

# Gabriele Lingelbach

# Spenden und Sammeln

Der westdeutsche Spendenmarkt  
bis in die 1980er Jahre



WALLSTEIN VERLAG

# Inhalt

Vorwort . . . . .	9
1. Einleitung . . . . .	11
Thema, Fragestellung, definatorische Klärungen (11) – Forschungslage (16) – Theoretische Grundannahmen und Methode (18) – Quellenbasis (23) – Gliederung der Arbeit (27)	
2. Wohltätiges Handeln bis zum Ende des Zweiten Weltkrieges . . . . .	29
2.1. Die Entwicklung bis 1933 . . . . .	30
Das »lange 19. Jahrhundert« (30) – Neuentwicklungen während des Ersten Weltkrieges (41) – Weimarer Republik (44)	
2.2. Sammeln und »Spenden« im Nationalsozialismus . . . . .	51
Die Entwicklung der Verbände und des Sammlungswesens seit 1933 (51) – Das Sammlungsgesetz von 1934 (51) – Die Entwicklung des Winterhilfswerks (56)	
3. Das Sammlungswesen in der unmittelbaren Nachkriegszeit . . . . .	61
Lokale Sammlungsaktionen (62) – Reorganisation bzw. Neugründung der Wohlfahrtsverbände (63) – Die überlokalen Sammlungen der Wohlfahrtsverbände (67) – Mentale Prägungen (76)	
4. Sammeln und Spenden im oligopolen Markt:	
Von den späten 1940er bis zum Beginn der 1960er Jahre . . . . .	79
4.1. Staat und Kirchen als Marktregulatoren . . . . .	79
Das Sammlungsgesetz und seine Anwendung in den Bundesländern (80) – Länderübergreifende Koordinierungsbemühungen der Ministerien (91) – Der Entwurf eines länderübergreifend einheitlichen Sammlungsgesetzes (96) – Die kirchliche Regulierung der Kollekten und Haussammlungen in den Gemeinden (101) – Steuerpolitik (103) – Symbolpolitik (104) – Sozialpolitik (106)	
4.2. Die spendensammelnden Organisationen . . . . .	110
4.2.1. Die Entwicklung der Verbände der freien Wohlfahrtspflege . . . . .	110
4.2.2. Kooperation und Konkurrenz unter den Spitzenverbänden . . . . .	117
Kooperationen (117) – Konkurrenzen (123)	

4.2.3. Spendensammelnde Organisationen jenseits der Spitzenverbände . . . . .	126
Die Genehmigungspraxis in einzelnen Bundesländern (126) – Politische Initiativen (128) – Kollektenaktionen (135) – »Nischenexistenzen« (138) – Lokale Sammlungen (141)	
4.2.4. Die Gegenwehr der Spitzenverbände gegen die Konkurrenzorganisationen . . . . .	142
(Versuchte) Einflussnahme auf die Gesetzgebungsverfahren (143) – Die Privilegierung der Wohlfahrtsverbände in der Verwaltungspraxis (147)	
4.2.5. Sammlungsformen . . . . .	152
Haus- und Straßensammlungen (152) – Genehmigungsfreie Haussammlungen in Kirchengemeinden (158) – Kollekten (160) – Spendenwerbepriefe (163) – Medienaufrufe (164) – Verkauf von Benefizwaren (167) – Mitgliederwerbung (170) – Sonstige Sammlungsformen (172)	
4.2.6. Werbestrategien . . . . .	175
Werbemedien (176) – Organisationssymbole und -namen (179) – Pressearcharbeit (181) – Institutionalisierung und Professionalisierung der Werbeabteilungen (184) – Werbeaussagen (186) – Darstellung der Bedürftigen (186) – Ansprache der potenziellen Spender (188) – Selbstdarstellung der sammelnden Institutionen (198) – Werberhetorik (200)	
4.3. Der Einfluss der Medien . . . . .	205
Positive Berichterstattung der Medien über Sammlungen und Wohltätigkeitsorganisationen (205) – Kritische Berichterstattung (208) – Spendensammlungen der Medien (210)	
4.4. Die Spender . . . . .	215
4.4.1. Unternehmer und Unternehmen . . . . .	215
4.4.2. Der »Durchschnittsspender« . . . . .	217
Spendenalltag (218) – Die quantitative Entwicklung der Spenden (221) – Soziographie der Spender (223) – Spendermotivationen und -einstellungen zum Sammlungswesen (227)	
5. Die späten 1950er und frühen 1960er Jahre: Das Ende des Sammlungsgesetzes von 1934 und die beginnende Transformation des Spendenmarktes . . . . .	237
Das Sammlungsgesetz in der Kritik (237) – Das Sammlungsgesetz in der richterlichen Entscheidungspraxis (241) – Politische Initiativen gegen das Sammlungsgesetz (243) – Die neuen Sammlungsgesetze von Nordrhein-Westfalen und Bayern (246) – Das Bundesverfassungsgerichtsurteil und seine Konsequenzen (251) – Ursachen des Wandels (254)	

6. Sammeln und Spenden unter polypolen Bedingungen: Die Entstehung eines nachfrageorientierten Marktes seit den 1960er Jahren . . . . .	269
6.1. Die schwindende Rolle des Staates . . . . .	269
Die neuen Sammlungsgesetze (269) – Sonstige staatliche Maßnahmen (273)	
6.2. Der wachsende Einfluss der Medien. . . . .	276
Berichterstattung über spendensammelnde Organisationen und das Sammlungswesen (276) – Schwerpunkte in der Medienberichterstattung und deren Konsequenzen für den Spendenmarkt (282)	
6.3. Das expandierende Feld der sammelnden Organisationen. . .	288
6.3.1. Quantitative und qualitative Veränderungen auf der Angebotsseite . . . . .	288
Die quantitative Expansion und ihre Konsequenzen (288) – Qualitative Umorientierung und Differenzierung des Organisationsfeldes mit innerdeutschen Spendenzwecken (293) – Internationalisierung der Spendenzwecke (298)	
6.3.2. Konkurrenzen und Kooperationen . . . . .	307
Konkurrenzverhalten auf dem Markt (307) – Neue Formen der Kooperation (311)	
6.3.3. Entwicklung der Sammlungsformen . . . . .	317
Spendenwerbebriefe (318) – Medienaufrufe (322) – Intensivierte Mitgliederwerbung (325) – Benefizwaren (326) – Benefizveranstaltungen (329) – Sonstige neue Sammlungsformen (330) – Bedeutungsverlust der Haus- und Straßensammlungen (332)	
6.3.4. Werbestrategien . . . . .	333
Intensivierung der Medienkontakte (334) – Quantitative Entwicklung von Werbemaßnahmen (337) – Neue Werbeideen und -inhalte (339) – Heranziehung von Experten (367)	
6.4. Die Spender. . . . .	374
Quantitative Entwicklung des Spendenvolumens (374) – Soziographie der Spender (378) – Veränderungen im Spendenalltag (385) – Veränderung der präferierten Spendenzwecke (393) – Spendenmotive (398) – Misstrauen und Unsicherheit (409)	
7. Schlussbetrachtung . . . . .	415