Homepage von „VITA e.V. Assistenzhunde“, denn 80 Prozent der 25- bis 40-Jährigen gaben dies an (siehe Tabelle 3). Auch 76,2 Prozent der 41- bis 50-Jährigen nutzten diese Möglichkeit. Je älter die Befragten, desto weniger wurde dann die Homepage als Mittel zur Informationsbeschaffung genannt.

Tabelle 3: Altersklassen und Informationsbeschaffung über die Homepage

			Alter				Total
			25 bis 40	41 bis 50	51 bis 60	61 bis 80	
Informationsbeschaffung: über die Homepage	ja	Anzahl	24	32	16	3	75
		%	80,0	76,2	59,3	33,3	69,4
	nein	Anzahl	6	10	11	6	33
		%	20,0	23,8	40,7	66,6	30,6
Total	Anzahl	30	42	27	9	108	
	%	100	100	100	100	100	

Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

Die jüngsten Befragten halten „VITA e.V. Assistenzhunde“ auch am vertrauenswürdigsten, da nur 3,8 Prozent ihrer Klasse „weiß nicht“ angegeben haben, wohingegen dies 28,6 Prozent der Ältesten berichteten (siehe Tabelle 4). Auch hier zeigt sich ein Trend, denn je älter die Befragten, desto unsicherer sind sie sich im Bezug auf Vertrauenswürdigkeit, Transparenz und Nachhaltigkeit des Vereins. Dies lässt sich auch in der Einschätzung der Wichtigkeit der

Arbeit von „VITA e.V. Assistenzhunde“ anhand eines Mittelwertvergleichs erkennen. Die Mittelwerte werden umso kleiner, je älter die Befragten sind. Die jüngsten haben im Durchschnitt den größten (9,3) und die ältesten den kleinsten (8,4) Wert.

Tabelle 4: Altersklassen und Einschätzung zum Umgang mit der Spende

			Alter				Total
			25 bis 40	41 bis 50	51 bis 60	61 bis 80	
nachhaltiger, transparenter, vertrauenswürdiger Umgang mit der Spende	ja	Anzahl	25	29	17	5	76
		%	96,2	80,6	77,3	71,4	83,5
	weiß nicht	Anzahl	1	7	5	2	15
		%	3,8	19,4	22,7	28,6	16,5
Total		Anzahl	26	36	22	7	91
		%	100	100	100	100	100

Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

In Bezug auf die Bundesländer ergaben sich nur Unterschiede hinsichtlich der Motivation für die Spende und der Informationsbeschaffung. Auch hier wurde eine neue binäre Variable erstellt, die angibt, ob der Befragte aus einem Bundesland stammt, welches nah am oder fern vom Ausbildungszentrum liegt<sup>3</sup>. In der deskriptiven Übersicht wurde ersichtlich, dass nur wenige Spender aus dem Norden und Osten Deutschlands kommen. Hier kann bereits vermutet werden, dass der Bekanntheitsgrad und somit die Reichweite der Werbekampagnen von „VITA e.V. Assistenzhunde“ auf den südwestlichen Teil der Bundesrepublik begrenzt ist. Das zeigt sich in der Informationsbeschaffung (siehe Tabelle 5), denn 71,4 Prozent der Personen aus einem fernen Bundesland benutzten dazu Medien (Internet, TV etc.). Im Gegensatz dazu kreuzten dies nur 39,1 Prozent der Befragten an, die aus einem nahen Bundesland kommen. Findet sich dieser Zusammenhang auch bei Martin Rütter als Motivation für die Spende? Die Analyse hat gezeigt, dass dies nicht der Fall ist, denn sowohl die Personen aus nahen Bundesländern, als auch diejenigen aus den fernen Bundesländern geben zu gleichen Anteilen an, dass seine Sendung der ausschlaggebende Grund für die Spende war.

