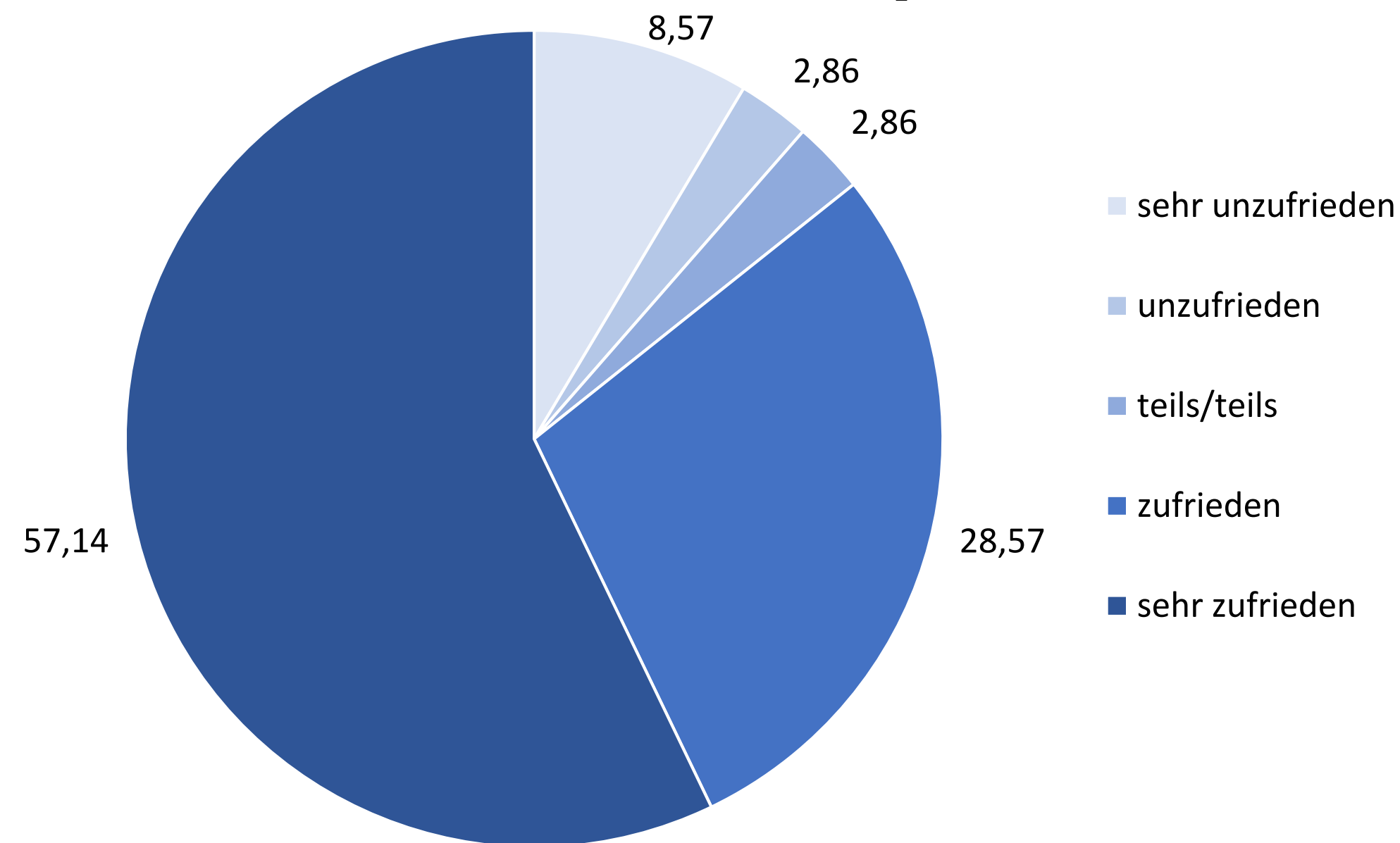


Spender der Tafel Göttingen e.V.

