

UMFRAGE ZUR DRITTMITTEL- FINANZIERUNG VON KULTURBETRIEBEN IN ÖSTERREICH

DURCHGEFÜHRT VOM
FUNDRAISING VERBAND AUSTRIA

DEZEMBER 2022 – JÄNNER 2023

ZIELSETZUNG UND ERGEBNISSE

Zielsetzung

Ziel der Umfrage war es, einen Überblick über die Rolle von Sponsoring, privaten Förderungen und Spenden für die Finanzierung der heimischen Kultureinrichtungen zu schaffen. Weiters sollte ermittelt werden, inwieweit sich Kulturbetriebe Unterstützung, Service und Beratung für diesen Bereich wünschen.

Zielgruppe

Die Umfrage wurde an 444 Kultureinrichtungen in Österreich verschickt. Vorgabe war, dass möglichst nur eine Person einer Einrichtung die Fragen beantwortet. Die Umfrage kann hinsichtlich der Zielgruppe nicht als repräsentativ betrachtet werden, liefert aber einen qualitativen Überblick über die IST-Situation bzgl. Kulturfundraising und -sponsoring in Österreich.

Angaben zu den Teilnehmenden

Der **Online**-Fragebogen wurde von 58 Personen (13%) vollständig beantwortet, weitere 30 Personen haben mit der Befragung begonnen, diese aber vorzeitig abgebrochen. Das entspricht einer Abschlussquote von 66%. Ergänzend zur Online-Umfrage wurde eine dem Online-Fragebogen idente **telefonische** Befragung durchgeführt. Die vorliegende Analyse berücksichtigt die Ergebnisse aller Befragungen. Die Zahl der Teilnehmenden mit vollständiger Beantwortung des Fragebogens beträgt **76 Personen**.

Von der regionalen Verteilung her haben 44% der teilnehmenden Einrichtungen (TN) ihren Sitz in Wien, gefolgt von Niederösterreich und der Steiermark mit jeweils knapp 11%.

Der überwiegende Teil (45%) der TN waren kleine Kultureinrichtungen (Gesamtbudget < 500.000 Euro), 23% wurden in der Umfrage als mittelgroß eingestuft (Budget 500.000 bis < 5 Mio. Euro) und 20% als groß (Budget 5 Mio Euro und mehr). Weitere 12% konnten dazu keine Angabe machen.

Der größere Teil der teilnehmenden Personen hat in ihrer Einrichtung die Funktion der Geschäftsführung (19%) inne, gefolgt von Sponsoring-Verantwortlichen (16%), Fundraising- oder Development-Verantwortlichen (12%) bzw. Marketing/PR-Verantwortlichen (11%).

Zusammenfassung der Ergebnisse

Für 83% der teilnehmenden Einrichtungen (TN) spielt die Finanzierung über Drittmittel eine Rolle. Dies ist auch bei 85% der kleineren Einrichtungen der Fall.

In 43% der Einrichtungen gibt es Personal für die Beschaffung von Drittmitteln, naturgemäß sind das mittlere und große Einrichtungen.

In 47% der Einrichtungen machen Drittmittel laut Einschätzung der TN 1% - 10% der Gesamteinnahmen aus. 22% geben an, dass Drittmittel 11% - 30% ihrer Budgets betragen. Das ist ein erstaunlich großer Anteil. An dieser Stelle ist anzumerken, dass die telefonische Befragung deutlich gemacht hat, dass einem größeren Teil der teilnehmende Personen das Gesamtbudget ihrer Einrichtung – zumindest ad hoc – nicht bekannt war. 13% der TN geben an, dass Ihre Einnahmen aus Drittmittel mehr als 30% ihres Budgets betragen.

Einnahmen aus Sponsoring und Kooperationen machen nach wie vor den Löwenanteil an Drittmitteln aus (32%), gefolgt von Mittel privater Förderer*innen (19%) und von Freundesvereinen (14%). Mittel aus Stiftungen betragen lediglich 4% der Drittmittel. Sachspenden nehmen bei kleineren Einrichtungen tendenziell eine größere Rolle ein.

Wachstumspotenzial – hier waren Mehrfachnennungen möglich – sieht man fast gleichermaßen in allen privaten Einnahmenbereichen, außer bei Testamentsspenden. Eher überraschend ist das große Potenzial, das Benefizveranstaltungen (wie z.B. Fundraising-Dinner) zugemessen wird (63%), dies auch von Seiten der kleineren Einrichtungen. Wachstumspotenzial in größerem Ausmaß sieht man des weiteren im Bereich Sachspenden und Schenkungen (67%). Es ist naheliegend, dass dies die Realität der kleinen Einrichtungen widerspiegelt (Sachspenden) als auch der großen (Schenkungen an Museen).

Zunehmende Bedeutung wird auch dem Stiftungssektor beigemessen (65%). Überraschend ist das relativ geringe Potenzial, dem man testamentarischen Zuwendungen beimisst (38%). Der überwiegende Teil der TN (62%) sieht die Bedeutung dieses Einnahmenbereichs sogar abnehmend, v.a. mittelgroße Einrichtungen. Das lässt den Schluss zu, dass es hier noch wenig Bewusstsein in den Einrichtungen gibt und gezielte Weiterbildungsmaßnahmen als auch Ländervergleiche (z.B. UK) dieses Bewusstsein verändern würde.

Künftig verstärkt widmen will man sich in erster Linie dem Bereich Sponsoring (23%), gefolgt von privaten Förder*innen und Freundesvereinen (17% bzw. 14%), Veranstaltungen (10%) und Stiftungen (9%).

Weitgehend einig ist man sich darin, dass Mittel aus Sponsoring und von privaten Geldgeber*innen die wirtschaftliche Unabhängigkeit der Einrichtung stärken können (84%). Mehrheitlich zeigt das Stimmungsbild, dass Sponsoren bzw. private Geldgeber*innen die künstlerische Freiheit nicht einschränken oder gefährden (87%). Hohe Zustimmung gab es darin, dass Kooperationen und Förderungen von Kultureinrichtungen transparent gemacht werden sollen (88%). Ganze 77% begrüßen einheitliche Standards für Kultureinrichtungen im Umgang mit Drittmitteln.

Eher überraschend in der große Anteil an Kultureinrichtungen, die einen Förder- oder Freundeskreis haben (60%). Sogar die Mehrheit der kleinen Einrichtungen (52%) gibt an, einen solchen zu haben.

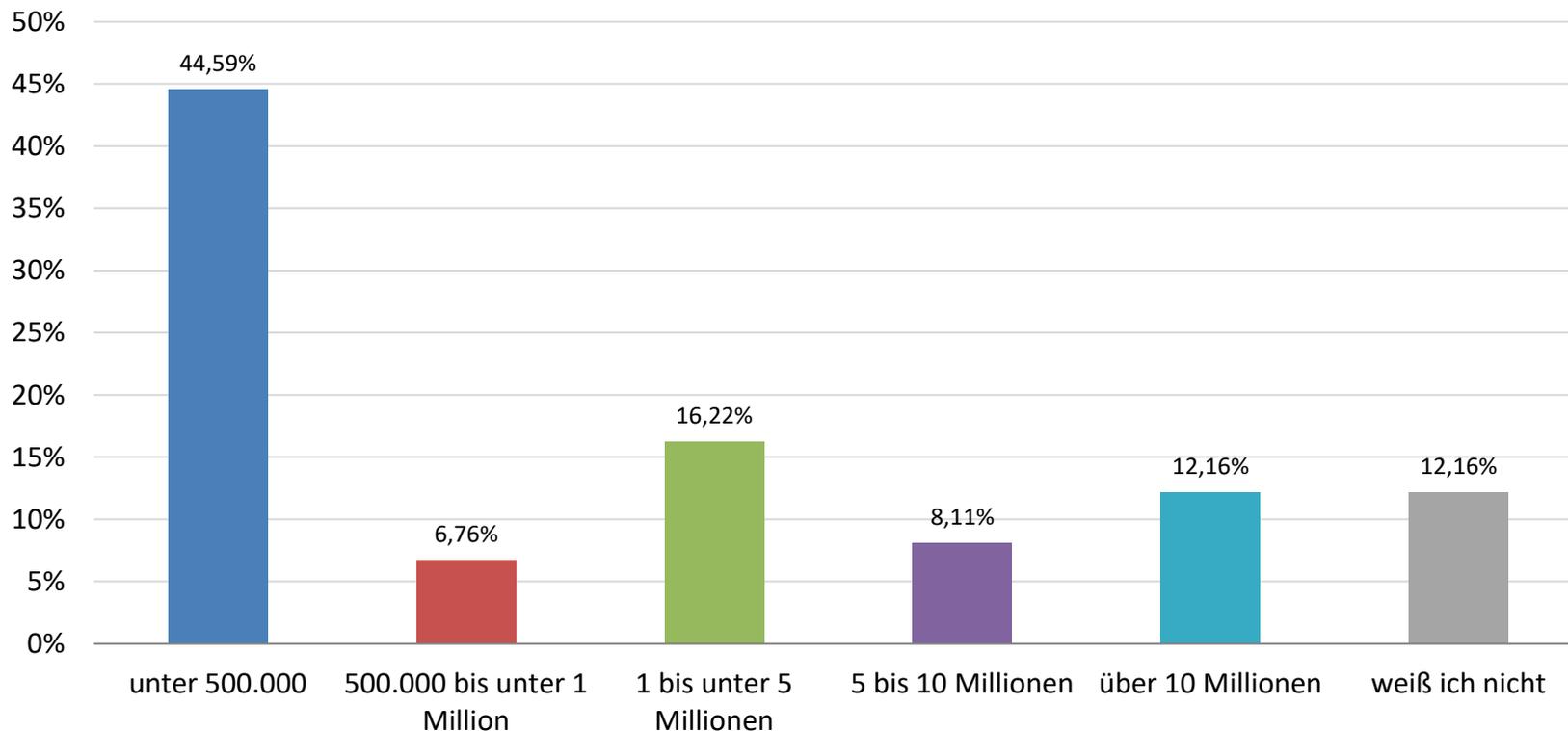
Der überwiegende Teil der TN (53%) meint, dass sich Fundraising-Aktivitäten auf den Ticketverkauf auswirken können, in erster Linie über Kooperationen und Förder-/Freundeskreise.

Für folgende Bereiche würden sich die Teilnehmenden **mehr Fachwissen** wünschen: Sponsoring (19%), steuerliche Aspekte (14%), Stiftungsfundraising (13%), gefolgt von Großspenden (12%), Crowdfunding (11%) und Testamentsfundraising (9%).

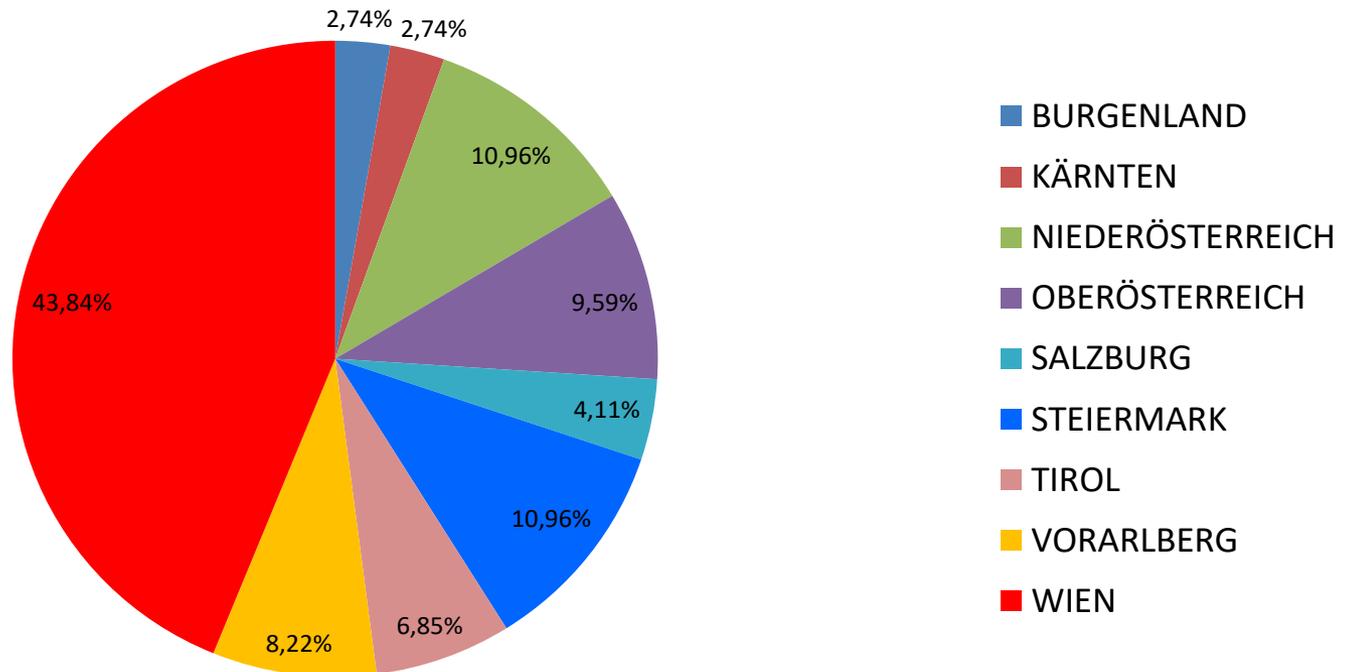
Hinsichtlich der **gewünschten Unterstützung** im Rahmen der Drittmittel-Akquise geben 83% an, das Angebot des FVA (zum Teil) zu kennen. Aus dieser Gruppe haben laut Umfrage bereits 61% ein Service in Anspruch genommen, in erster Linie Weiterbildungs- und Informationsangebot, sowie Vernetzungsmöglichkeiten.

Abseits von Wissens- und Kompetenzvermittlung wünschen sich die Einrichtungen **zusätzlich Unterstützung** in Form von: Bereitstellung fachspezifischer Informationen aus dem Kultursektor (26%) öffentlichkeitswirksame Kampagnen oder Initiativen zu Kulturfundraising-Aktivitäten (20%), Exkursionen zu beispielgebenden Kulturbetrieben in Europa (17%), Stipendien für Aus- und Weiterbildungen (17%).

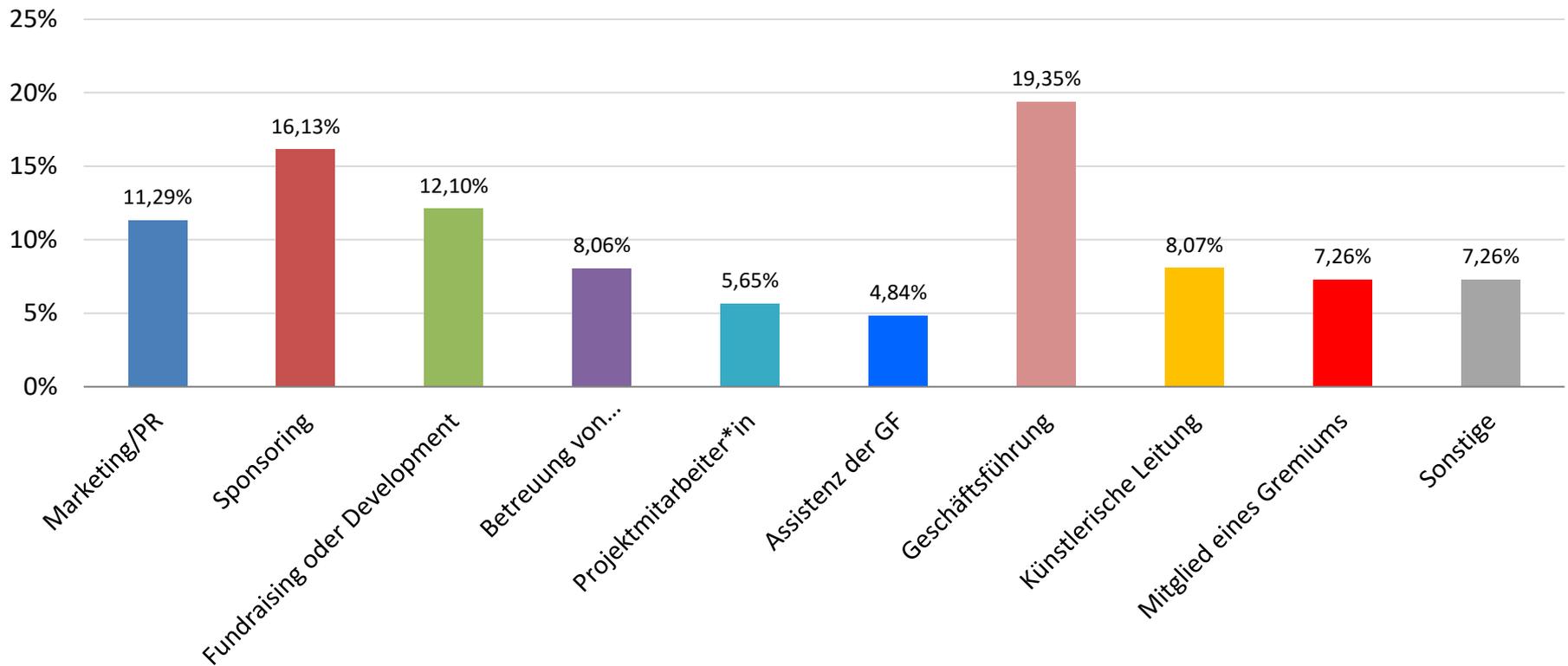
GRÖSSE DER KULTUREINRICHTUNG NACH GESAMTBUDGET IN EURO



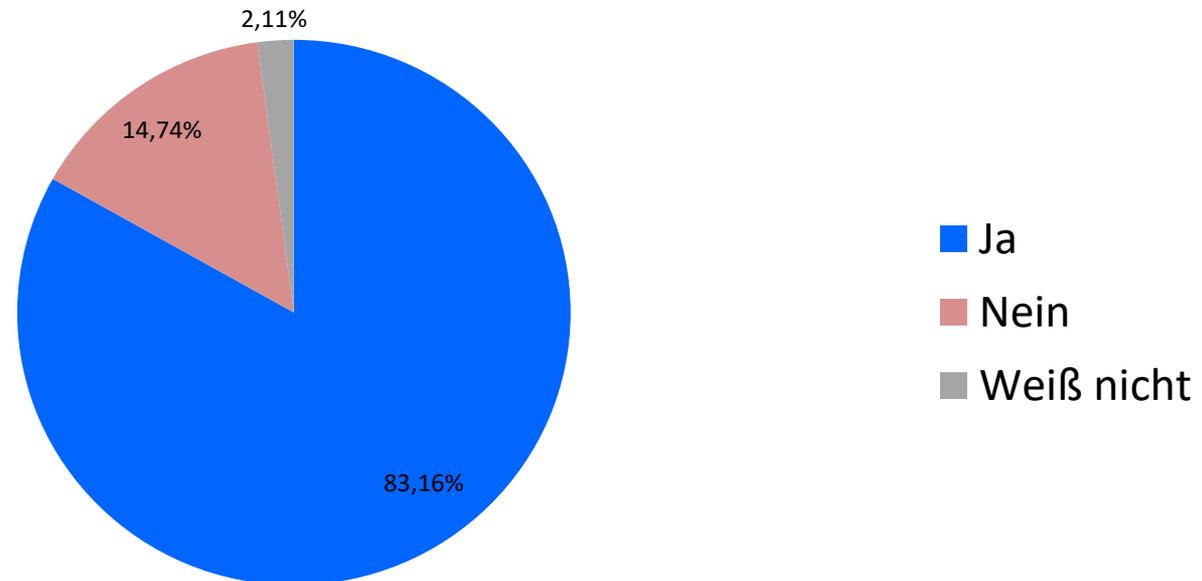
SITZ DES KULTURBETRIEBS NACH BUNDESLAND



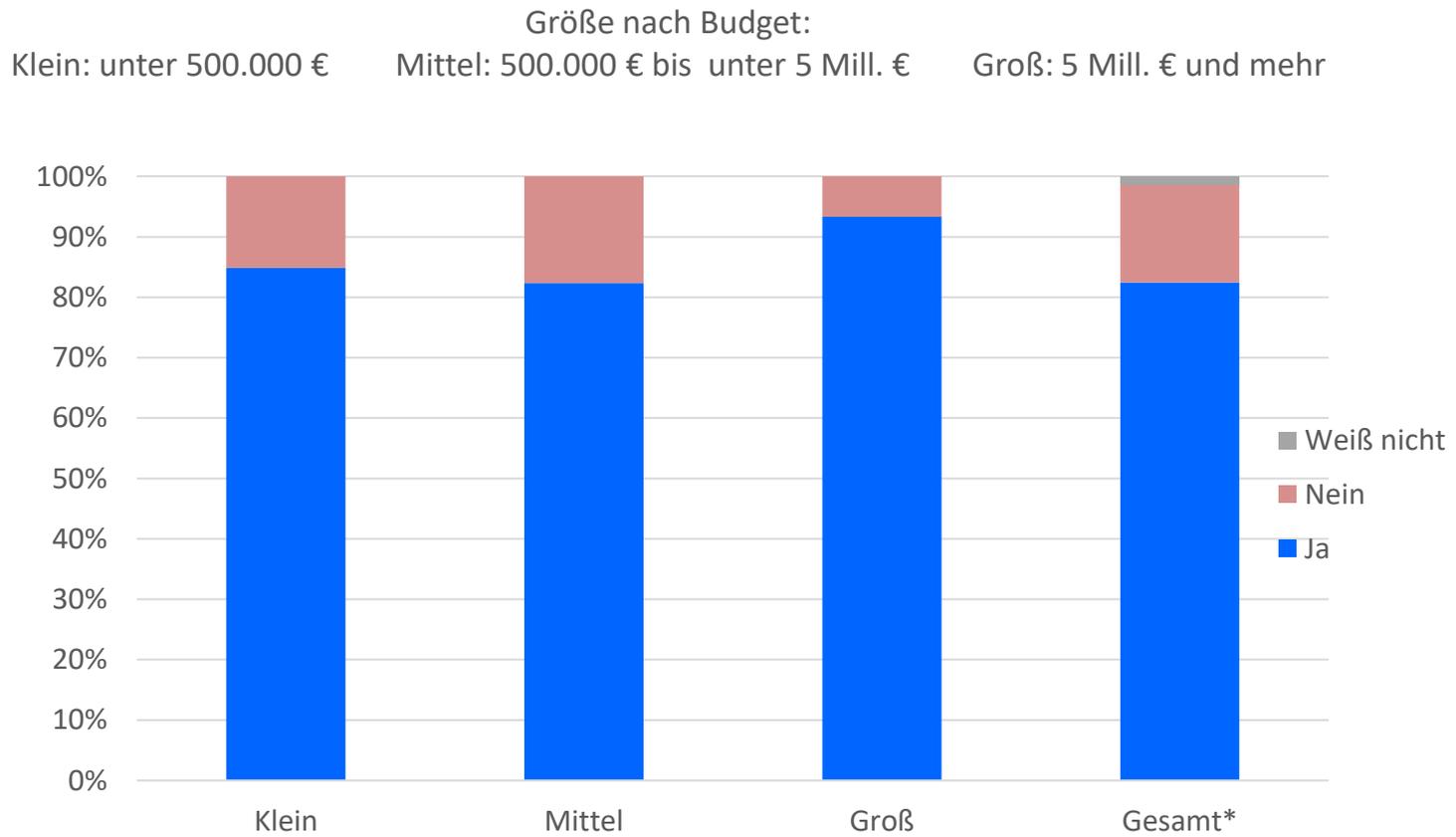
WAS IST IHRE DERZEITIGE FUNKTION IN IHRER EINRICHTUNG? (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)



SPIELT DIE FINANZIERUNG ÜBER DRITTMITTEL IN IHRER EINRICHTUNG EINE ROLLE?