<sup>3</sup> Nah: Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Hessen, Bayern, Baden-Württemberg / Fern: Thüringen, Sachsen, Brandenburg, Berlin, Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Hamburg

Tabelle 5: Herkunft und Informationsbeschaffung über die Medien

			Bundesland		Total
			nah	fern	
Informationsbeschaffung: über die Medien	ja	Anzahl	34	15	49
		%	39,1	71,4	45,4
	nein	Anzahl	53	6	59
		%	60,9	28,6	54,6
Total		Anzahl	87	21	108
		%	100	100	100

Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

Anders als vermutet, gibt es zwischen den beiden Gruppen keinen Unterschied im Bezug auf die Informationsbeschaffung über Events, Informationsgestaltungen oder Messen. Jedoch haben sich mehr Personen aus den nahen Bundesländern über die Mitarbeiter von „VITA e.V. Assistenzhunde“ über den Verein informiert. Zwar liegt der Anteil nur bei 9,2 Prozent, allerdings kreuzte diese Kategorie keiner der Befragten an, die aus dem Norden und Osten Deutschlands kommen (siehe Tabelle 6).

Tabelle 6: Herkunft und Informationsbeschaffung über Mitarbeiter

			Bundesland		Total
			nah	fern	
Informationsbeschaffung: über Mitarbeiter	ja	Anzahl	8	0	8
		%	9,2	0,0	7,4
	nein	Anzahl	79	21	100
		%	90,8	100,0	92,6
Total		Anzahl	87	21	108
		%	100	100	100

Quelle: Umfrage, eigene Berechnungen.

Zuletzt folgen die Unterschiede im Bezug auf die Wichtigkeit der Arbeit von „VITA e.V. Assistenzhunde“ anhand von Mittelwertvergleichen. Ein deutlicher Unterschied zeigt sich hier bei der Motivation für die Spende im Hinblick auf die Erfahrungen mit Hunden. Diejenigen, die als ausschlaggebenden Grund den direkten Bezug zu Hunden genannt haben,

haben einen größeren Mittelwert (9,5) und finden somit die Arbeit von „VITA e.V. Assistenzhunde“ wichtiger als die Personen, die diese Antwortkategorie nicht gewählt haben (8,9). Interessante, aber naheliegende Unterschiede zeigen sich auch in der Informationsbeschaffung. Die Personen, die angaben, sich nicht vor ihrer Spende über „VITA e.V. Assistenzhunde“ informiert zu haben, finden die Arbeit auch weitaus weniger wichtig als die Personen, die sich informiert haben (7,9 zu 9,3). Abschließend zeigt sich ein Zusammenhang zwischen der Einschätzung der Transparenz und Vertrauenswürdigkeit des Vereins und der Wichtigkeit der Arbeit. Diejenigen, die „VITA e.V. Assistenzhunde“ im Umgang mit den Spenden vertrauen, weisen einen höheren Mittelwert bezüglich der Wichtigkeit auf als die Befragten, die sich der Vertrauenswürdigkeit nicht sicher sind (9,6 zu 7,2).

## **5. Handlungsempfehlungen**

Nachdem nun sowohl ein deskriptiver Überblick als auch die vorhandenen Unterschiede und Zusammenhänge dargestellt wurden, wird versucht in diesem abschließenden Kapitel daraus folgende Handlungsempfehlungen zu geben. Darüber hinaus werden die Kritiken und Verbesserungsvorschläge (siehe Anhang B) der offenen Frage am Ende des Fragebogens mit einbezogen. Dabei haben sehr viele Spender die tolle Arbeit und den Einsatz sowie das Engagement von „VITA e.V. Assistenzhunde“ gelobt, sich bedankt und zur weiteren Arbeit ermutigt und aufgefordert. Wie auch hier in ein paar ausgewählten Zitaten zu sehen:

*„Weiter so! Es macht die Welt ein kleines Stück besser!“*

*„Vorbildliche, beeindruckende Arbeit und Engagement“*

*„Ich find es super, dass es diese Einrichtung gibt. Dass Tiere den Menschen helfen. Und das zeigt doch: Tiere sind unsere wahren Freunde – immer loyal!!!“*

Neben diesem Lob enthielten einige Kommentare auch wertvolle Tipps, welche zur gezielten Beantwortung unserer Fragestellung beitragen können.