Evaluation der Zusammenarbeit

- Hohe Zufriedenheit führt zu:
 - längerfristigen Kooperation
 - regelmäßigeren Spenden
 - häufigerem Spenden

Allgemeine Zufriedenheit der Spender in %



Methodik

Die Erhebung wurde mit Unipark erhoben, sodass eine hohe Anonymität gewährt wurde. Die Erforschung der zugrunde liegenden Hypothesen wurden mit Hilfe von einem standardisierten Fragebogen durchgeführt. Dieser wurde mit einem CATI (Computer Assisted Telephone Interview) erhoben, sodass eine hohe Rücklaufquote sowie ein direkter und vertrauensaufbauender Kontakt erstellt wurde.

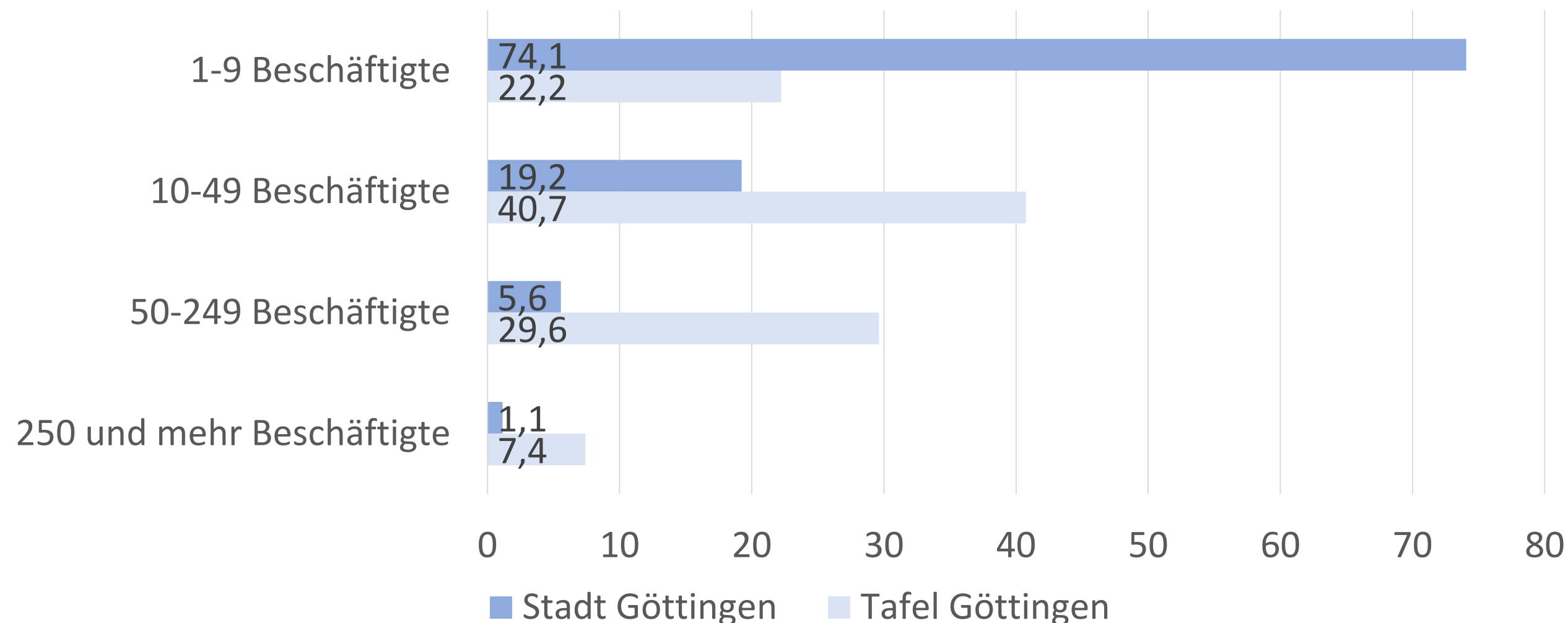
Motivation der Spender

Die Spenden sind vorwiegend durch soziale Gründe motiviert, dabei erwiesen sich die Aspekte Reduktion von Lebensmittelverschwendung mit 63,9% und Hilfe für Bedürftige mit 56,8% als die am höchsten eingestuft Anreize. Ökonomische Aspekte spielten eine deutlich geringere Rolle, jedoch konnte festgestellt werden, dass diese auf Ketten- und Konzernangehörige häufiger zutreffen als auf eigenständige Kleinunternehmen.