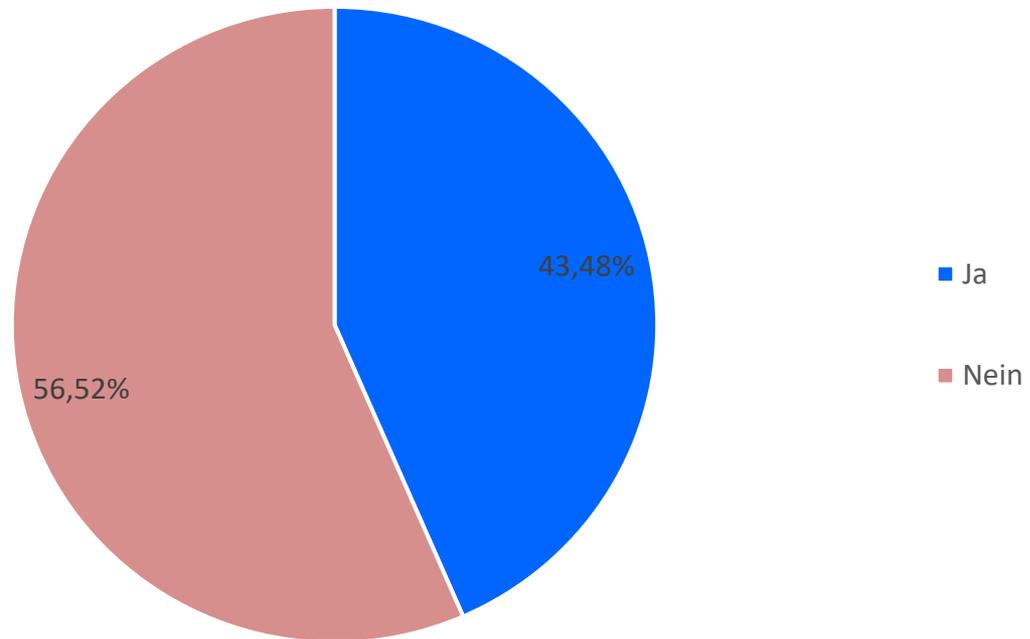


SPIELT DIE FINANZIERUNG ÜBER DRITTMITTEL IN IHRER EINRICHTUNG EINE ROLLE? (NACH GRÖSSE DER EINRICHTUNG)

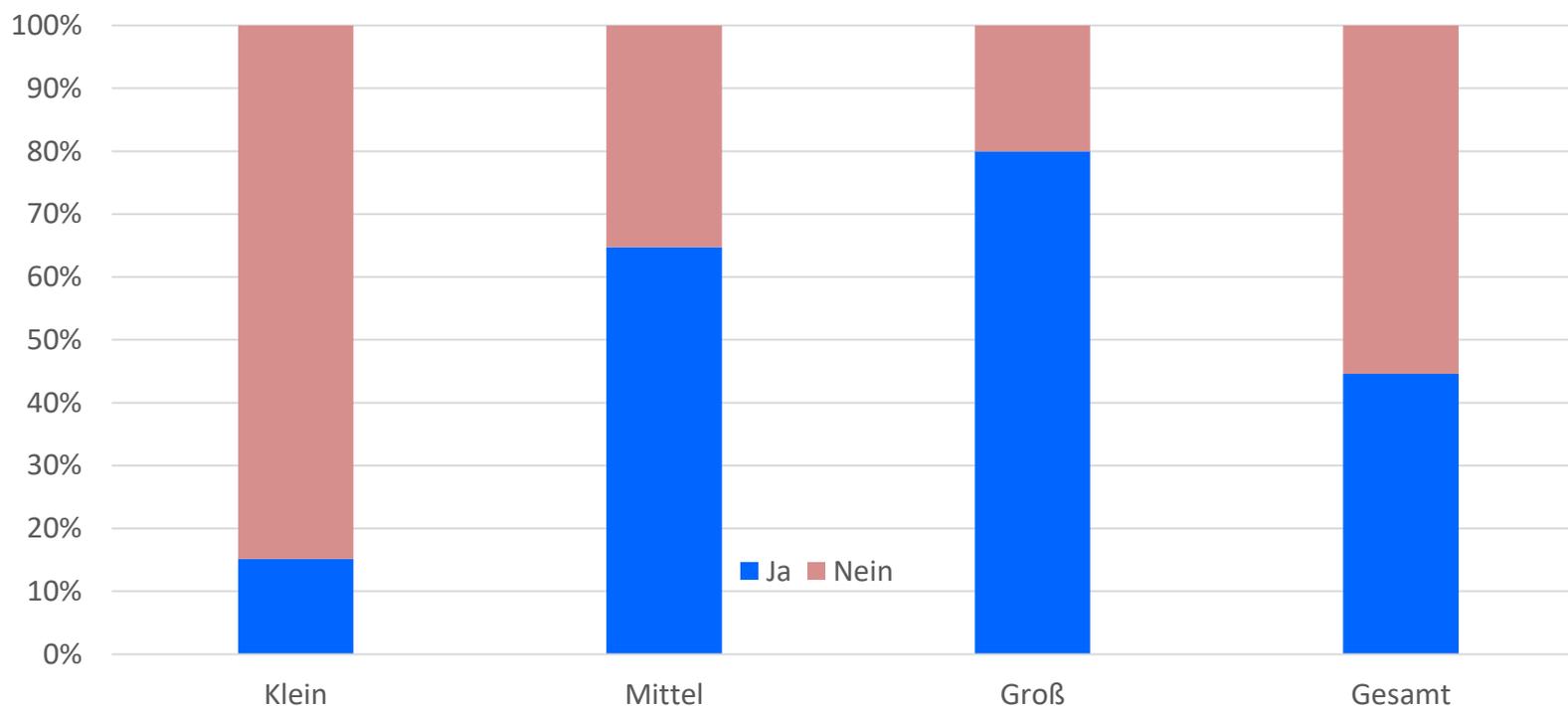


* Gesamt wird immer inkl. der „Weiß nicht“-Antworten bei Größe angegeben

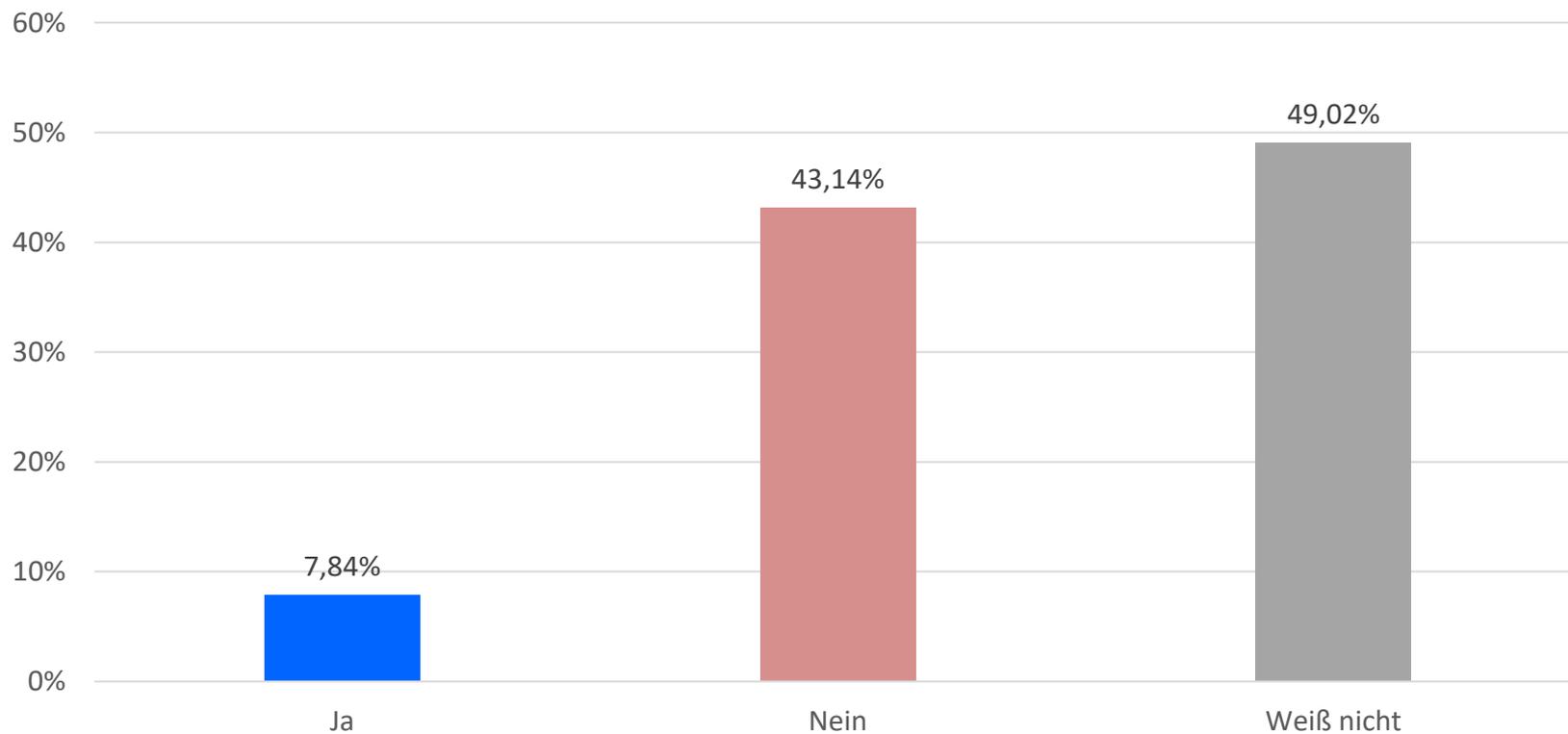
GIBT ES IN IHRER KULTUREINRICHTUNG PERSONAL FÜR DIE DRITTMITTELBSCHAFFUNG?



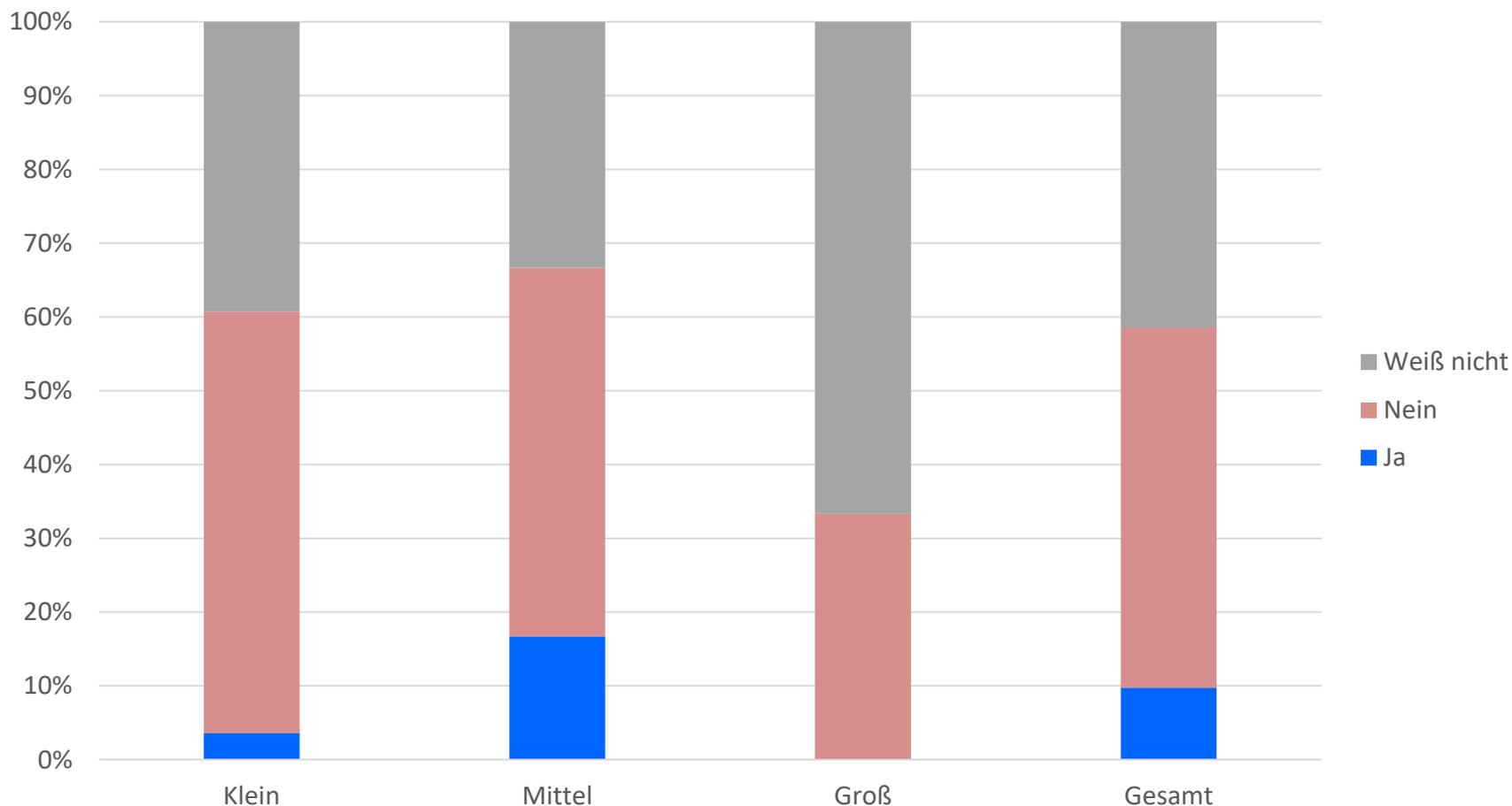
GIBT ES IN IHRER KULTUREINRICHTUNG PERSONAL FÜR DIE DRITTMITTELBESCHAFFUNG (NACH GRÖSSE)



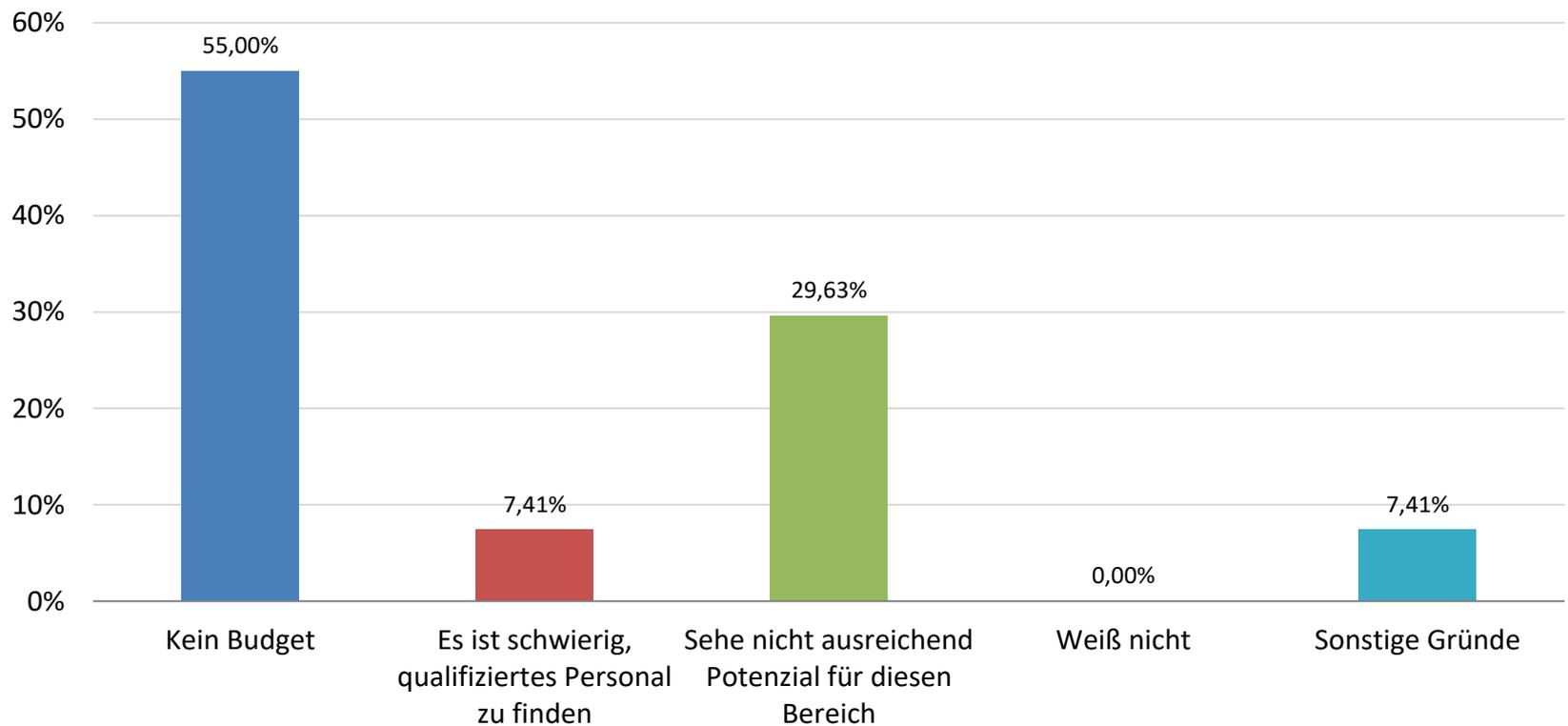
WENN NEIN, PLANEN SIE IN NAHER ZUKUNFT, PERSONAL ZU DIESEM ZWECK ZU BESCHÄFTIGEN?



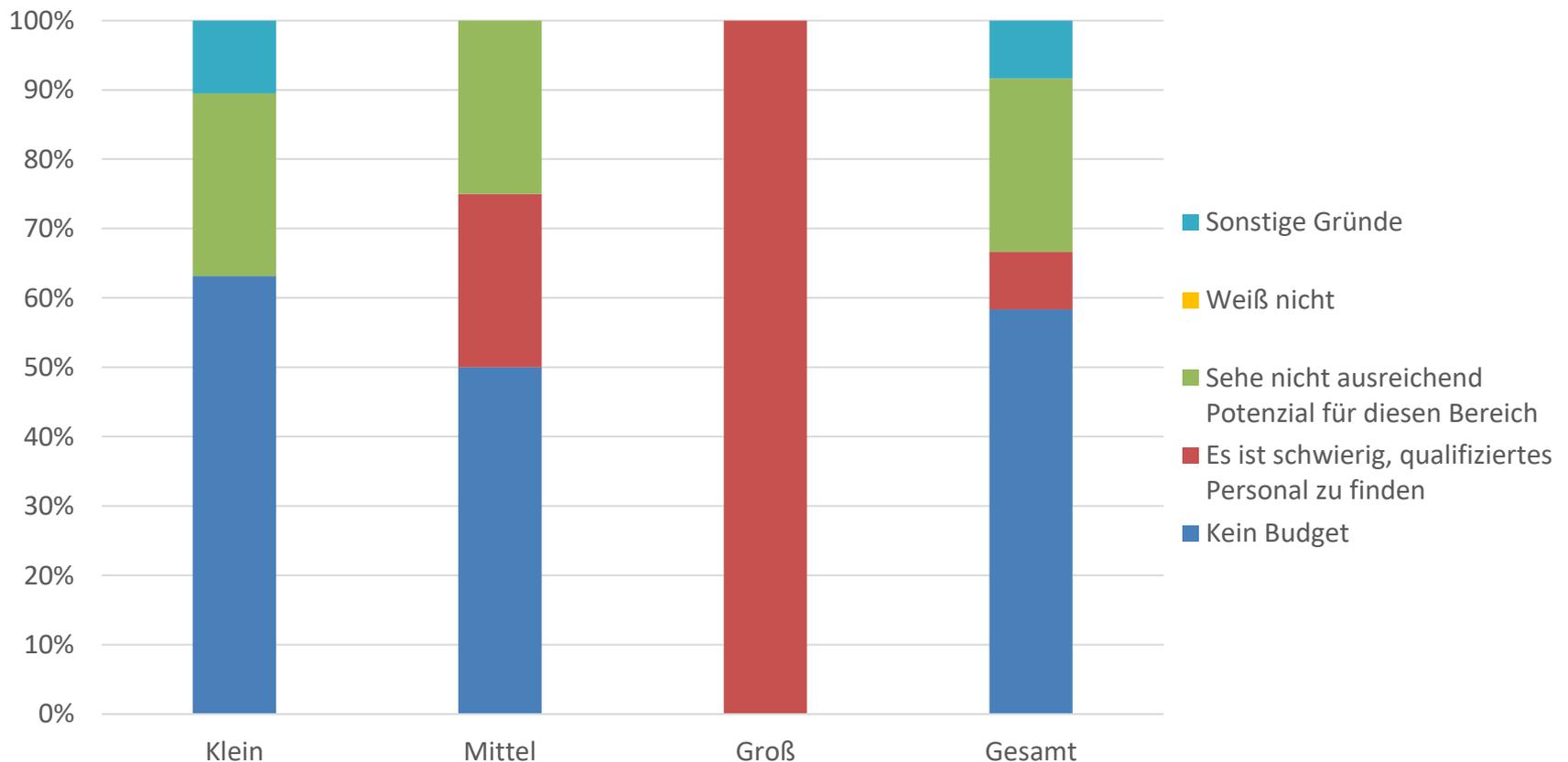
WENN NEIN, PLANEN SIE IN NAHER ZUKUNFT, PERSONAL ZU DIESEM ZWECK ZU BESCHÄFTIGEN? (NACH GRÖSSE)