Die Handlungsempfehlungen werden hierbei getrennt nach den beiden Fragestellungen gegeben. Zunächst wird dargelegt, wie „VITA e.V. Assistenzhunde“ die Unterstützung der (Einzel-)Spender langfristig erhalten kann und welche Kontaktpflege es bedarf beziehungsweise welche Rückmeldung sich ein (Einzel-)Spender wünscht. Dabei ist zu sagen,

dass die gewonnenen Spender bereits eine gute Verbindung und großes Vertrauen in „VITA e.V. Assistenzhunde“ haben. Dies zeigte zunächst die hohe Ausschöpfungsquote, aber auch die deskriptive Auswertung der Fragen nach der Transparenz bzw. Vertrauenswürdigkeit im Umgang der Spenden und Wichtigkeit der Arbeit des Vereins. Die Zusammenhänge haben gezeigt, dass sich die Spender, die die Arbeit wichtig finden über den Verein informieren. Jüngere Spender benutzen dazu das Internet und hauptsächlich die Homepage, welche bereits sehr gut ausgebaut und informativ ist. Dennoch gibt es Verbesserungsvorschläge, die „VITA e.V. Assistenzhunde“ für die langfristige Bindung der Spender beachten sollte. Zum einen könnte der Verein den Spendern einen Jahresbericht über die Verwendung der Spenden zugänglich machen, um die Transparenz zu erhöhen. Dieser wurde über alle Altersklassen hinweg als Rückmeldung präferiert. Zum anderen sollte darauf geachtet werden, dass bei Kontakt mit den Spendern kein Geld „verschwendet“ wird und die Spendengelder wirklich nur in das Projekt selbst fließen und dies auch in dem Jahresbericht ersichtlich wird. Dies wird auch in einigen Zitaten deutlich:

*„[...]Auf der einen Seite finde ich es prima, wenn ein Verein kein Geld für Spendenbittbriefe ausgibt, auf der anderen Seite gerät er so natürlich auch schnell in Vergessenheit. Ich spende gerne an Organisationen, die so wenig Geld wie möglich für ihre Organisation und Verwaltung und Werbung verbrauchen, was ich z.B. durch den Test der Stiftung Warentest erfahren habe. Mein Tipp: So viele Berichte über Vita in den Medien wie möglich, zusammen mit dem Hinweis auf den Jahresbericht auf der Homepage von VITA und die geringen Verwaltungskosten (falls diese gering sein sollten).“*

*„[...]etwas frustrierend für mich als Außenstehenden die Info wie viel Millionen investiert werden und wie wenige Paare daraus entstehen. Kurz habe ich damals überlegt: lohnt sich das denn überhaupt? Soll ich lieber etwas Effizienteres unterstützen? [...]“*

*„Mailing; Kein Papier [...]“*

Da der Kontakt zu vorhandenen Spendern bereits sehr gut ist sowie die Verbesserung in der Rückmeldung und Transparenz durch einen Jahresbericht gut zu verwirklichen ist, liegt die Herausforderung in der zweiten Frage nach dem Gewinn von neuen Spendern. Hierbei war am auffälligsten, dass die Spender von „VITA e.V. Assistenzhunde“ hauptsächlich aus dem Südwesten Deutschlands stammen. Unterstützer im Norden und Osten sind kaum vorhanden. Die Analysen haben gezeigt, dass sich diese beiden Gruppen auch im Hinblick auf die Informationsbeschaffung und dem ausschlaggebenden Grund für die Spende voneinander