Rund 26% der SpenderInnen informierten ihre Kunden gar nicht über die Zusammenarbeit mit der Tafel Göttingen. Hier kann davon ausgegangen werden, dass rein soziale Aspekte für die Motivation zum Spenden verantwortlich sind und ökonomische Anreize keine Rolle spielen.

Es zeigte sich, dass die Motivation für das Spenden eng mit der allgemeinen Zufriedenheit mit der Kooperation verknüpft ist. So ergibt sich ein starker Zusammenhang zwischen den sozialen Anreizen und der allgemeinen Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit. Ökonomische Anreize wiesen einen deutlich geringeren Zusammenhang auf.

Anteil der Beschäftigten Göttingens 2016 und der Erhebung in ausgewählten Kategorien in %



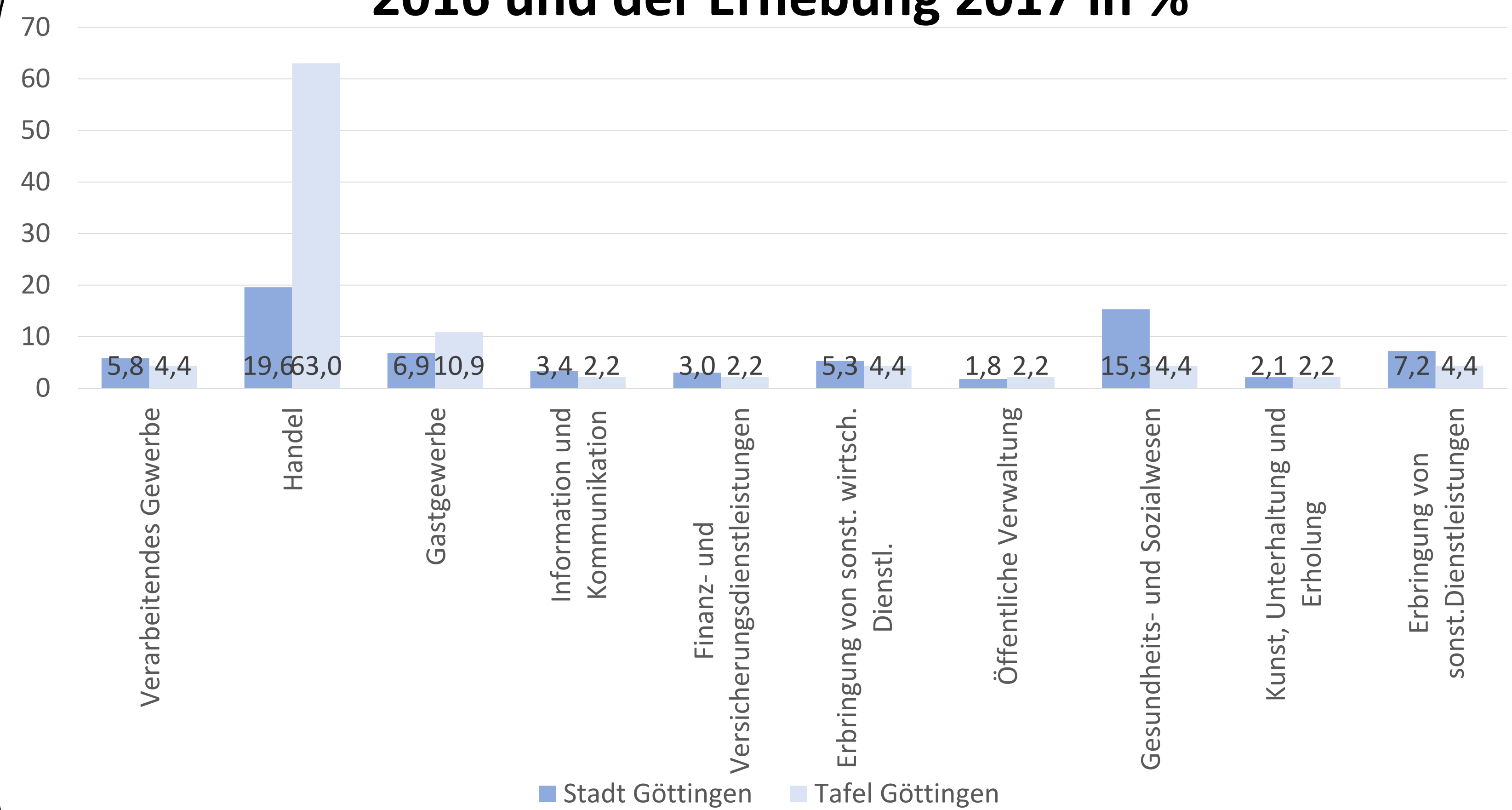
Quelle: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort nach Betriebsgrößenklassen, Stand Januar 2017, eigene Berechnungen