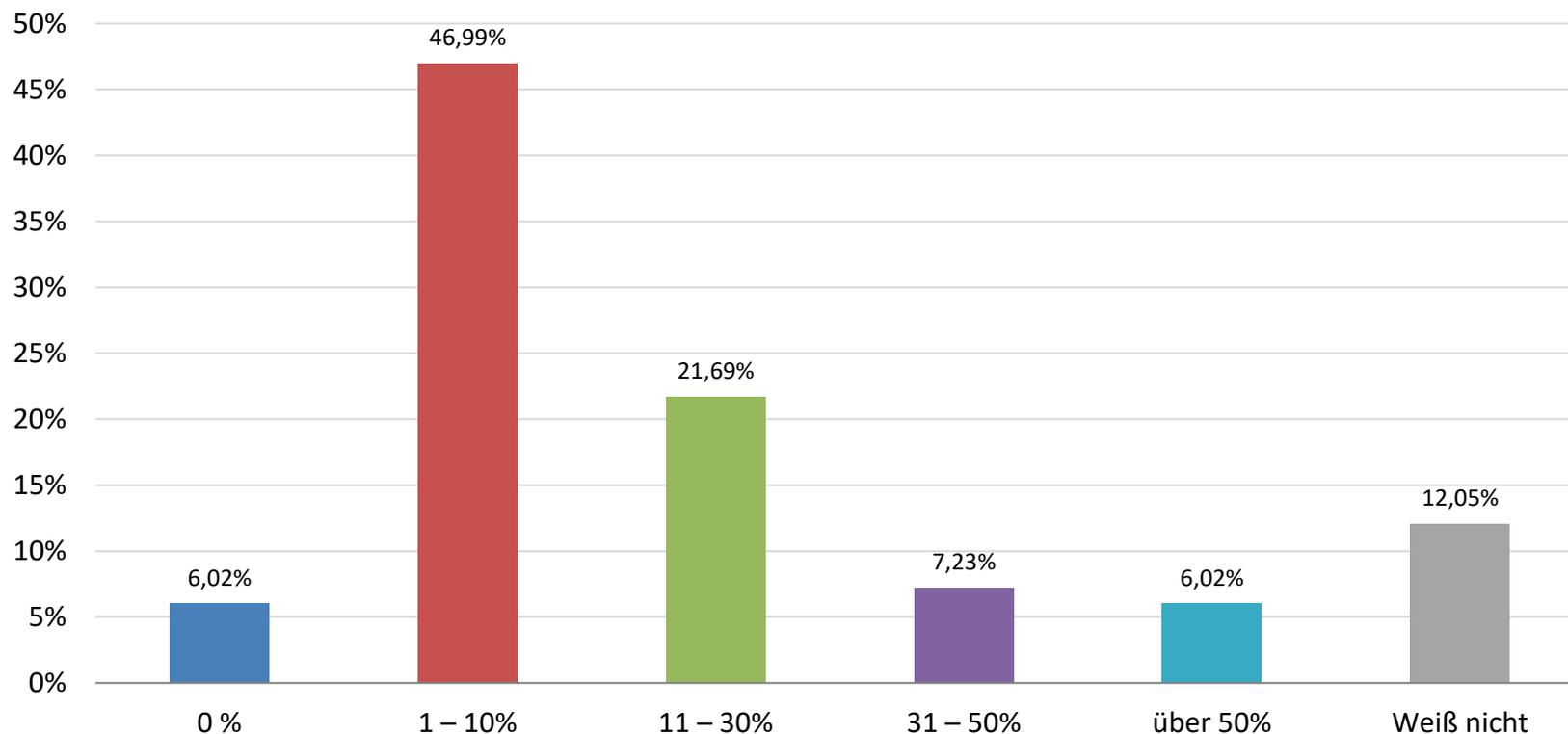
WENN NEIN: WESHALB GIBT ES KEINEN PLAN, PERSONAL FÜR DIE DRITTMITTEL-AKQUISE ZU BESCHÄFTIGEN? (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)



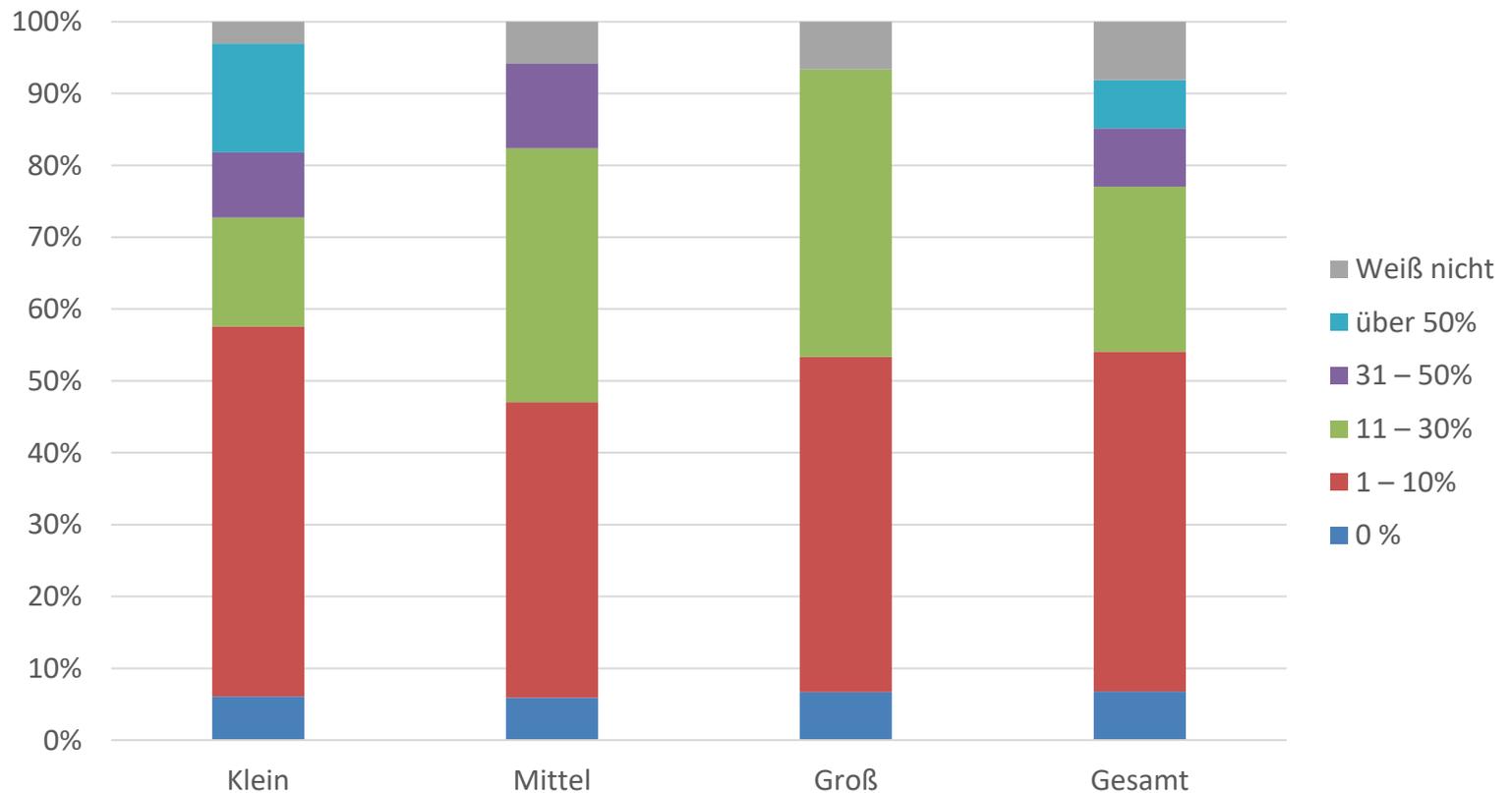
WENN NEIN: WESHALB GIBT ES KEINEN PLAN, PERSONAL FÜR DIE DRITTMITTEL-AKQUISE ZU BESCHÄFTIGEN? (NACH GRÖSSE)



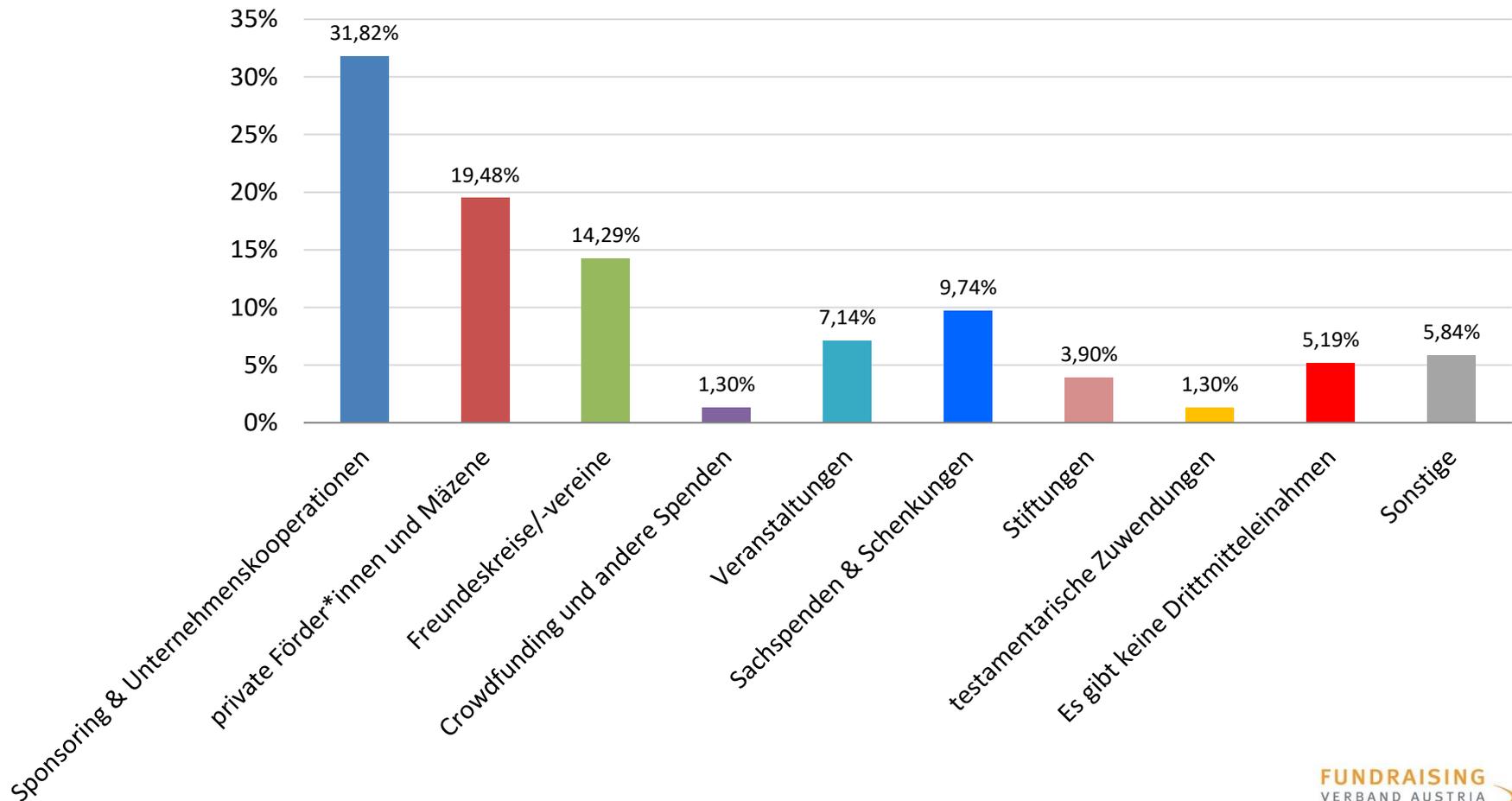
WIE HOCH SIND DERZEIT DIE AKQUIRIERTEN DRITTMITTEL IM VERHÄLTNISS ZU DEN GESAMTEINNAHMEN?



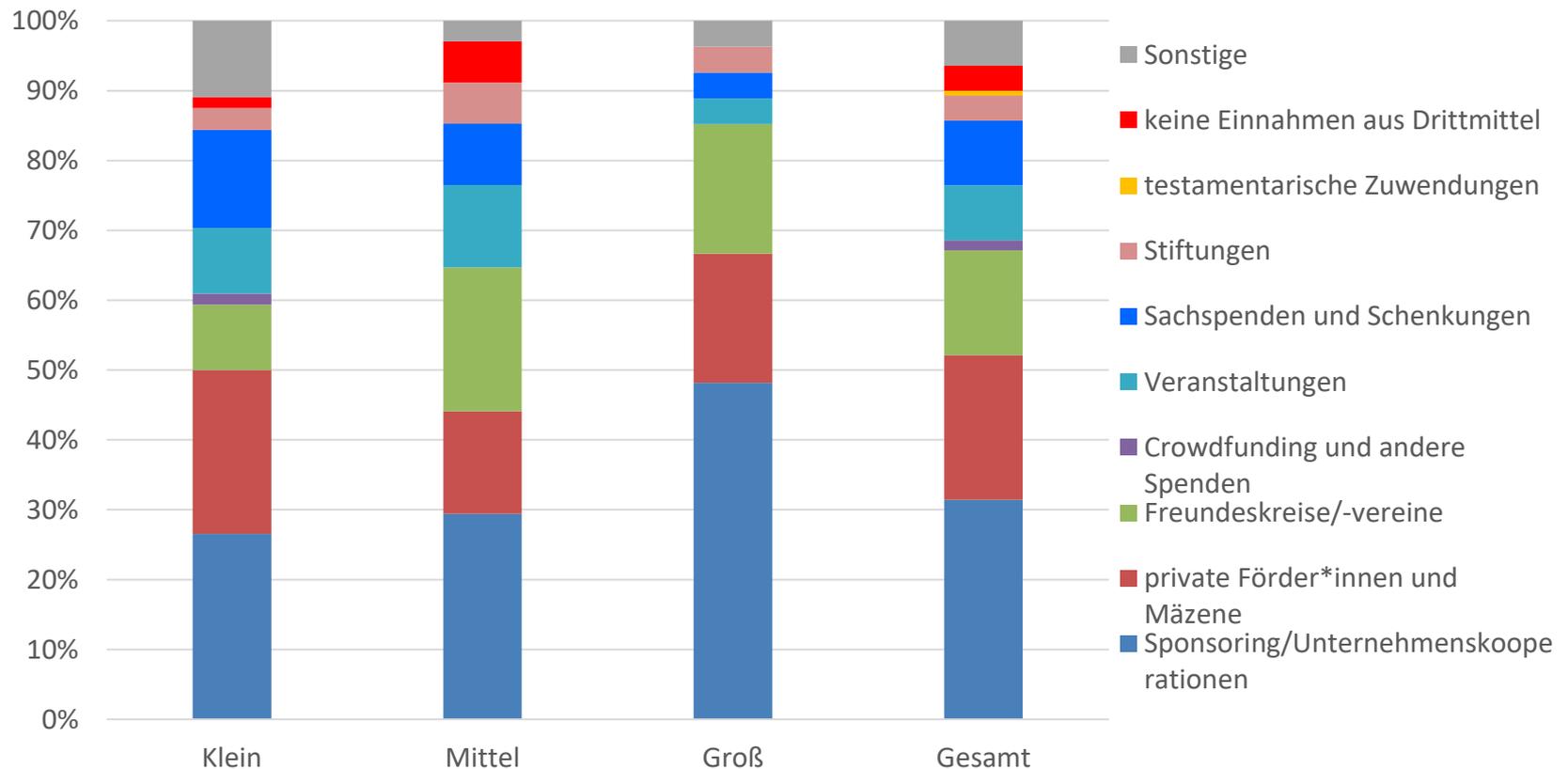
WIE HOCH SIND DERZEIT IHRE DRITTMITTEL IM VERHÄLTNIS ZU DEN GESAMTEINNAHMEN? (NACH GRÖSSE)



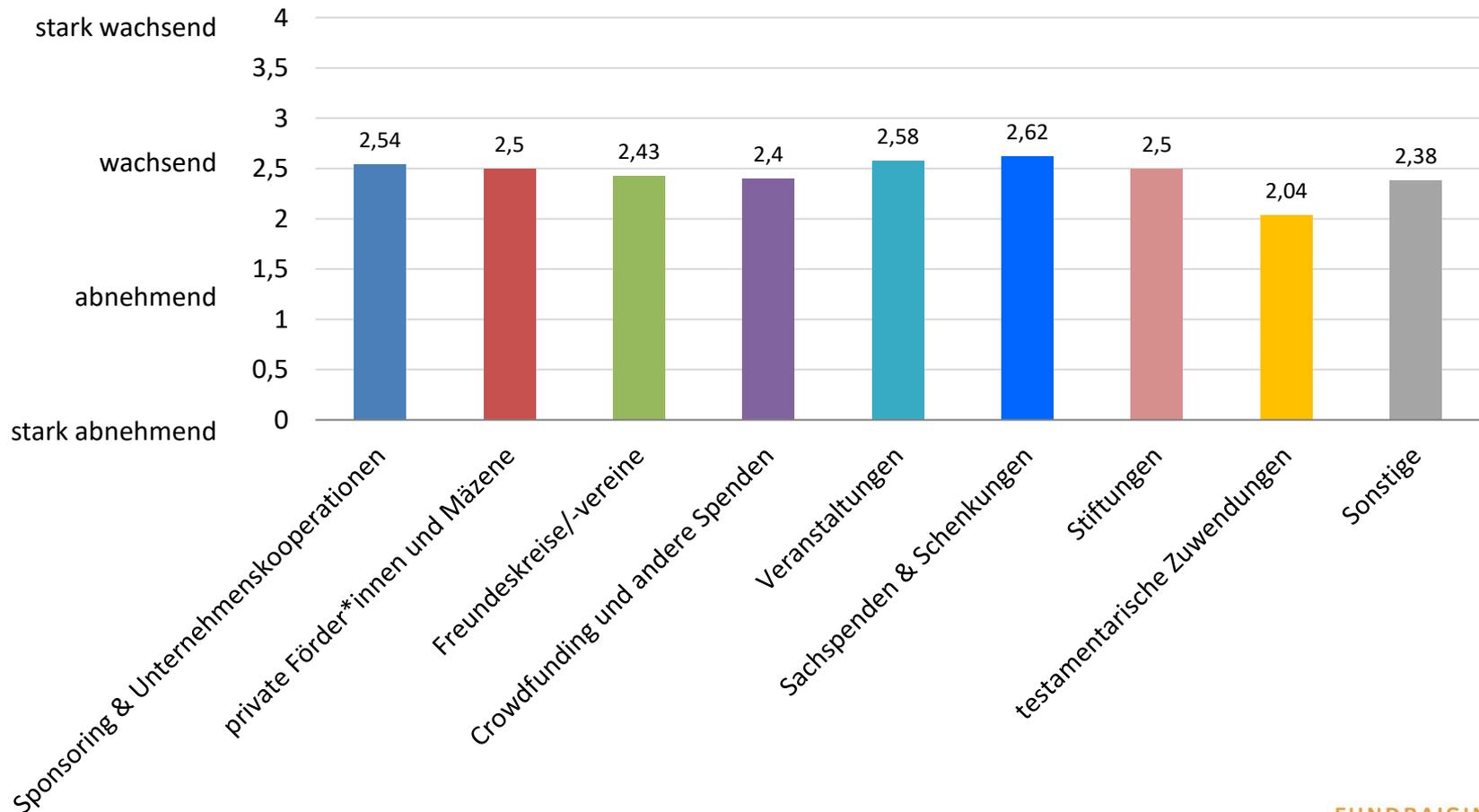
WELCHE BEREICHE MACHEN DEN GRÖSSTEN TEIL IHRER EINNAHMEN AUS DRITTMITTELN AUS? (BIS ZU 3 ANTWORTEN)



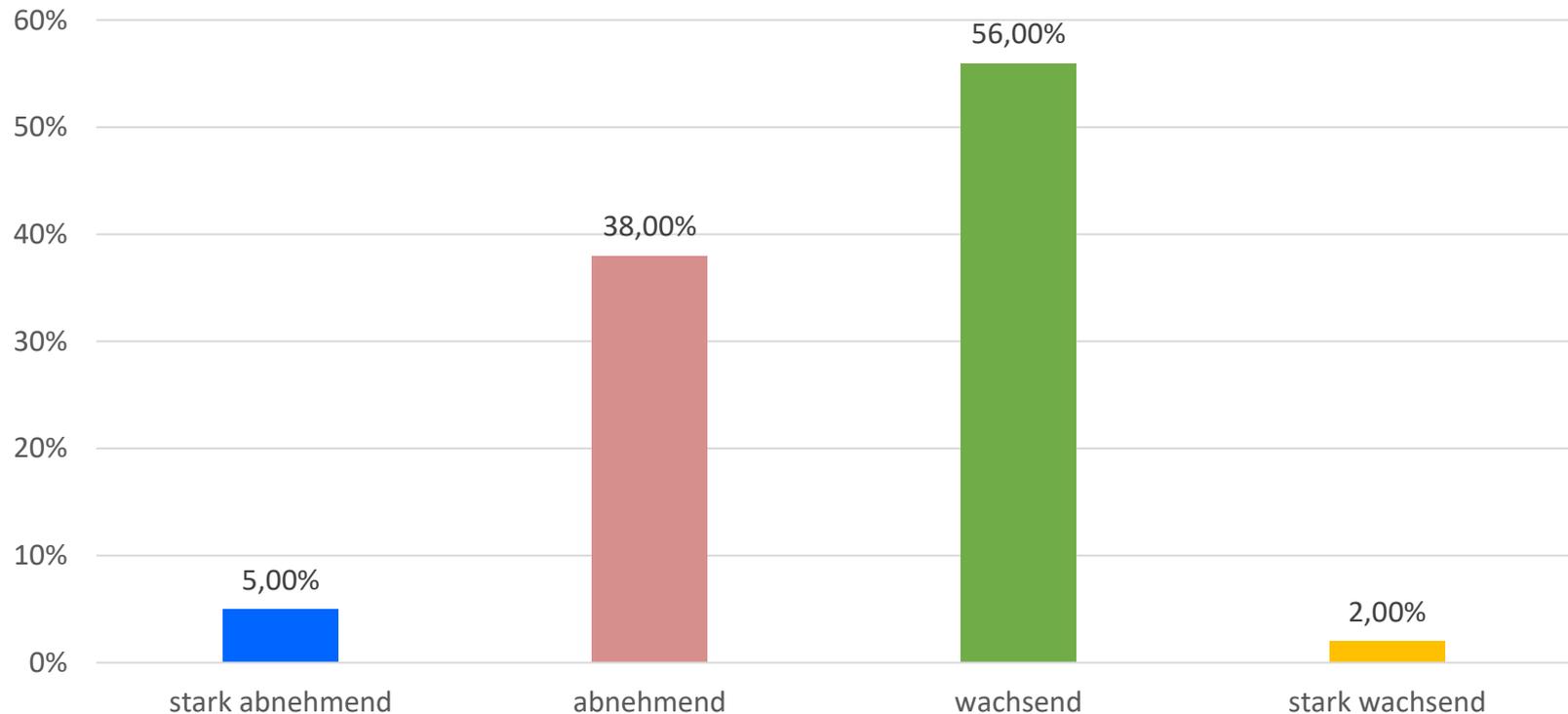
WELCHE EINNAHMEN MACHEN DEN GRÖSSTEN TEIL IHRER DRITTMITTEL AUS? (NACH GRÖSSE)