unterscheiden. Die Spender aus fernen Bundesländern informieren sich neben der Homepage vor allem über die Medien, wie zum Beispiel dem TV, wohingegen die Spender aus nahen Bundesländern diese Möglichkeit weniger nutzen. Sie informieren sich hauptsächlich über die Homepage von „VITA e.V. Assistenzhunde“. Als ausschlaggebenden Grund für die Spende geben die zuletzt genannten unter anderem den direkten Bezug zu Mitarbeitern an, was natürlich die andere Gruppe durch die große Distanz gar nicht angekreuzt hat. Dieses Problem sehen auch die Befragten. Viele gaben an, dass mehr Öffentlichkeitsarbeit gemacht werden sollte, vor allem in Norddeutschland. Die Medienpräsenz sollte insgesamt erhöht werden und vor allem sollte versucht werden mehr Berichte und Auftritte von „VITA e.V. Assistenzhunde“ im Fernsehen zu bekommen. Die Hauptgründe, welche aus den offenen Angaben hervorgehen, sind äquivalent zu den oben gezeigten Ergebnissen. Zum einen wurden viele Spender erst durch Martin Rütter auf den Verein aufmerksam und zum anderen werden durch eine erhöhte Medienpräsenz mehr Personen aus dem Norden und Osten Deutschlands erreicht.

*„Evtl. mehr Medienpräsenz über regionale Zeitungen; Erneut im TV“*

*„Für eine größere Unterstützung wären regelmäßige sachliche Info-Berichte über VITA im TV sehr von Vorteil!!! Selber erfuhr ich zufällig durch eine TV-Tiersendung von Martin Rütter über die Existenz von VITA e.V.“*

*„Wenig Öffentlichkeitsarbeit in Norddeutschland“*

Außerdem sollte bei der Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigt werden, dass viele Hundefreunde spenden. Diese sollten gezielt angesprochen werden. Dabei sollte jedoch berücksichtigt werden, dass die Spender eine Werbekampagne am ansprechendsten finden, die das Mensch-Hund-Team mit der offensichtlichen Behinderung des Menschen in den Vordergrund stellen.

## Anhang A

### **1. Was war für Sie ausschlaggebend für VITA e.V. Assistenzhunde zu spenden?**

- Erfahrungen mit / direkter Bezug zu Menschen mit Behinderung
- Erfahrungen mit / direkter Bezug zu Hunden
- Erfahrungen mit / direkter Bezug zu VITA Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern
- Informationsarbeit von VITA / Werbekampagne / Aufklärungsarbeit von VITA
- etwas anderes, und zwar: \_\_\_\_\_

### **2. Auf welche Art unterstützen Sie / haben Sie VITA e.V. Assistenzhunde unterstützt?**

(Mehrfachnennungen sind möglich)

- Fördermitgliedschaft
- Einmalige Spende
- Offizieller VITA-Sponsor
- Nachlass (VITA in einem Testament berücksichtigen)
- Schenkung / Event (z.B. Geldgeschenke für VITA sammeln)
- Ehrenamtlicher Einsatz
- Welpenpatenschaft (Ein Welpen verbringt sein erstes Lebensjahr bei Ihnen und Ihrer Familie)
- Welpenspende (VITA einen Welpen spenden)

### **3. VITA e.V. Assistenzhunde ist daran interessiert, Ihnen eine Rückmeldung für Ihre Unterstützung zu geben. Welche Rückmeldung würden Sie sich wünschen?**

- Informationsmaterial
- Newsletter
- Jahresbericht über die Verwendung der Spenden
- Besuchsmöglichkeit/ Einladung zum Ausbildungszentrum
- Etwas anderes, und zwar: \_\_\_\_\_

### **4. Wahrscheinlich haben Sie sich vor Ihrer Spende über VITA e.V. Assistenzhunde informiert. Wenn ja, wie haben Sie sich informiert?**

- Ich habe mich nicht informiert.
- über die Homepage von VITA
- über die Medien (TV, Internet etc.)
- über Familie, Freunde oder Bekannte
- über Menschen mit einer Behinderung (mit oder ohne Erfahrung mit VITA)
- über Events / Informationsveranstaltungen / Messen
- über Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter
- über etwas anderes, und zwar: \_\_\_\_\_

**5. Denken Sie, dass VITA e.V. Assistenzhunde nachhaltig, transparent und vertrauenswürdig mit Ihrer Spende umgeht?**

- Ja
- Nein
- Weiß nicht
- Keine Angabe

**6. Für wie wichtig halten Sie die Arbeit von VITA e.V. Assistenzhunde?**

Gar nicht wichtig											Sehr wichtig	Keine Angabe
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>