Demografie der Spender

Es kann ausgesagt werden, dass es sich bei den Spendern der Tafel Göttingen in erster Linie um viele Unternehmen aus dem Handel und Gastgewerbe handelt. Dadurch zeichnet sich ebenfalls ab, dass die Lebensmittelspende am häufigsten vorkommt. Im Zuge dessen ist ein hoher Anteil an regelmäßigen Spenden nachvollziehbar. Dies kann auch zur Erklärung der hohen Anteile der täglichen und mehrmals wöchentlichen Spenden beitragen. Die Verteilung bei den Unternehmensgrößen findet sich zentral bei den Kleinbetrieben bis 50 Mitarbeitern. Die gespaltene Konzern- oder Kettenzugehörigkeit könnte die Annahme aufkommen lassen, dass viele regionale Unternehmen an den Spenden beteiligt sind. Dies kann jedoch nicht genau überprüft werden. Überraschend ist hingegen die breite Spenderschaft über die Wirtschaftsbereiche mit Bezug zu Lebensmitteln hinaus.

Für die Zusammenhangsanalysen ergeben sich, dass Lebensmittelspenden und Sachspenden regelmäßig erfolgen. Für Geldspenden und technische Dienstleistungen gibt es keine Regelmäßigkeit. Bei Konzern- und Kettenangehörigkeit findet sich einen positiv mittelstarker gerichteter Zusammenhang auf die Lebensmittelspenden. Bei allen anderen Spendearten ist der Effekt negativ oder vernachlässigbar gering. Sachspenden und technische Dienstleistungen haben einen mittelstarken positiven bzw. starken negativen Effekt auf die Dauer der Kooperation. Hingegen dessen haben Lebensmittel- und Geldspenden eine vernachlässigbare oder geringe Auswirkung. Bei häufigen Spenden handelt es sich um Lebensmittel, während die anderen drei Spenden eher weniger häufig stattfinden. Während kleine Unternehmen Sachspenden und technischen Dienstleistungen spenden, stammen Lebensmittel von eher mittelgroßen Unternehmen.

Anteil der Unternehmen in der Stadt Göttingen 2016 und der Erhebung 2017 in %



Quelle: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort nach Betriebsgrößenklassen, Stand Januar 2017, eigene Berechnungen

Rechtlicher Rahmen

Die rechtlichen Rahmen in Bezug auf Spenden an die Tafel Göttingen umfassen *Hygienebestimmungen*, *Steuerrecht*, *Gesetzgebung zur Weitergabe von Waren mit Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD)*, *Gesetzgebung zum Sponsoring* und *Rückverfolgbarkeit*.

Bei der Auswertung des Fragebogenteils zum rechtlichen Rahmen ist auffällig, dass die Option *keine Angabe* sehr häufig im Vergleich zu den anderen Antwortoptionen ausgewählt wurde, um den rechtlichen Rahmen zu bewerten: 31,43% bei *Hygienebestimmungen*, 67,65% beim *Steuerrecht*, 60,00% bei der *Gesetzgebung zum Sponsoring*, 35,29% bei der *Rückverfolgbarkeit*.

Die Zusammenhangsanalyse ergab, dass die Regelmäßigkeit und die Häufigkeit der Spenden positiv von einer guten Bewertung des rechtlichen Rahmens beeinflusst wird. Die Länge der Spendendauer ist dagegen unabhängig von der Bewertung des Rechtsrahmens.

Abschließend lässt sich festhalten, dass der rechtliche Rahmen für Spenden dieser derzeit nicht beeinträchtigt und kein aktives Vorgehen seitens der Spender oder der Tafel notwendig ist.