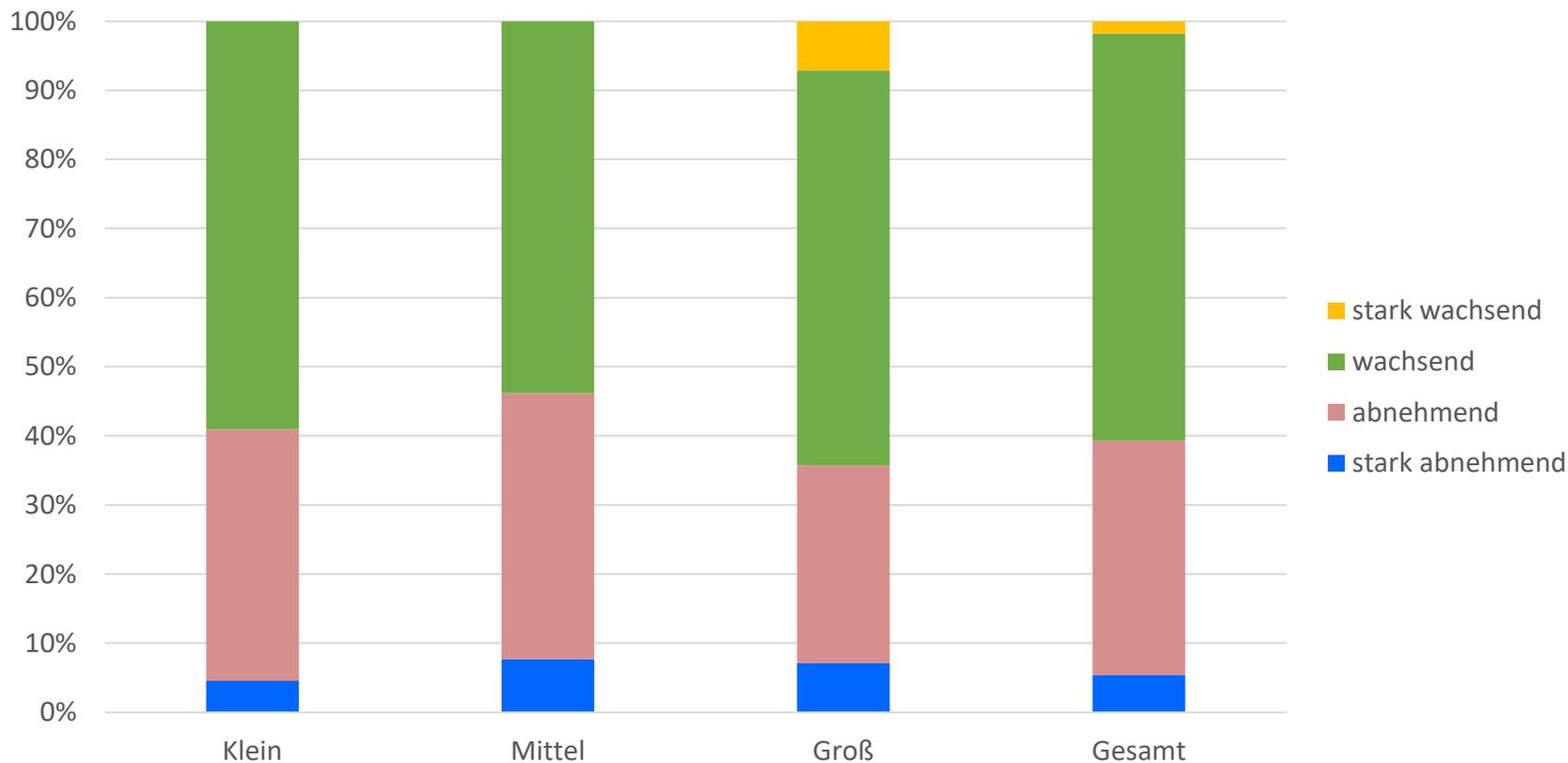
WIE SCHÄTZEN SIE IN IHRER EINRICHTUNG DAS POTENZIAL IN DEN NÄCHSTEN 3 JAHREN FÜR FOLGENDE EINNAHMENBEREICHE EIN?



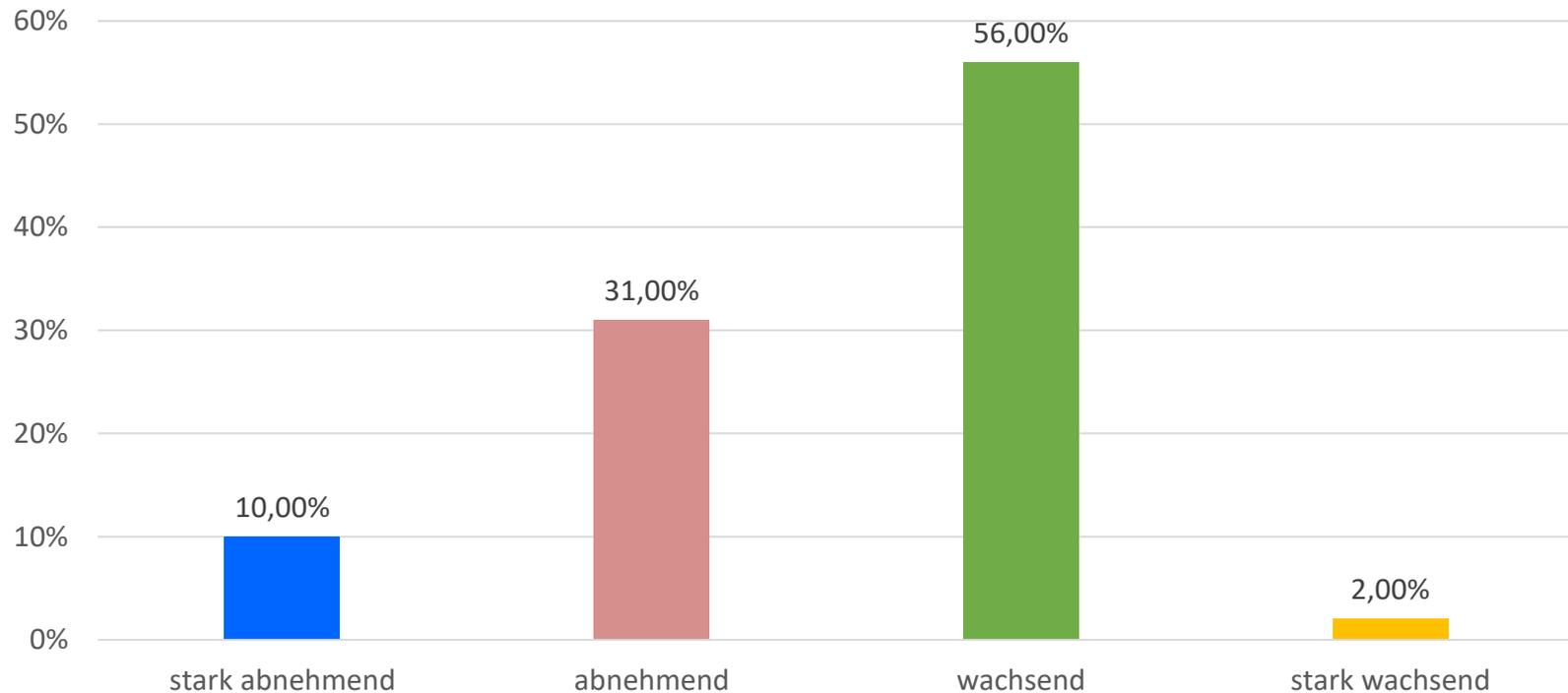
EINNAHMEN AUS SPONSORING ODER KOOPERATIONEN



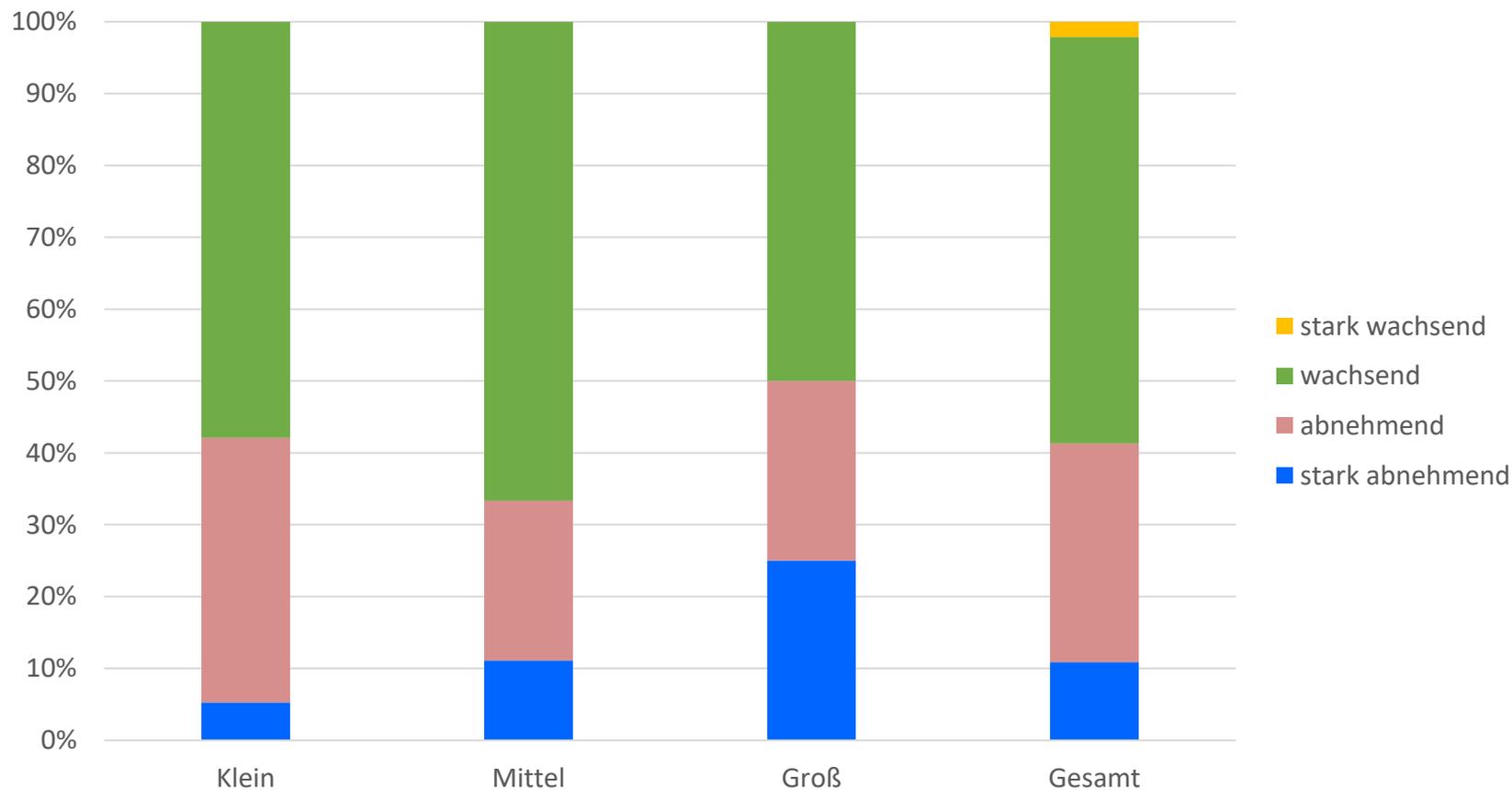
EINNAHMEN AUS SPONSORING ODER KOOPERATIONEN (NACH GRÖSSE)



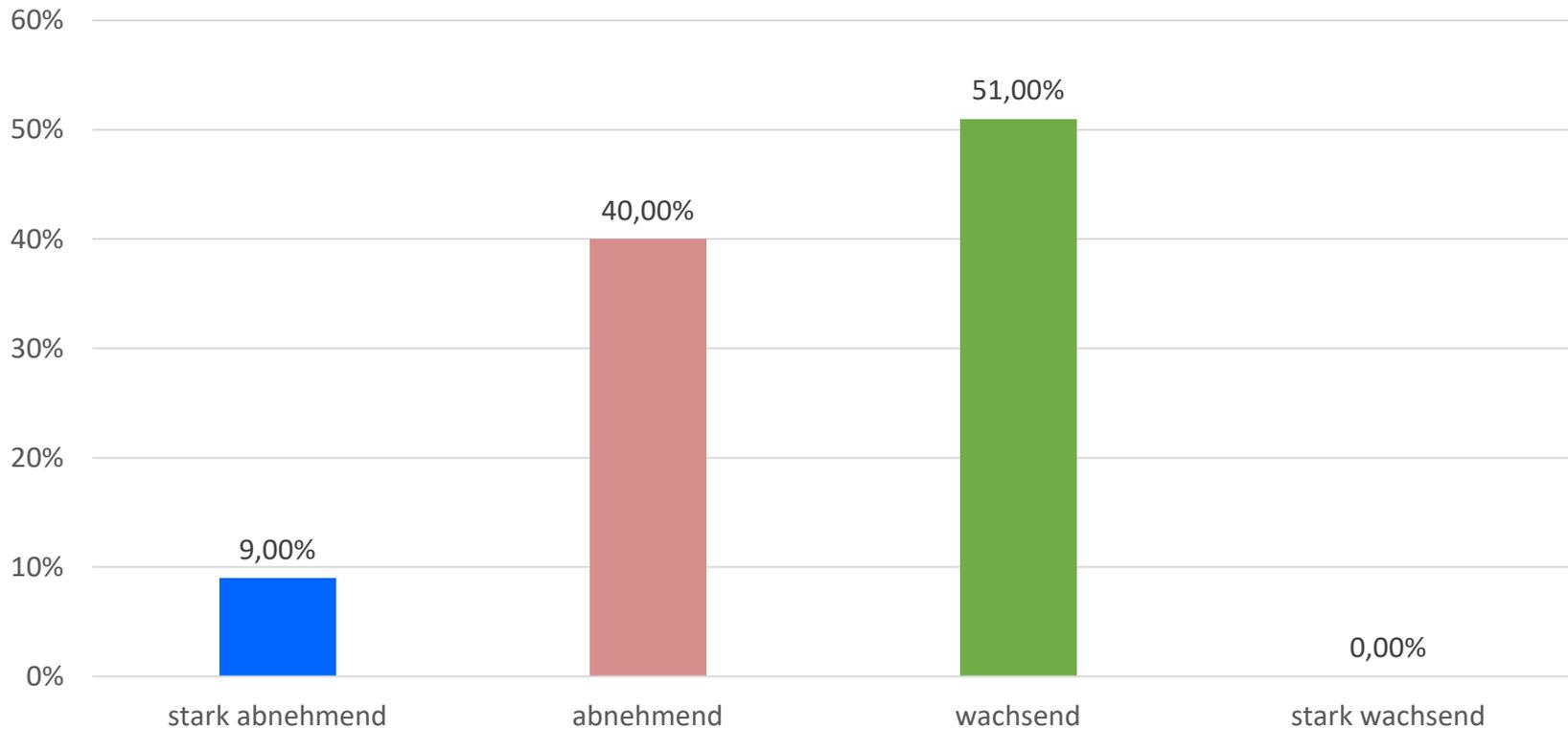
EINNAHMEN ÜBER PRIVATE FÖRDER*INNEN



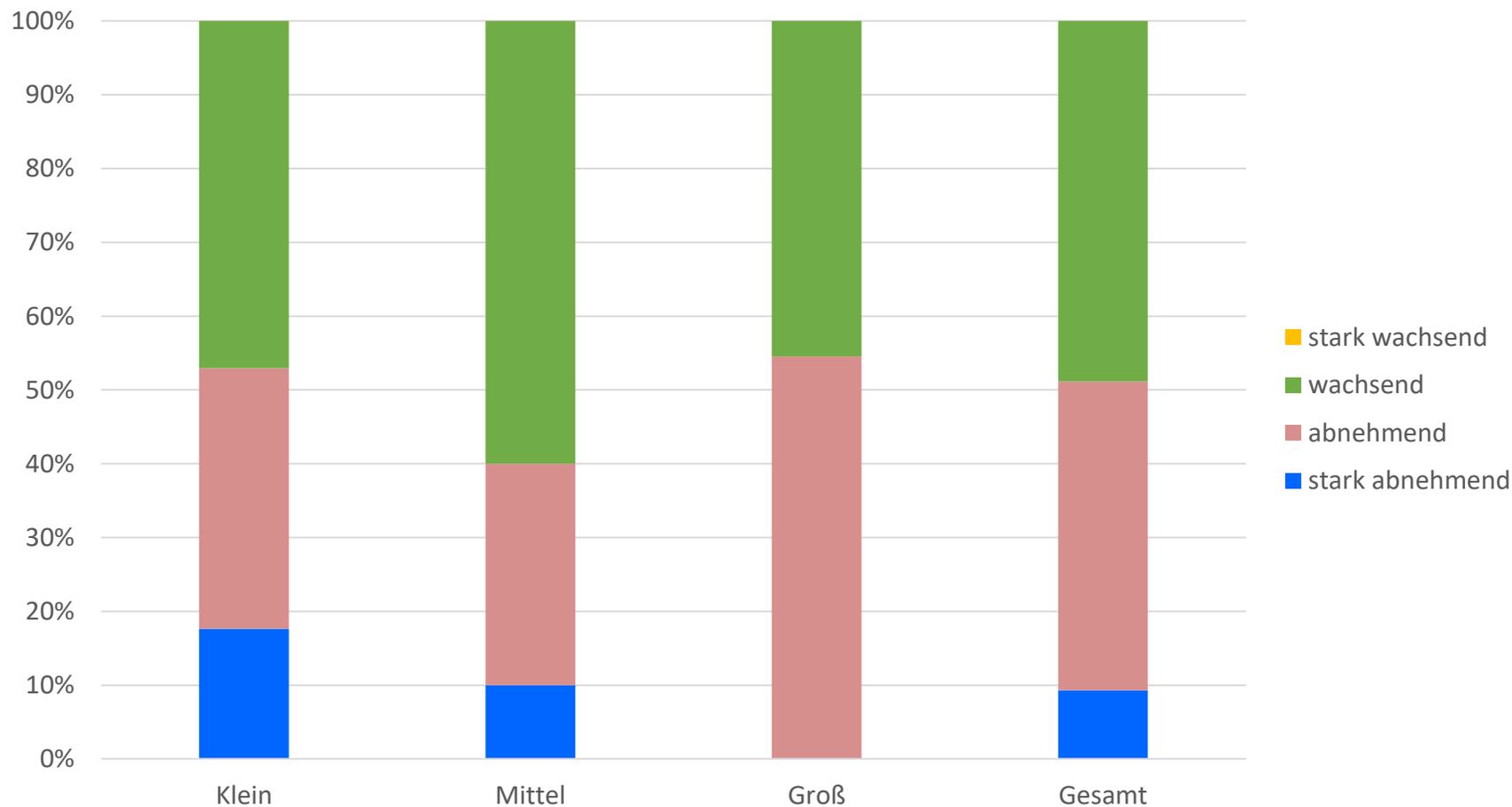
EINNAHMEN ÜBER PRIVATE FÖRDER*INNEN (NACH GRÖSSE)