**6a. Wenn Sie bei Frage 6 mit einem Wert niedriger als 5 geantwortet haben, nennen Sie uns bitte die für Sie wichtigsten Gründe für diese Einschätzung.**

---



---



---



---



---

**7. Haben Sie Kontakt zu Menschen mit einer Behinderung?**

- Ja
- Nein
- Keine Angabe

**8. Spenden Sie noch für andere gemeinnützige bzw. wohltätige Vereine/Organisationen?**

- Ja
- Nein
- Keine Angabe

**9. Wie empfinden Sie das aktuelle Werbekonzept von VITA e.V. Assistenzhunde?**

		teils sachlich/ teils emotional				Keine Angabe
zu sachlich	sachlich	emotional	emotional	zu emotional		
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>



**10. Welche der folgenden Werbekampagnen würde Sie überzeugen?**

A



B



C



Zum Schluss haben wir aus statistischen Gründen noch ein paar Fragen zu Ihrer Person.

**11. In welchem Jahr wurden Sie geboren?**

Im Jahr: \_\_\_\_\_

**12. In welchem Bundesland wohnen Sie?**

Im Bundesland: \_\_\_\_\_

**13. Gibt es etwas, was Sie persönlich VITA e.V. Assistenzhunde mitteilen möchten?**

(Bsp.: Verbesserungsvorschläge, Komplimente, ...)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Vielen Dank! Mit Ihrer Hilfe kann VITA e.V. Assistenzhunde weiterhin nachhaltig und zielgerichtet auf einen erfolgreichen Spenderkontakt hinarbeiten.

## Anhang B

### **Frage 6: Für wie wichtig halten Sie die Arbeit von VITA e.V. Assistenzhunde?**

**Frage 6a: Wenn Sie bei Frage 6 mit einem Wert niedriger als 5 geantwortet haben, nennen Sie uns bitte die für Sie wichtigsten Gründe für diese Einschätzung?**

Für Menschen mit Behinderung ist die Arbeit von VITA sicher sehr wichtig. Darum haben wir unser Geburtstagsgeschenk gern einmal gespendet. Da wir aber schon andere Projekte für benachteiligte Menschen finanziell unterstützen und uns nicht für Hunde interessieren, sind uns persönlich die Anliegen von VITA nicht so wichtig.

es gibt viele andere wichtige Dinge!!!

Im Vergleich zu was? (Ist die Alternative z.B. Hilfe im Kriegsgebiet, ist dies natürlich elementarer!)

Es ist/ wurde nicht klar, was der Verein leistet.

Zwar >5, aber: warum sollte ich spenden, wenn ich die Arbeit für nicht wichtig hielte???

### **Frage 13: Gibt es etwas, was Sie persönlich VITA e.V. Assistenzhunde mitteilen möchten? (Bsp.: Verbesserungsvorschläge, Komplimente, ...)**

#### **Verbesserungsvorschläge**

Weiter so!

Evtl. mehr Medienpräsenz

→über regionale Zeitungen

→erneut im TV

→ Ich kenne das Werbekonzept nicht! Wo wird dafür geworben?

Für eine größere Unterstützung wären regelmäßige sachliche Info-Berichte über VITA im TV sehr von Vorteil!!! Selber erfuhr ich zufällig durch eine TV-Tiersendung von Martin Rütter über die Existenz von VITA e.V.

Dokumentationen, Filmberichte sprechen die Menschen immer an und sicherlich findet(n) sich darüber auch neue Mitglieder. ViTA ist Lebenswerter!

siehe Punkt 9: Habe in letzter Zeit keine Berichte/Reportagen im Fernsehen gesehen (oder anderen Medien)

Mehr öffentliche Werbung. Wurde nur zufällig durch Martin Rütter aufmerksam.

Wenig Öffentlichkeitsarbeit in Norddeutschland

Die Vita-Teams sollten weiterhin auf der Homepage vorgestellt werden, evtl. auch mit kleinen Kurzfilmen.

