



PRESSEMITTEILUNG

Weihnachtsspenden machen Unternehmen nicht per se sympathisch

Unternehmen können mit gezielten und dauerhaften Spendenprojekten punkten / Kinderhilfe beliebt / Lokal statt global

München, 2. Dezember 2010 – Viele Unternehmen setzen zu Weihnachten auf Spenden statt auf Kundenpräsente. Bei fast zwei Dritteln der Deutschen (60 Prozent) hinterlässt dieses Verhalten allerdings keinen positiven Eindruck. Davon geben 37 Prozent an, dass eine Spende ihre Meinung über das Unternehmen nicht beeinflusst. Ein Viertel (23 Prozent) hält Spenden sogar für eine Werbemaßnahme und hat einen eher schlechten Eindruck. Nur für 39 Prozent wirkt ein Unternehmen, das spendet statt schenkt, sympathisch. Dies ergab eine aktuelle Online-Umfrage* von Toluna unter 1000 Bundesbürgern im Auftrag von kajomi, der [Beratungsagentur für digitales Direktmarketing](#).*

Überzeugungsarbeit ist gefragt

Entscheiden sich Unternehmen für Weihnachtsspenden statt Kundengeschenke, sollten sie ihr wohlütiges Engagement den Kunden gegenüber glaubhaft machen. Nur für acht Prozent reicht eine hochwertige Karte oder eine aufwendig gestaltete E-Mail aus, um sie am ehesten davon zu überzeugen, dass die Weihnachtsspende ernst gemeint ist. Ein Drittel der Befragten (33 Prozent) sind geneigter, wenn sie merken, dass sich das Unternehmen gezielt ein Spendenprojekt ausgesucht hat und nicht wahllos an eine große Organisation spendet. Unterstützt ein Unternehmen permanent und nicht nur zu Weihnachten ein bestimmtes Projekt, findet das jeder Dritte (32 Prozent) überzeugend. Jeder vierte Befragte (26 Prozent) lässt sich von der Ernsthaftigkeit der Spende überzeugen, wenn er auch nach Weihnachten informiert wird, wie das unterstützte Projekt vorangeht.

Beliebtester Spendenbereich ist Kinderhilfe

Auf die Frage, für welchen Bereich Unternehmen zu Weihnachten spenden sollten, entschied sich die Mehrheit (54 Prozent) für Kinderhilfe. Dies war die Top-Antwort bei beiden Geschlechtern und in allen Altersgruppen. Auf dem zweiten Platz liegt mit 16 Prozent Natur- und Umweltschutz. Unternehmen mit einer überwiegend männlichen Kundschaft können mit diesem Spendenbereich besonders punkten. Denn fast doppelt so viele Männer wie Frauen



(21 versus 12 Prozent) können sich dafür begeistern. Tierschutz liegt mit 15 Prozent auf Rang drei. Er kommt besonders bei den 16- bis 34-Jährigen gut an. Zuwendungen an Entwicklungs- und Katastrophenhilfe begrüßt jeder Zehnte (12 Prozent), vornehmlich die über 55-Jährigen. Auf dem letzten Rang landet der Charity-Bereich Kultur und Denkmalpflege mit 3 Prozent.

Lokal statt global

Fast drei Viertel (71 Prozent) der Befragten sind der Meinung, Unternehmen sollten eher an kleinere lokale Hilfsprojekte, wie den Kindergarten/das Tierheim vor Ort, spenden. Nur knapp ein Drittel (29 Prozent) würde es lieber sehen, wenn Spenden an große Hilfsorganisationen wie Unicef oder das Deutsche Rote Kreuz fließen.

*Online-Umfrage durchgeführt von Toluna im November 2010 unter 1000 Männern und Frauen ab 16 Jahren

Grafiken zum Download:

[Weihnachtsspende statt Kundengeschenk macht Unternehmen nicht per se sympathisch](#)

[Unternehmen können mit gezielten und dauerhaften Spendenprojekten überzeugen](#)

[Laut Mehrheit der Deutschen sollten Unternehmen zu Weihnachten für Kinderhilfe spenden](#)

Über kajomi:

Die kajomi GmbH ist eine Beratungsagentur für digitales Direktmarketing mit Sitz in München-Gräfelfing und Hamburg. Seit 2002 ist kajomi Ansprechpartner für Unternehmen, die ihren Kundenkreis gezielt erweitern, die Kundenbindung stärken und ihren Umsatz steigern möchten. Dabei kommen je nach Kampagnenziel neben E-Mail-Marketing alle Instrumente des Online-Marketings zum Einsatz, wie etwa Suchmaschinen- oder Bannerwerbung. Über 400 Unternehmen, darunter AXA, UBS, snapfish und BuyVIP, vertrauen der langjährigen Kompetenz von kajomi. kajomi ist zudem Anbieter der bewährten Newsletter-Software-Lösung kajomi MAIL.
www.kajomi.de

Pressekontakt:

[Agentur Frau Wenk+++](#)

PR & Marketing für die digitale Welt

Anne-Kathrin Richter

Tel.: 040 4321 86 50

E-Mail: kajomi@frauwenk.de