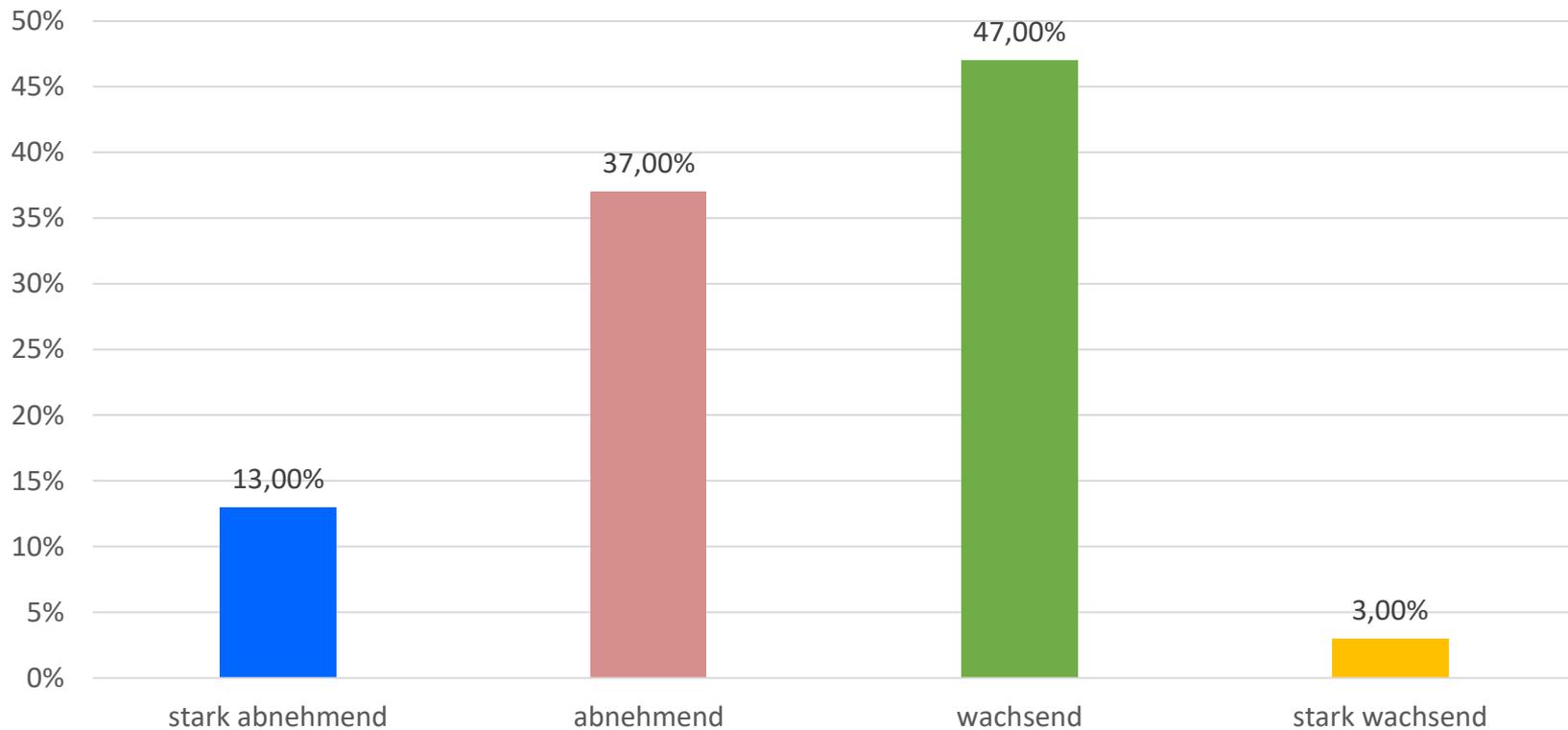
EINNAHMEN ÜBER FREUNDESKREISE



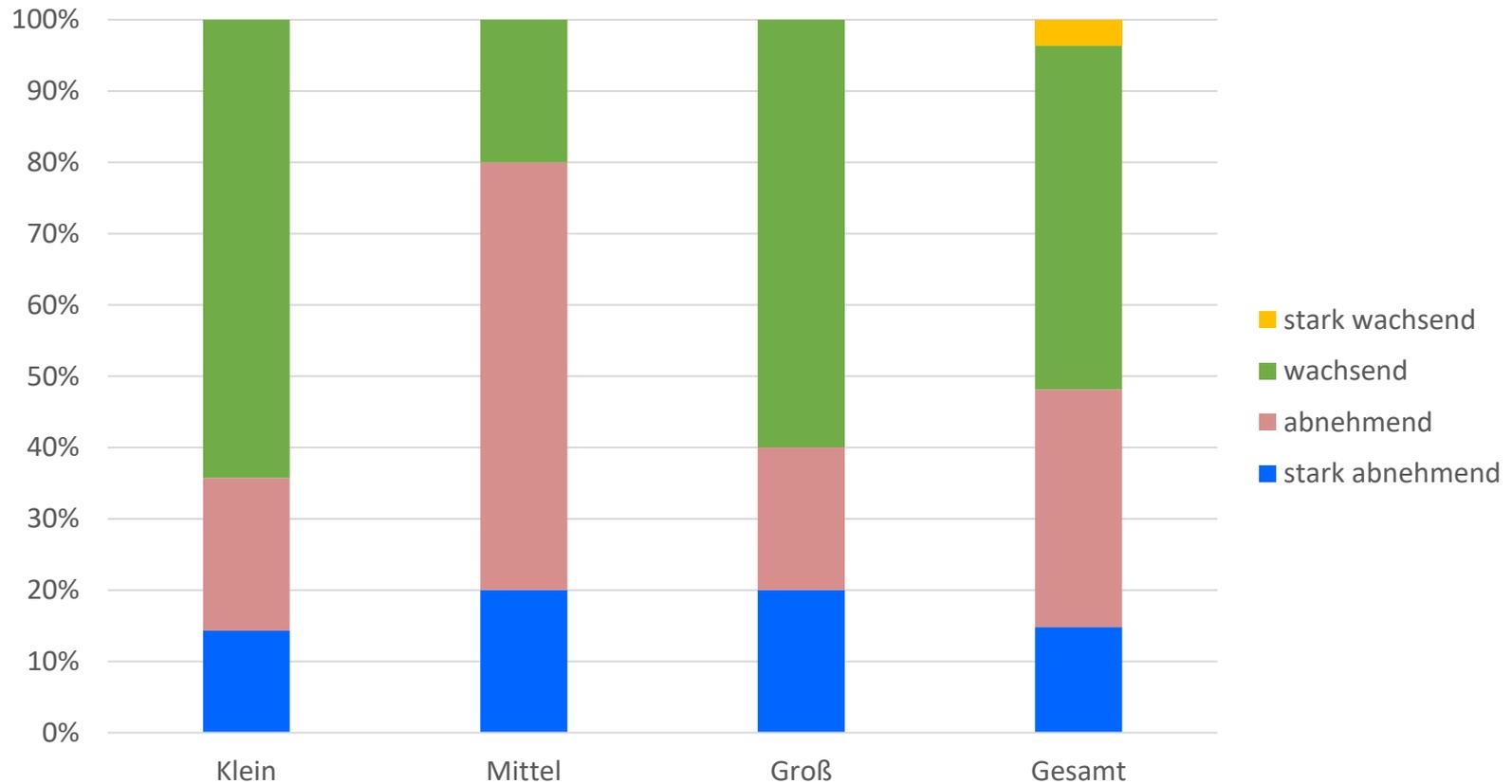
EINNAHMEN ÜBER FREUNDESKREISE (NACH GRÖSSE)



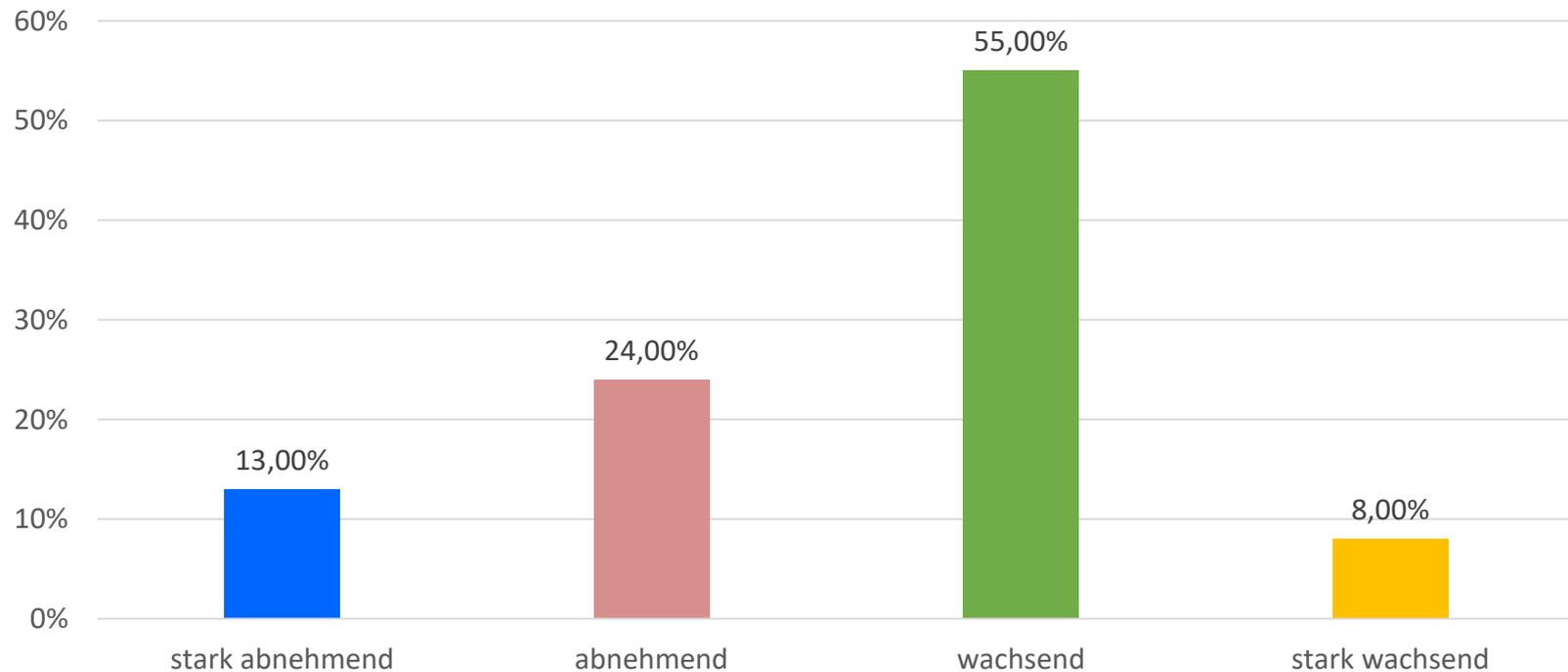
EINNAHMEN ÜBER CROWDFUNDING UND ANDERE SPENDEN



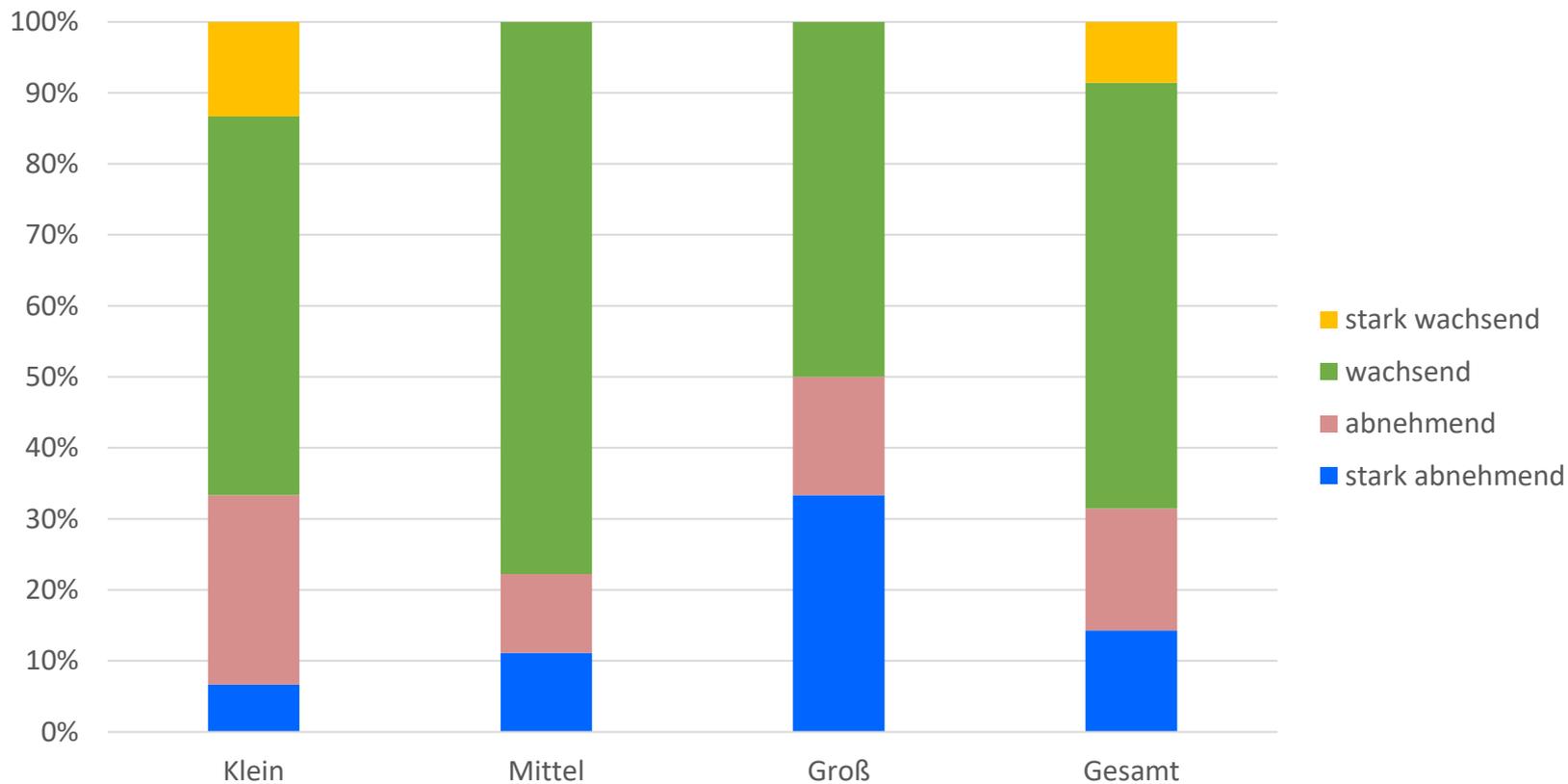
EINNAHMEN ÜBER CROWDFUNDING UND ANDERE SPENDEN (NACH GRÖSSE)



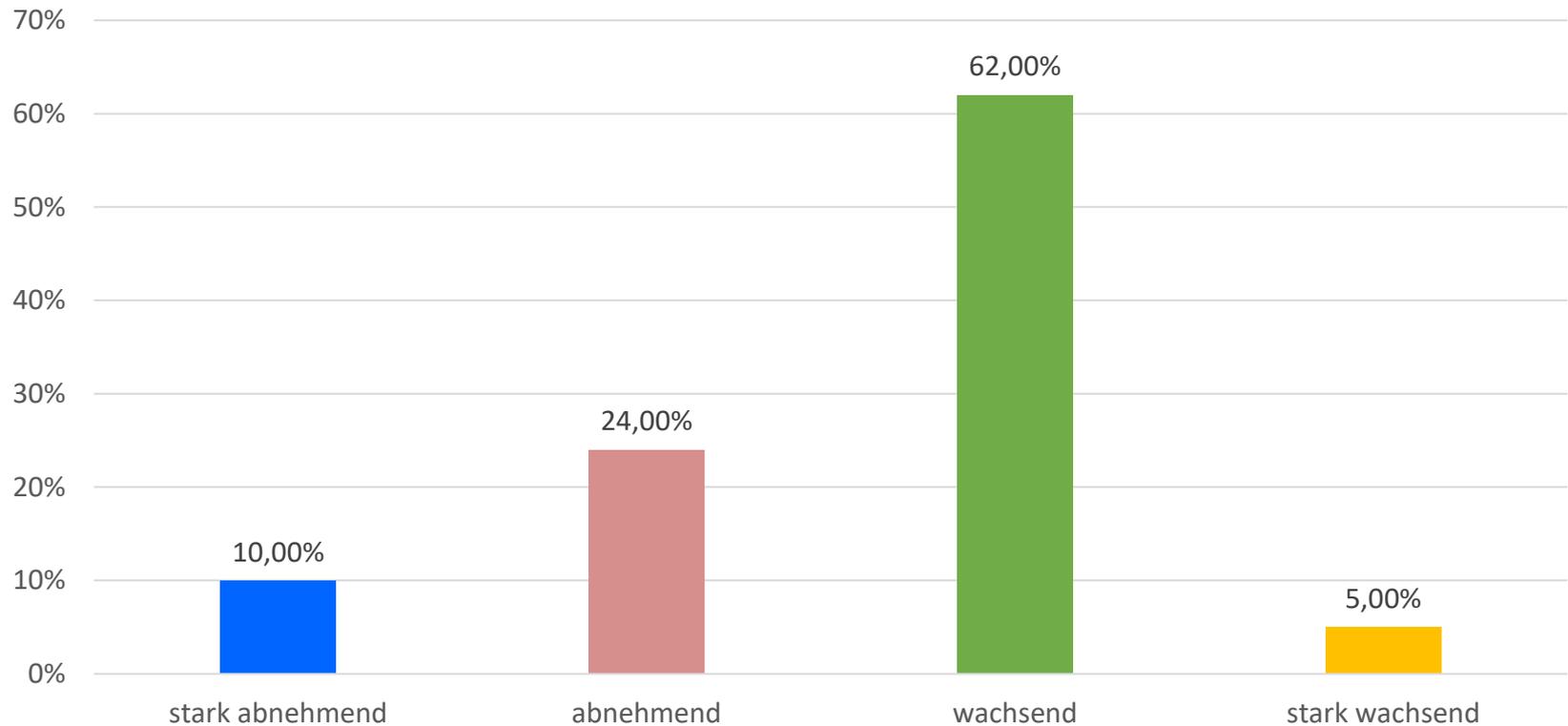
EINNAHMEN ÜBER VERANSTALTUNGEN



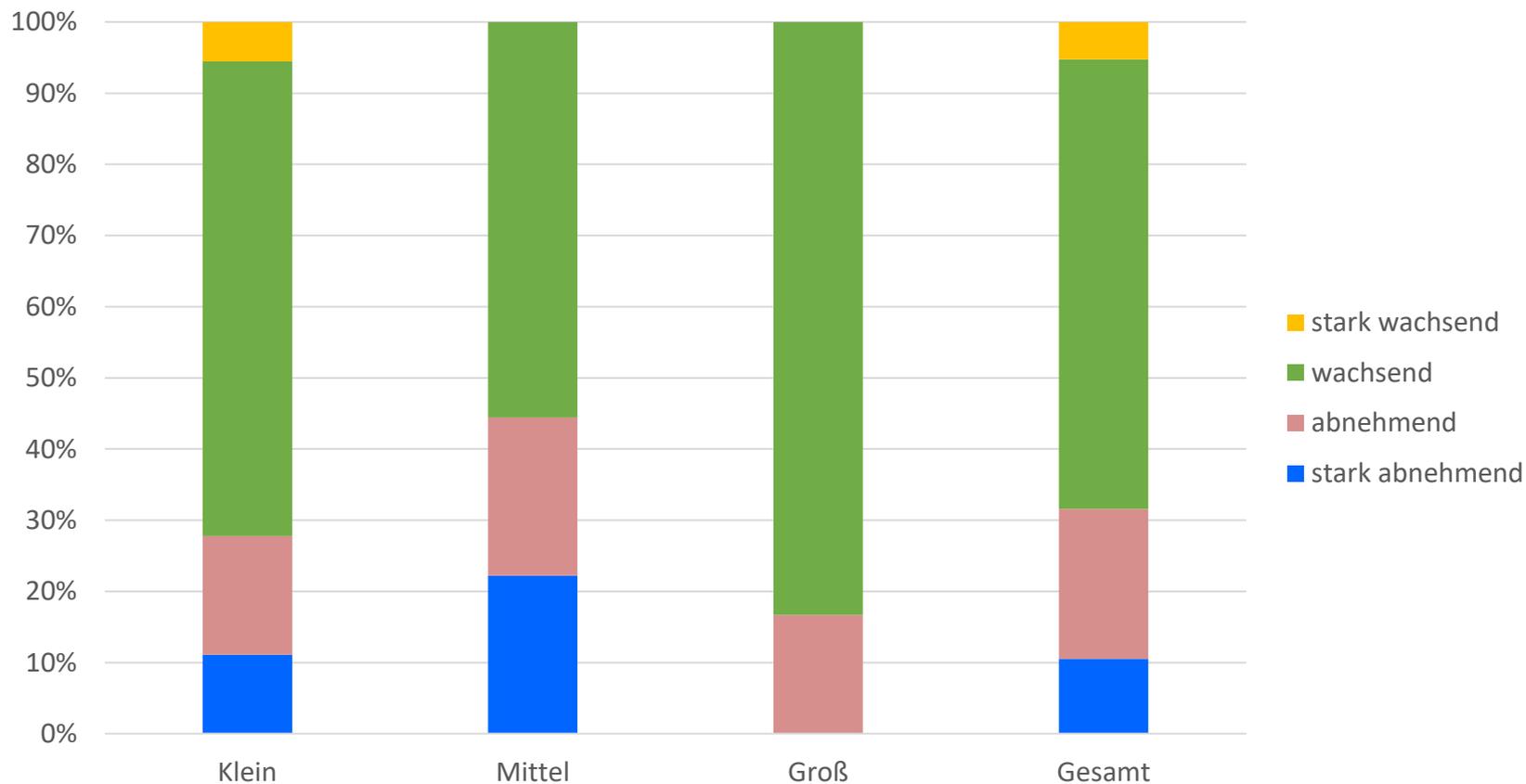
EINNAHMEN ÜBER VERANSTALTUNGEN (NACH GRÖSSE)



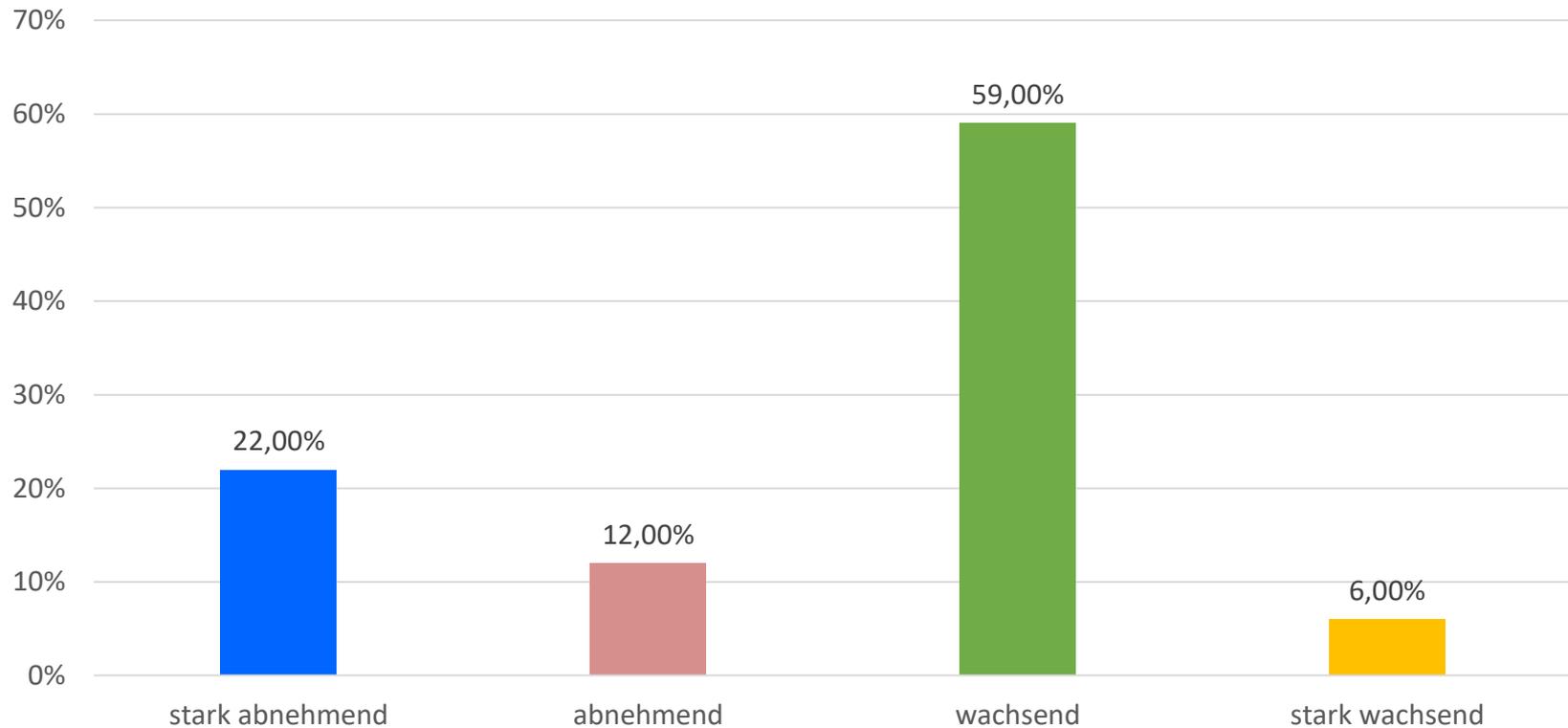
EINNAHMEN ÜBER SACHSPENDEN UND SCHENKUNGEN