(Rückmeldung: „mailing-kein Papier“)

Die Arbeit des Vereins finde ich aussergewöhnlich. Für Menschen mit einer Behinderung ist es sehr wichtig. Deshalb wäre die Öffentlichkeitsarbeit des Vereins von Bedeutung. Das könnte verbessert werden. Wenn der Verein an die Kapazitätsgrenzen kommt, dann sollte man über regionale Kooperationspartner nachdenken oder weitere Standorte eröffnen. Der Verein verdient mehr Sponsoren!

<p>Über Infobriefe etc ärgere ich mich immer, da diese Geld kosten. Dieses finde ich im Projekt selbst besser investiert.</p> <p>Vermutlich hätten Sie es einfacher, wenn Sie gezielt Kampagnen starten würden, die Hundebesitzer ansprechen.</p>
<p>habe mich nicht weiter über VITA informiert, nachdem ich vor über einem Jahr gespendet habe, habe seitdem auch keine neuen Informationen von VITA oder über VITA erhalten.</p> <p>Mir fällt mit der Zusendung dieser Umfrage auf, dass ich seit meiner Spende vor über einem Jahr gar nichts mehr von VITA gehört habe. Sollte ich einen Spendenbittbrief von VITA erhalten haben, habe ich diesen jedenfalls nicht gelesen. Ich habe bei Spendenbittbriefen schnell das Gefühl: „Wenn ich hier spende, geht meine Spende zum Teil in das Versenden von diesen Briefen“ – und das will ich nicht. Auf der einen Seite finde ich es prima, wenn ein Verein kein Geld für Spendenbittbriefe ausgibt, auf der anderen Seite gerät er so natürlich auch schnell in Vergessenheit. Ich spende gerne an Organisationen, die so wenig Geld wie möglich für ihre Organisation und Verwaltung und Werbung verbrauchen, was ich z.B. durch den Test der Stiftung Warentest erfahren habe.</p> <p>Mein Tipp: So viele Berichte über Vita in den Medien wie möglich, zusammen mit dem Hinweis auf den Jahresbericht auf der Homepage von VITA und die geringen Verwaltungskosten (falls diese gering sein sollten)</p>
<p>Weiter so!</p> <p>etwas frustrierend für mich als Außenstehenden die Info wie viel Millionen investiert werden und wie wenige Paare daraus entstehen. Kurz habe ich damals überlegt: lohnt sich da denn überhaupt? Soll ich lieber etwas effizienteres unterstützen?</p> <p>Aber ich bleibe dabei, denn ich finde Vita Sympatisch und habe Vertrauen in die Transparenz.</p>
<p>mir ist völlig unerklärlich, warum VITA nicht im geringsten von Krankenkassen unterstützt wird; hier sollte mehr gefordert/getan werden!</p>
<p><b>Lob, Danksagungen und Wünsche</b></p>
<p>Weiter so!</p>
<p>Weiter so!</p>
<p>Weiter so!</p>
<p>Macht weiter so!</p>
<p>Weiter so! Und den Studentinnen viel Erfolg ☺</p>
<p>Tolle Arbeit – weiter so!</p>
<p>Weiter so! Tolle Arbeit – für Mensch &amp; Tier!</p>
<p>Weiter so! Es macht die Welt ein kleines Stück besser!</p>
<p>Viel Erfolg, macht weiter so!</p>
<p>gute und wichtige Aufgabe Macht weiter so!</p>
<p>Tolle Sache – Danke!</p>
<p>BLEIBEN SIE DABEI!</p>