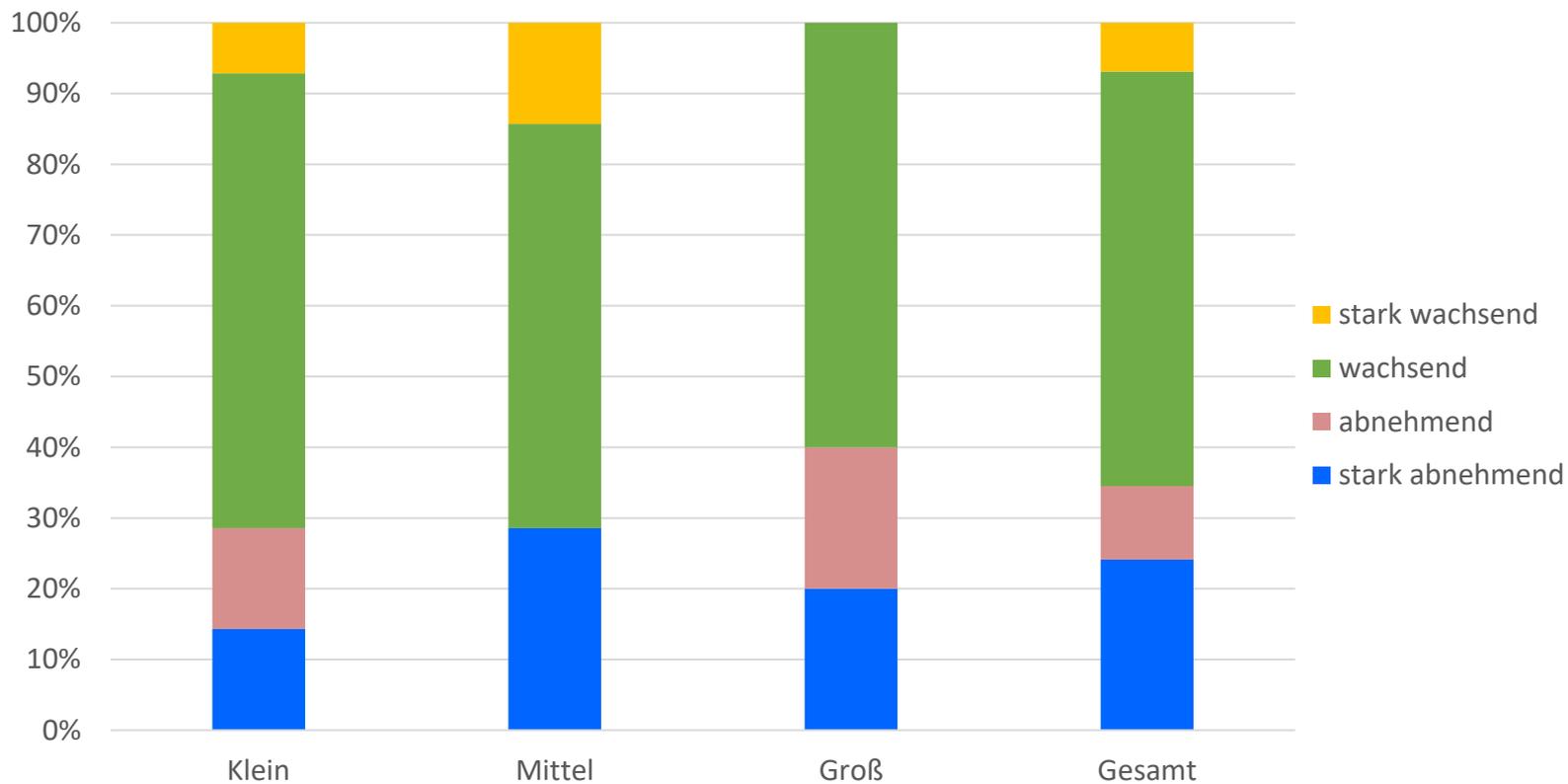
EINNAHMEN ÜBER SACHSPENDEN UND SCHENKUNGEN (NACH GRÖSSE)



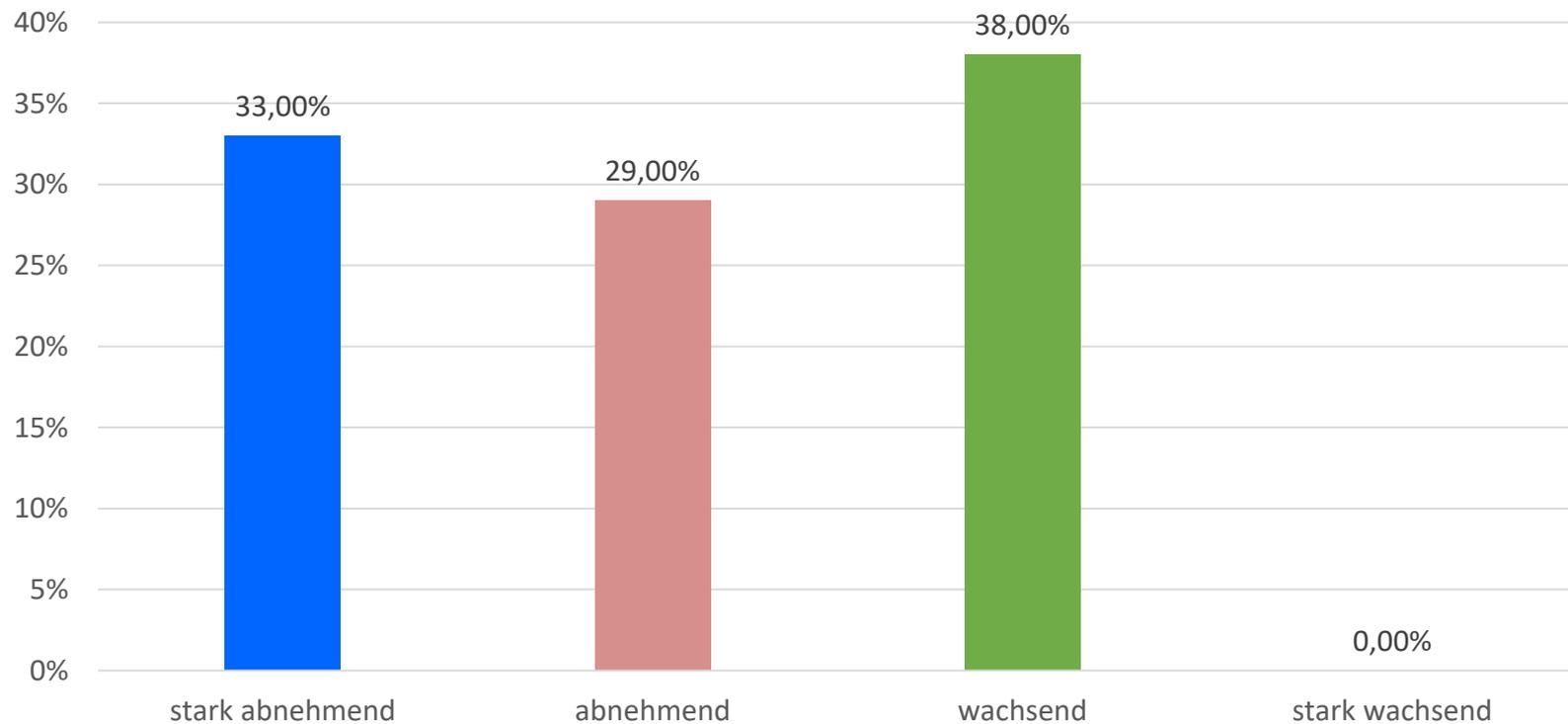
EINNAHMEN ÜBER STIFTUNGEN



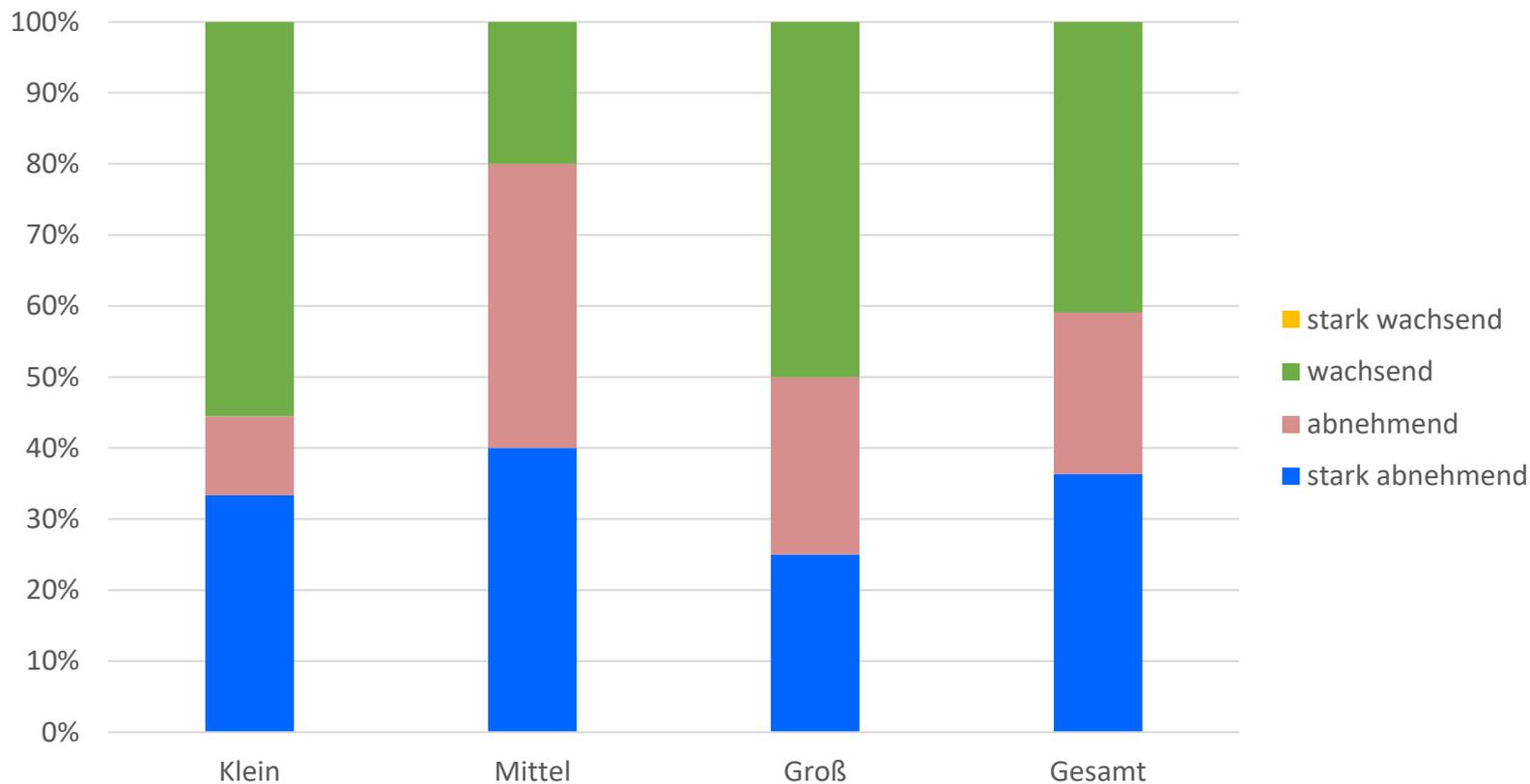
EINNAHMEN ÜBER STIFTUNGEN (NACH GRÖSSE)



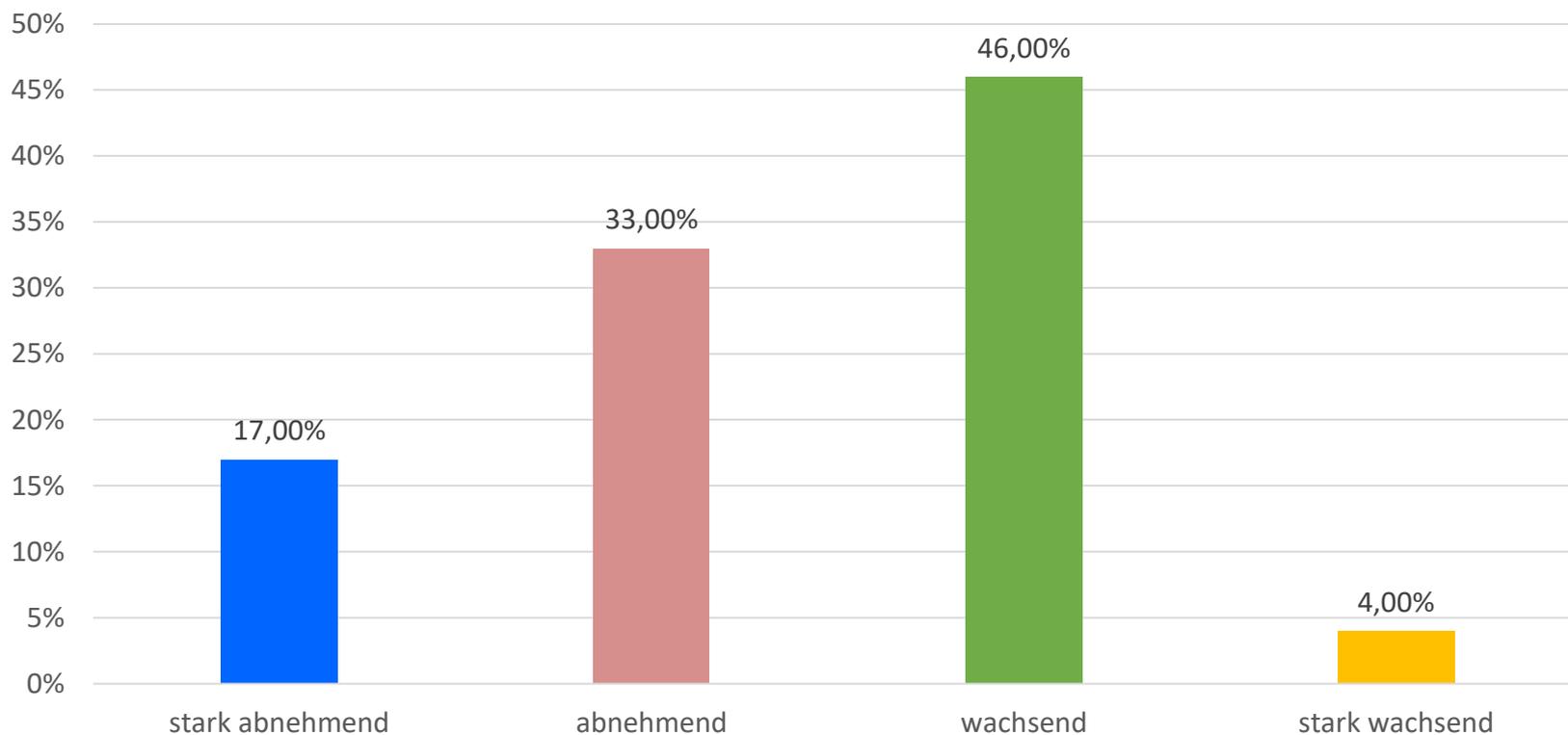
EINNAHMEN ÜBER TESTAMENTARISCHE ZUWENDUNGEN



EINNAHMEN ÜBER TESTAMENTARISCHE ZUWENDUNGEN (NACH GRÖSSE)

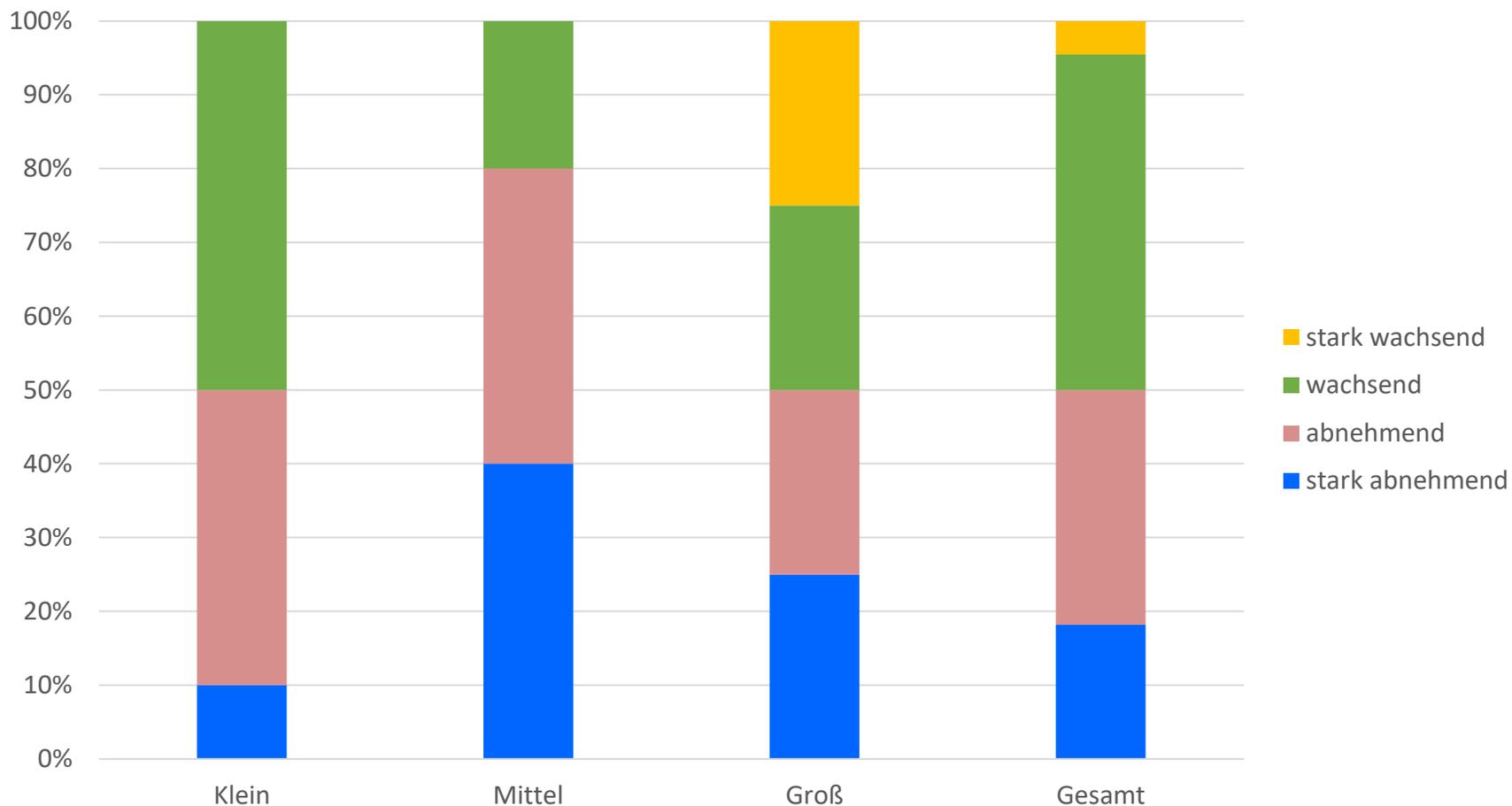


SONSTIGE DRITTMITTEL-EINNAHMEN

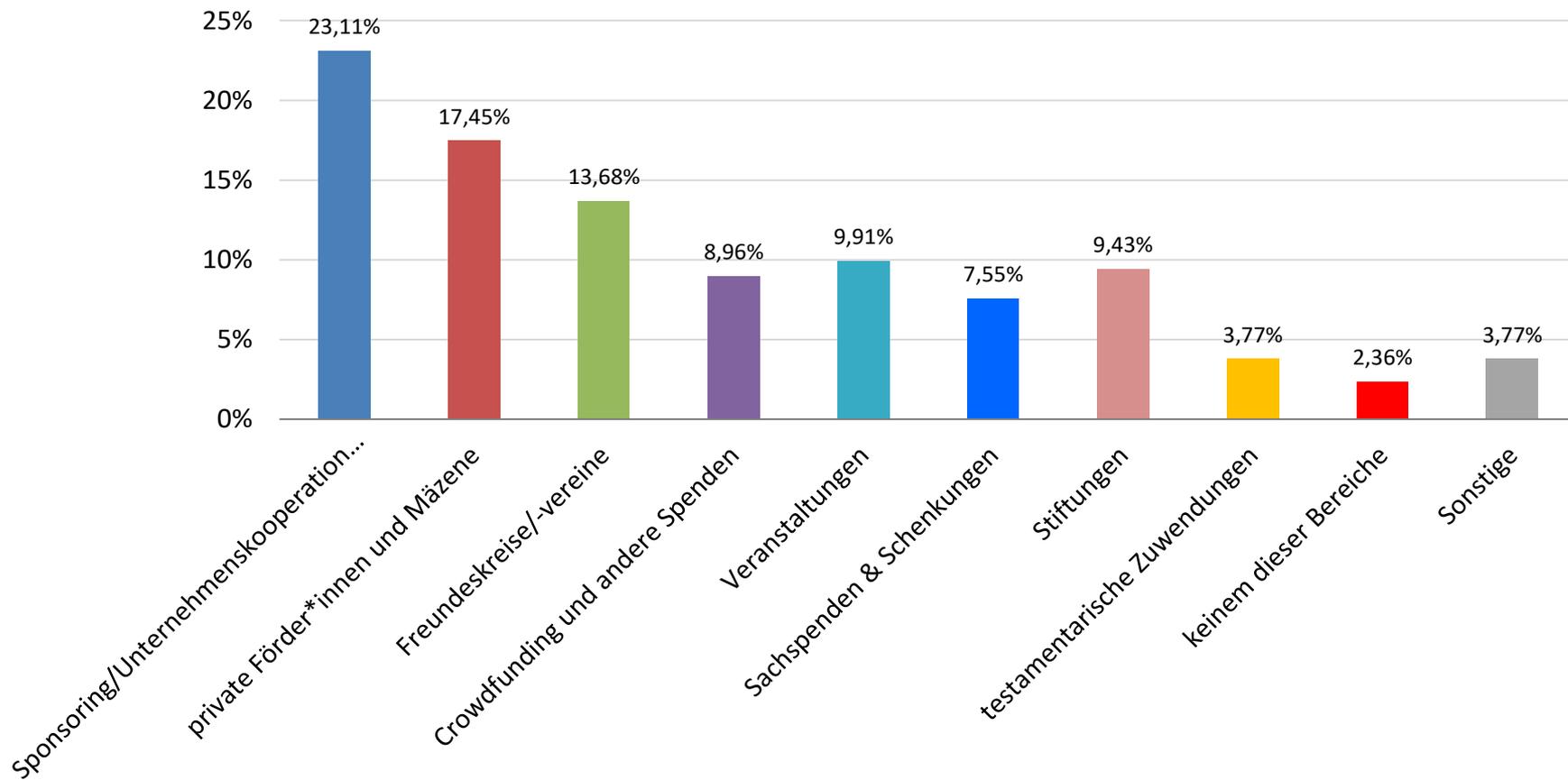


Mittelwert : 2.391 | Confidence Interval @ 95% : [2.049 - 2.734] | Standard Deviation : 0.839 | Standard Error : 0.175