Vita ist SUPER!
Super tolle Arbeit und perfekter Einsatz der Retriever! Weiter so!
Nicht verzagen! Leidenschaftlich weitermachen!
Vorbildliche, beeindruckende Arbeit und Engagement
Eine tolle Sache! ☺
Vielen Dank für den Einsatz
Sehr wichtige und gute Arbeit.
Ein großes Kompliment und Dank für diese hervorragende Leistung.
Ich finde es toll, dass es Vita Assistenzhunde für Menschen mit Behinderungen gibt.
Ich halte es für sehr wichtig, dass Hunde ausgebildet werden um Menschen zu helfen.
Weiter mit so viel Engagement. Es macht diese Welt ein wenig od. viel erträglicher für behinderte Menschen. Danke !
Ich bin begeistert darüber, dass Hunde ausgebildet werden, um Menschen mit körperlichen Einschränkungen zu unterstützen und zu beschützen.
Bitte helfen Sie weiterhin den Menschen mit Ihrem Projekt. Es hat mich damals sehr berührt als dieses Projekt vorgestellt wurde und ich denke es sind die richtigen Schritte in die Zukunft.
Ich find es super, dass es diese Einrichtung gibt. Dass Tiere den Menschen helfen. Und das zeigt doch: Tiere sind unsere wahren Freunde – immer loyal!!!
Habe größten Respekt vor der Leistung – ich selbst habe auch einen Hund u. weiß was es bedeutet einen Hund zu erziehen.
Ich hoffe, dass weiterhin viele Assistenzhunde (artgerecht/ohne Druck) ausgebildet werden können, um den Kindern/Menschen eine Unterstützung zu sein. Ich finde das Projekt großartig!
finde die Idee super, solch eine Umfrage zu starten finde die Arbeit von Vita sehr wichtig und unterstützens-wert, große Hilfe für Menschen im Rollstuhl
eine Super-Sache, die Bewunderung und Anerkennung verdient. Bevor wir uns mit VITA beschäftigt haben, hätten wir nicht gedacht, zu was Hunde in der Lage sind. – Große Hochachtung vor dem Engagement der Personen, die VITA tragen, die Hunde ausbilden und an die Personen weitergeben Wir werden das auch weiterhin unterstützen
Die Arbeit einer Organisation wie VITA ist sehr wichtig! Ich kann für das Engagement aller beteiligten Menschen nur meine größte Bewunderung aussprechen!
Super Verein! Leider noch immer zu wenig bekannt. Unterstützung d. Vereins ist mir wichtig! Persönliche Anfragen/ Telefonate immer super freundlich!
Ihr leistet unglaublich wertvolle Arbeit. Danke. Auch wenn ich selbst, aus vielen Gründen keinen Assistenzhund haben kann, freue ich mich doch für alle anderen.

<p>Mein Dank gilt generell Menschen, die sich einsetzen, für andere Menschen, für Natur + Umwelt oder spezielle Projekte. DANKE VITA!!!</p>
<p>Ich kann nur loben, alles super und hoffentlich gibt es VITA noch Jahrzehnte lang!! Super Projekte!</p>
<p>Ein großes Kompliment an Ihre Arbeit!          Ich wünsche Ihnen weiterhin viel Erfolg und Freude!          Frohes Fest an Sie und Ihre „tollen Vierbeiner“</p>
<p>Ich bewundere Ihre Arbeit und Ihre Unterstützung behinderter Menschen.          Ich hoffe, dass meine Spende dazu beiträgt noch mehr Hunde für diese tolle Unterstützung behinderter Menschen auszubilden.          Vielen Dank!</p>
<p>Ich freue mich über das Konzept von VITA und wünsche mir noch viele Welpen, die die Ausbildung bekommen und Menschen, die mit diesen Hunden leben dürfen!          Vielen Dank für diesen wertvollen Dienst an Mensch und Tier!          Ich spende sehr gerne auch zukünftig!</p>
<p>Danke Vita, dass es Menschen wie euch gibt, die Anderen einen Weg zurück ins eigenständige Leben ermöglichen!</p>
<p>1968 erkrankte mein Bruder an Progressive Muskeldystrophie. Ich hätte mir gewünscht er hätte damals diese Chance gehabt einen vierbeinigen Freund u. Helfer zu haben. Ihr seid spitze!!</p>
<p>Ich habe seit 1987 Flat Coated Retriever und bin fasziniert von ihrer Freundlichkeit, Fröhlichkeit. Ich mache Dummyarbeit mit ihnen und sie heben Sachen die runtergefallen sind auf und bringen sie mir voll Freude!</p>
<p><b>Sonstiges</b></p>
<p>Nein Danke</p>
<p>nein</p>