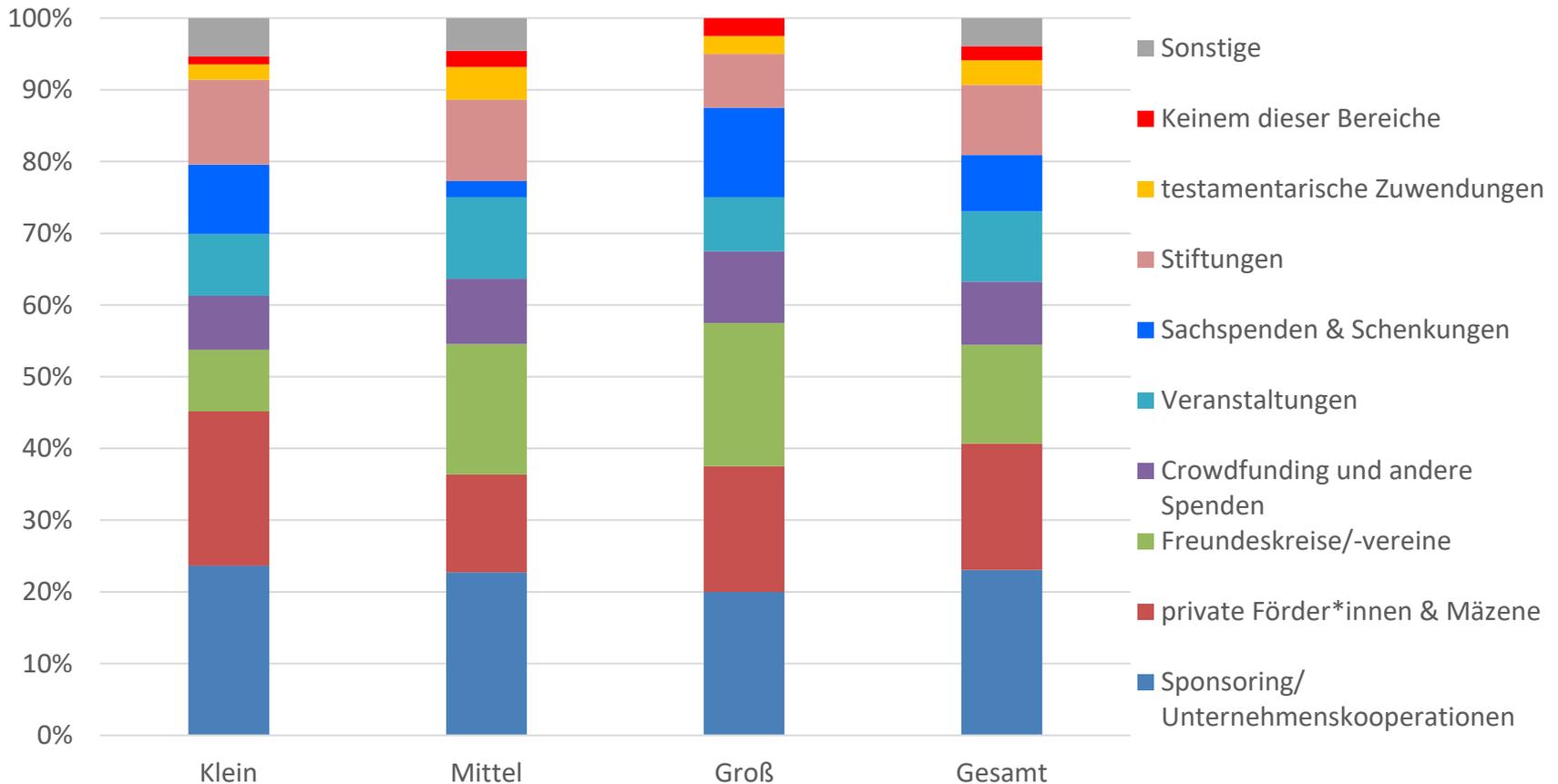
SONSTIGE DRITTMITTEL-EINNAHMEN (NACH GRÖSSE)



WELCHEM EINNAHMEN-BEREICH WOLLEN SIE SICH IN DEN NÄCHSTEN 3 JAHREN VERSTÄRKT WIDMEN (MEHRFACHNENNUNG MÖGLICH)

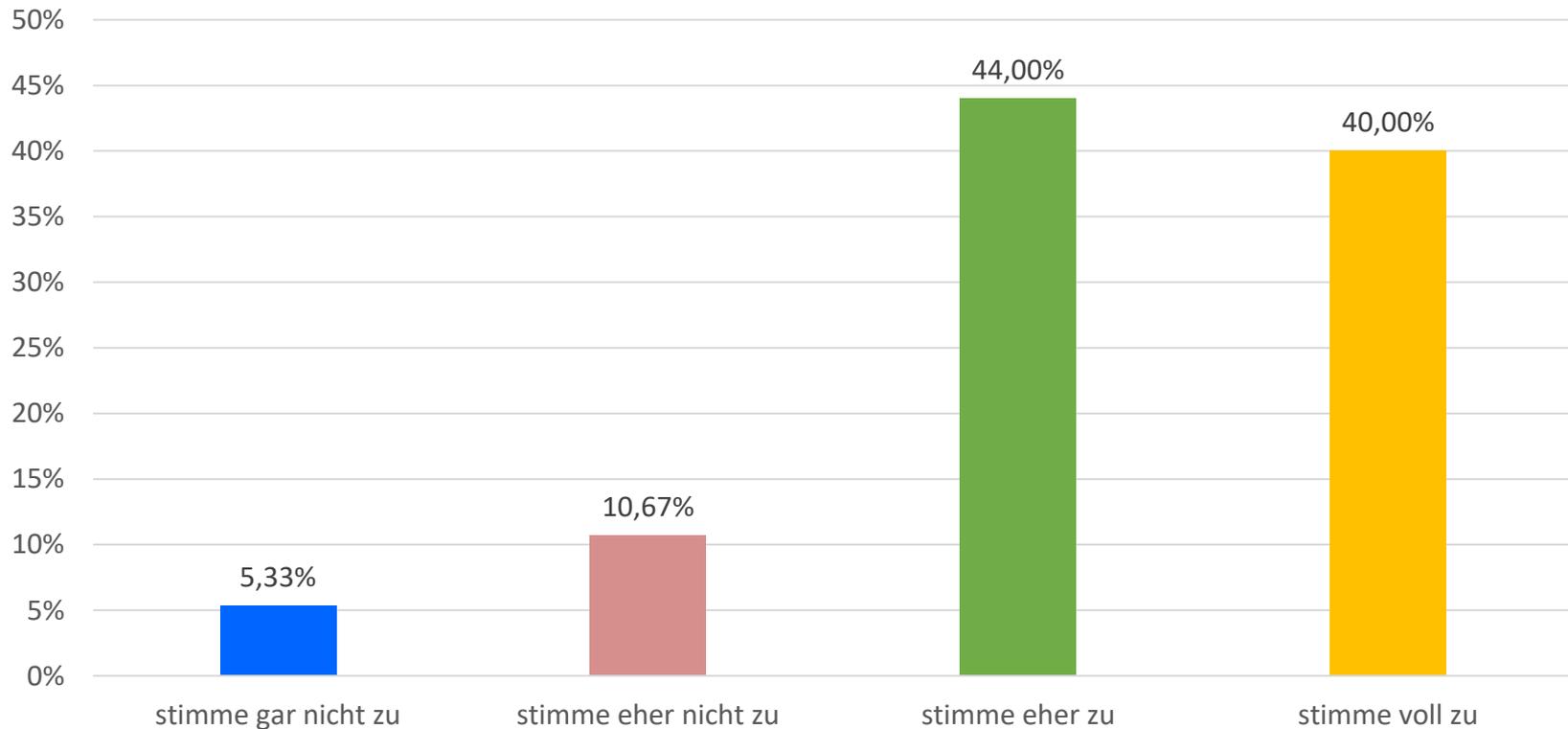


WELCHEM EINNAHMEN-BEREICH WOLLEN SIE SICH IN DEN NÄCHSTEN 3 JAHREN VERSTÄRKT WIDMEN (NACH GRÖSSE)



STIMMEN SIE DIESER AUSSAGE ZU:

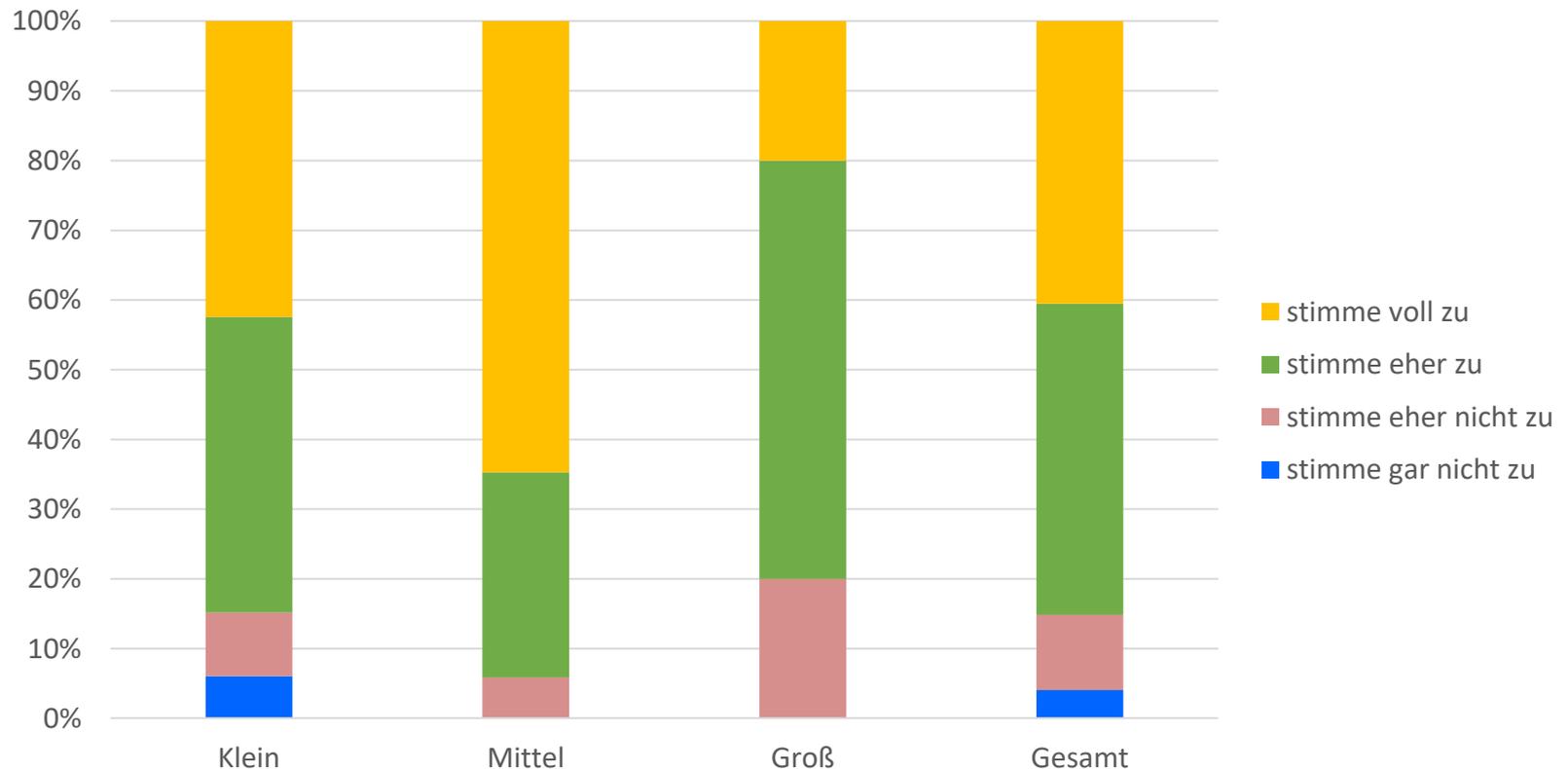
“SPONSOREN UND PRIVATE FÖRDERER KÖNNEN DIE WIRTSCHAFTLICHE UNABHÄNGIGKEIT MEINER KULTUREINRICHTUNG STÄRKEN.”



STIMMEN SIE DIESER AUSSAGE ZU:

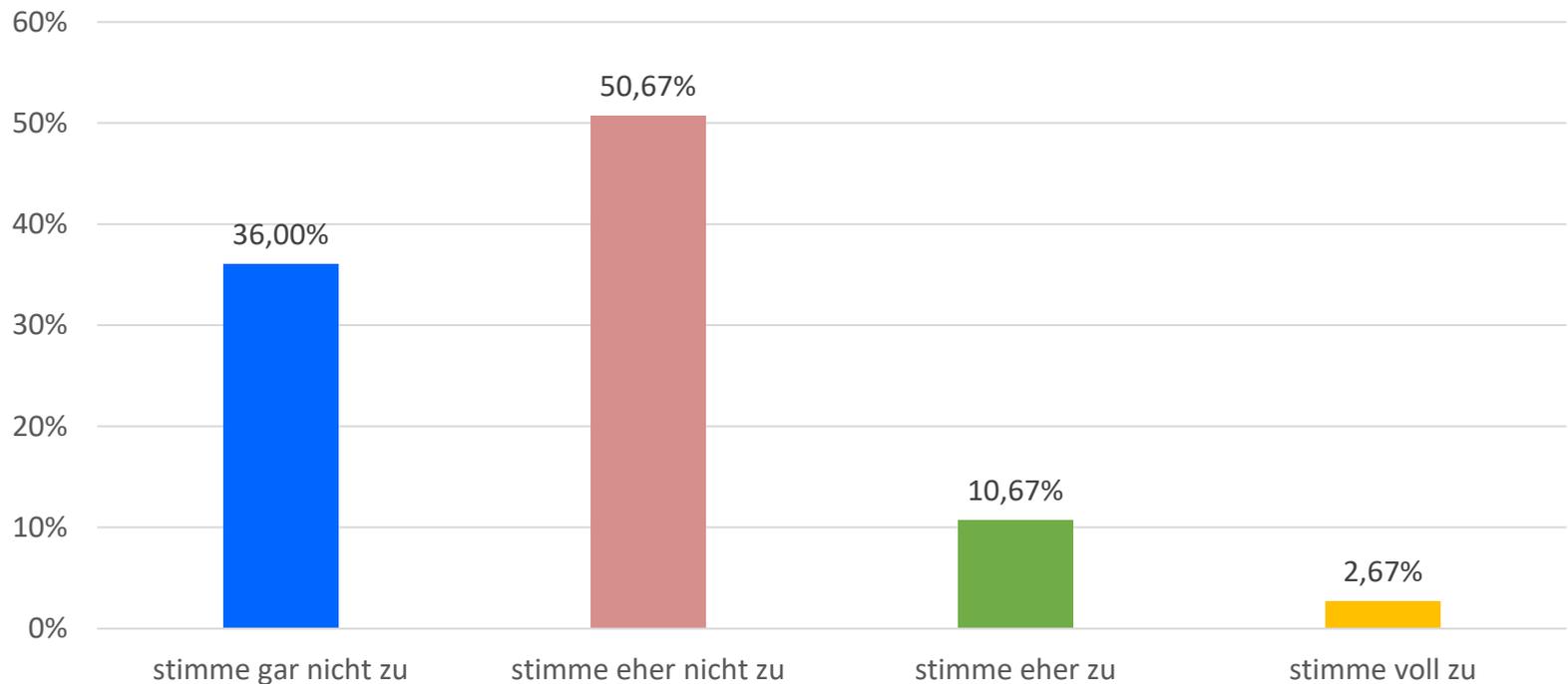
“SPONSOREN UND PRIVATE FÖRDERER KÖNNEN DIE WIRTSCHAFTLICHE UNABHÄNGIGKEIT MEINER KULTUREINRICHTUNG STÄRKEN.”

(NACH GRÖSSE)



STIMMEN SIE DIESER AUSSAGE ZU:

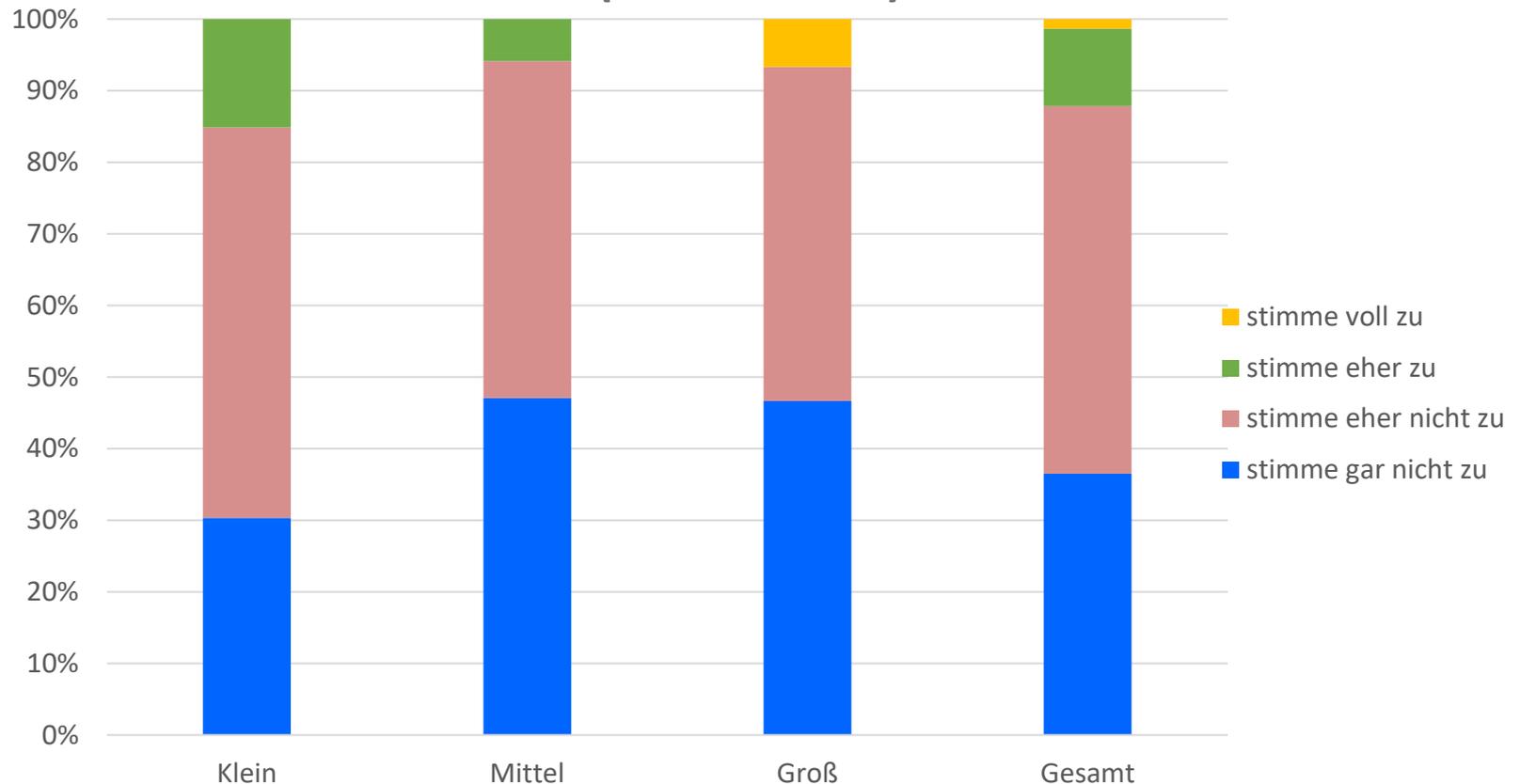
“SPONSOREN UND PRIVATE FÖRDER*INNEN KÖNNEN DIE KÜNSTLERISCHE FREIHEIT MEINER EINRICHTUNG GEFÄHRDEN/EINSCHRÄNKEN.”



STIMMEN SIE DIESER AUSSAGE ZU:

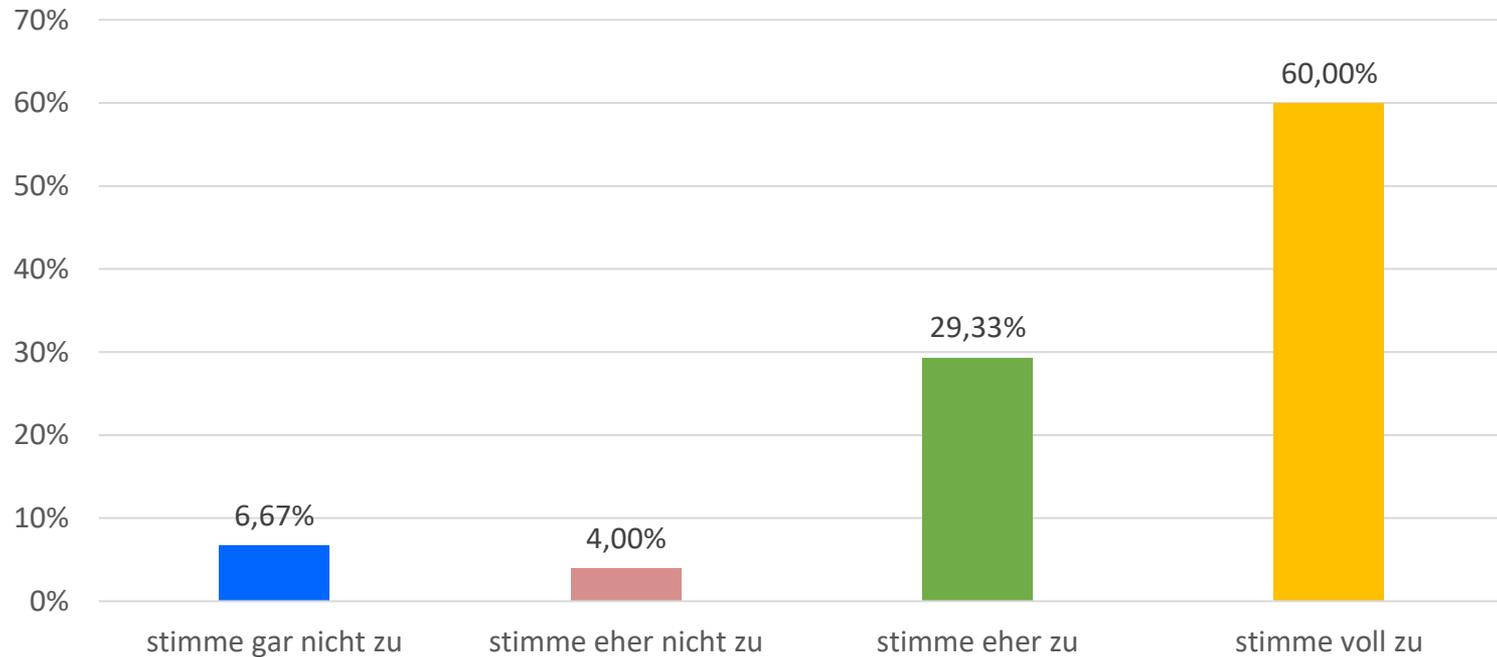
“SPONSOREN UND PRIVATE FÖRDER*INNEN KÖNNEN DIE KÜNSTLERISCHE FREIHEIT MEINER EINRICHTUNG GEFÄHRDEN/EINSCHRÄNKEN.”

(NACH GRÖSSE)



STIMMEN SIE DIESER AUSSAGE ZU:

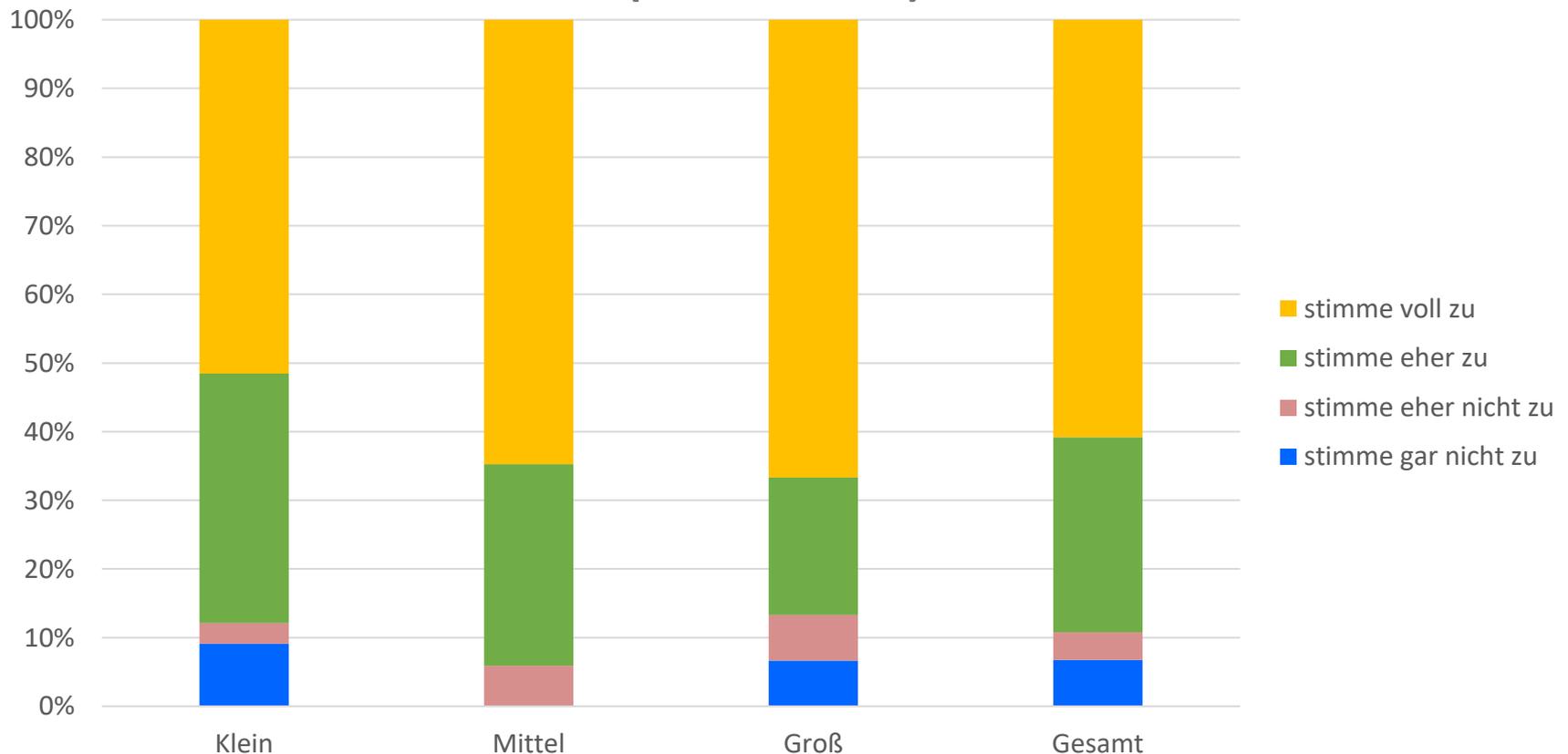
“ÜBER SPONSORING UND PRIVATEN FÖRDERUNGEN KÖNNEN WIR BESTIMMTE PROJEKTE UMSETZEN.”



STIMMEN SIE DIESER AUSSAGE ZU:

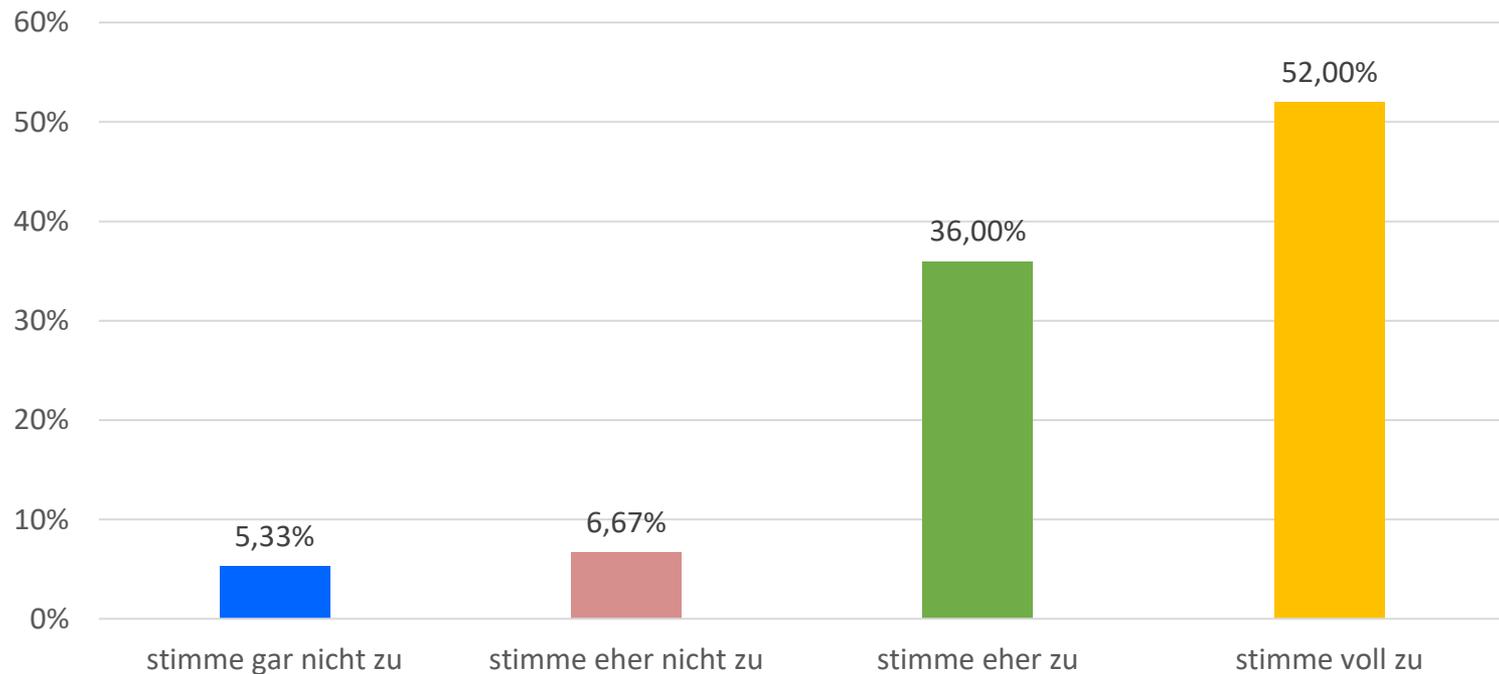
**“ÜBER SPONSORING UND PRIVATEN FÖRDERUNGEN KÖNNEN WIR
BESTIMMTE PROJEKTE UMSETZEN.”**

(NACH GRÖSSE)

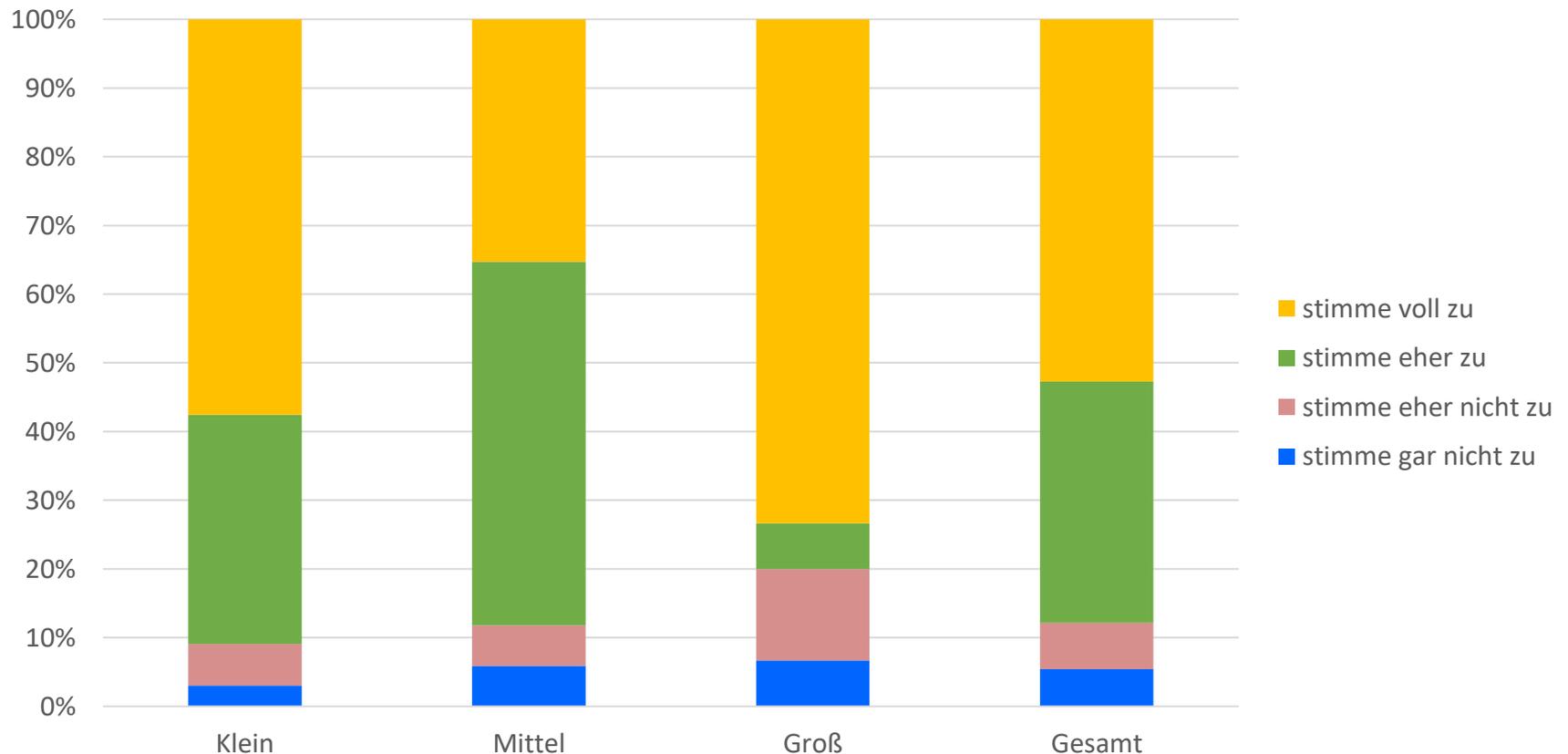


STIMMEN SIE DIESER AUSSAGE ZU:

“KOOPERATIONEN UND (PRIVATE) FÖRDERUNGEN SOLLEN VON KULTUREINRICHTUNGEN TRANSPARENT GEMACHT WERDEN.”

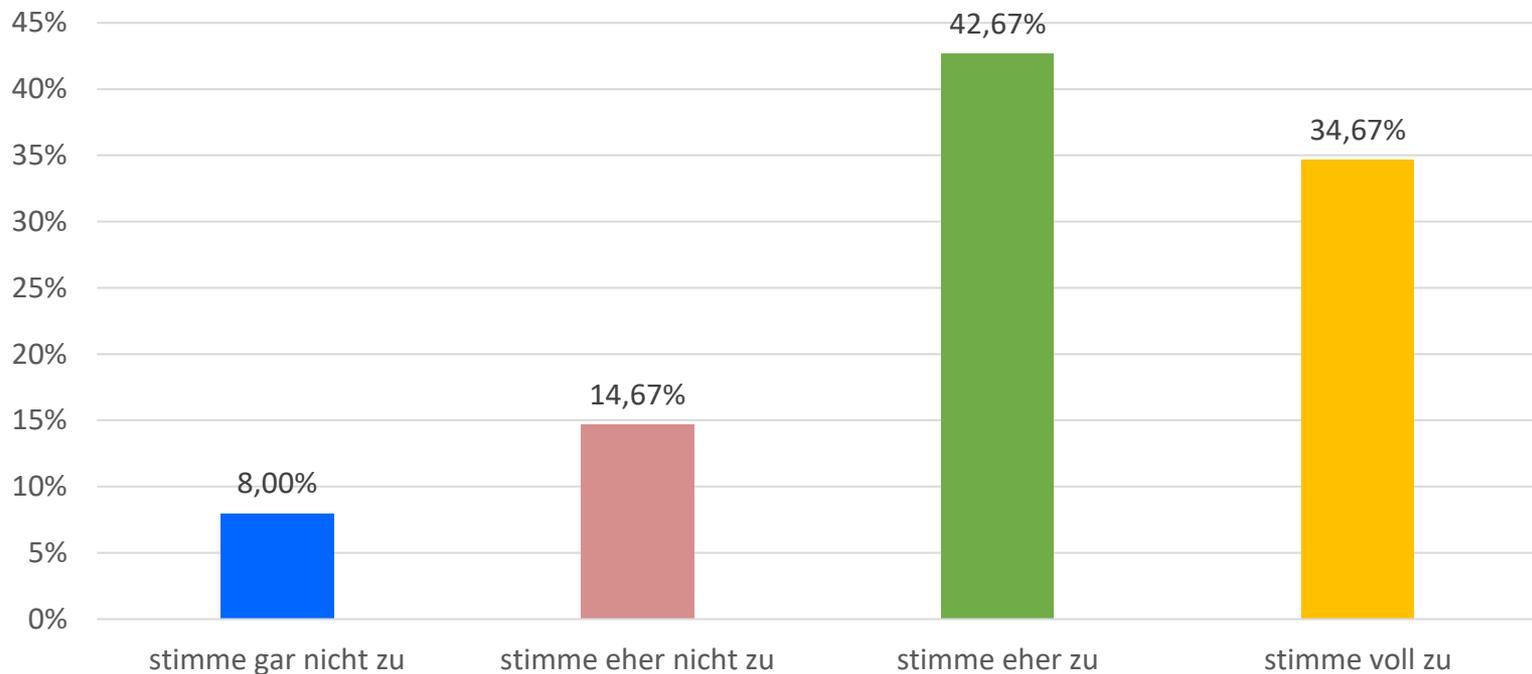


STIMMEN SIE DIESER AUSSAGE ZU:
“KOOPERATIONEN UND (PRIVATE) FÖRDERUNGEN SOLLEN VON KULTUREINRICHTUNGEN TRANSPARENT GEMACHT WERDEN.”
(NACH GRÖSSE)



STIMMEN SIE DIESER AUSSAGE ZU:

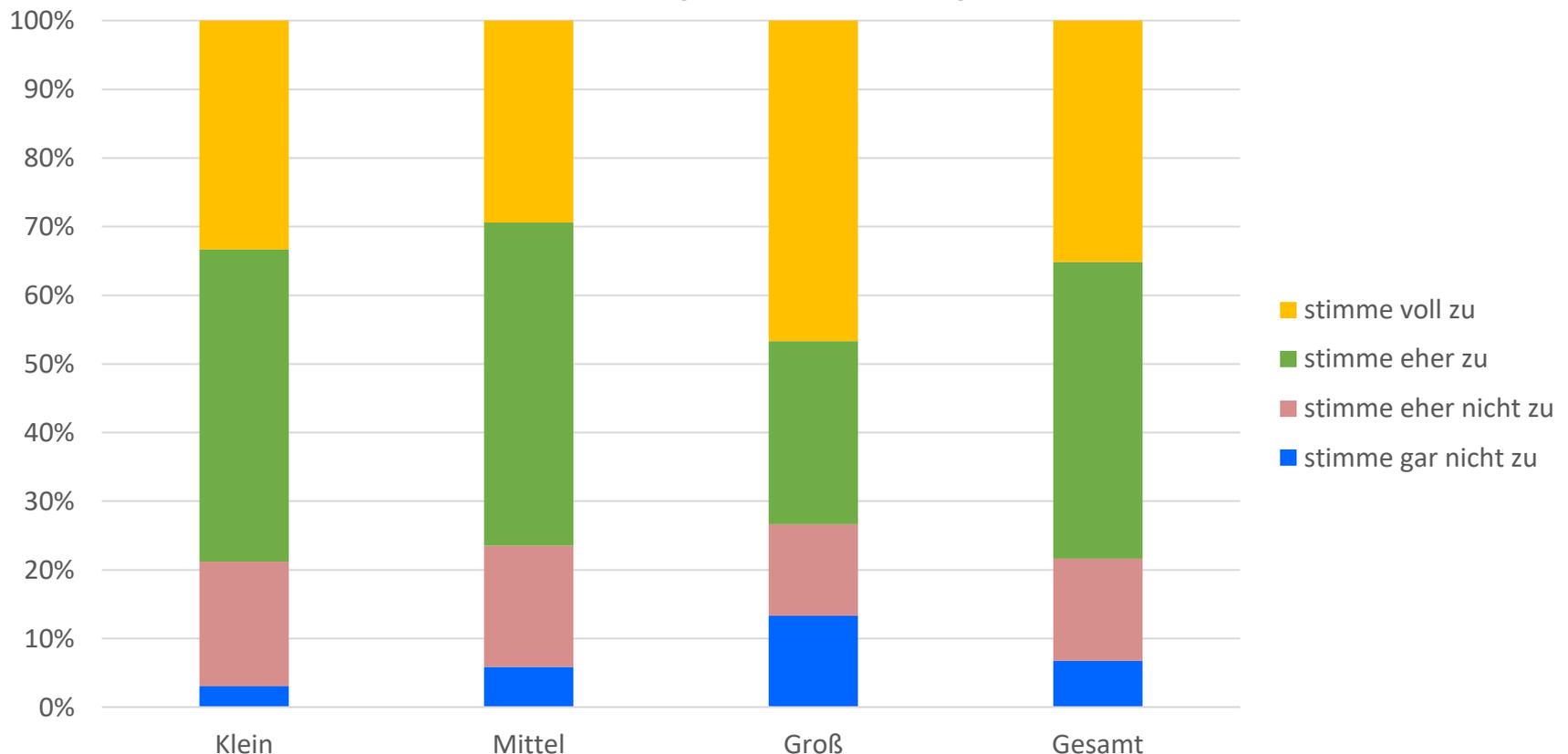
“ES IST HILFREICH, WENN ES FÜR KULTUREINRICHTUNGEN EINHEITLICHE STANDARDS FÜR DEN UMGANG MIT DRITTMITTELN GIBT.”



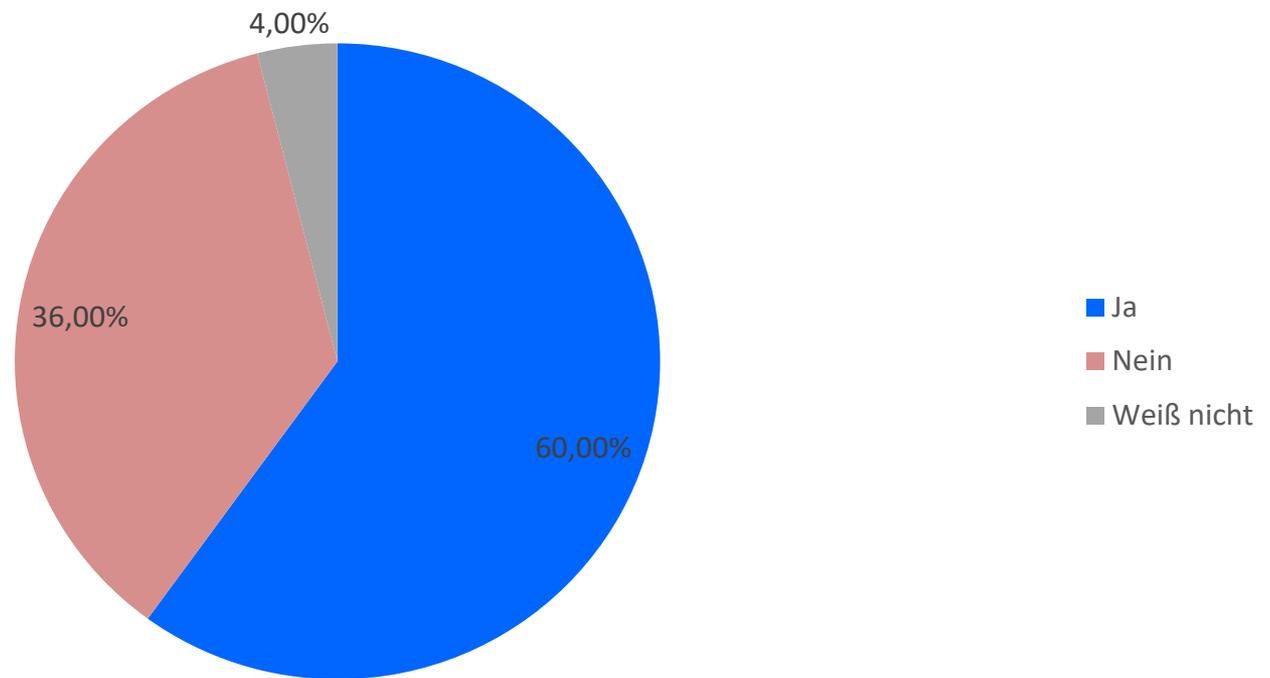
STIMMEN SIE DIESER AUSSAGE ZU:

“ES IST HILFREICH, WENN ES FÜR KULTUREINRICHTUNGEN EINHEITLICHE STANDARDS FÜR DEN UMGANG MIT DRITTMITTELN GIBT.”

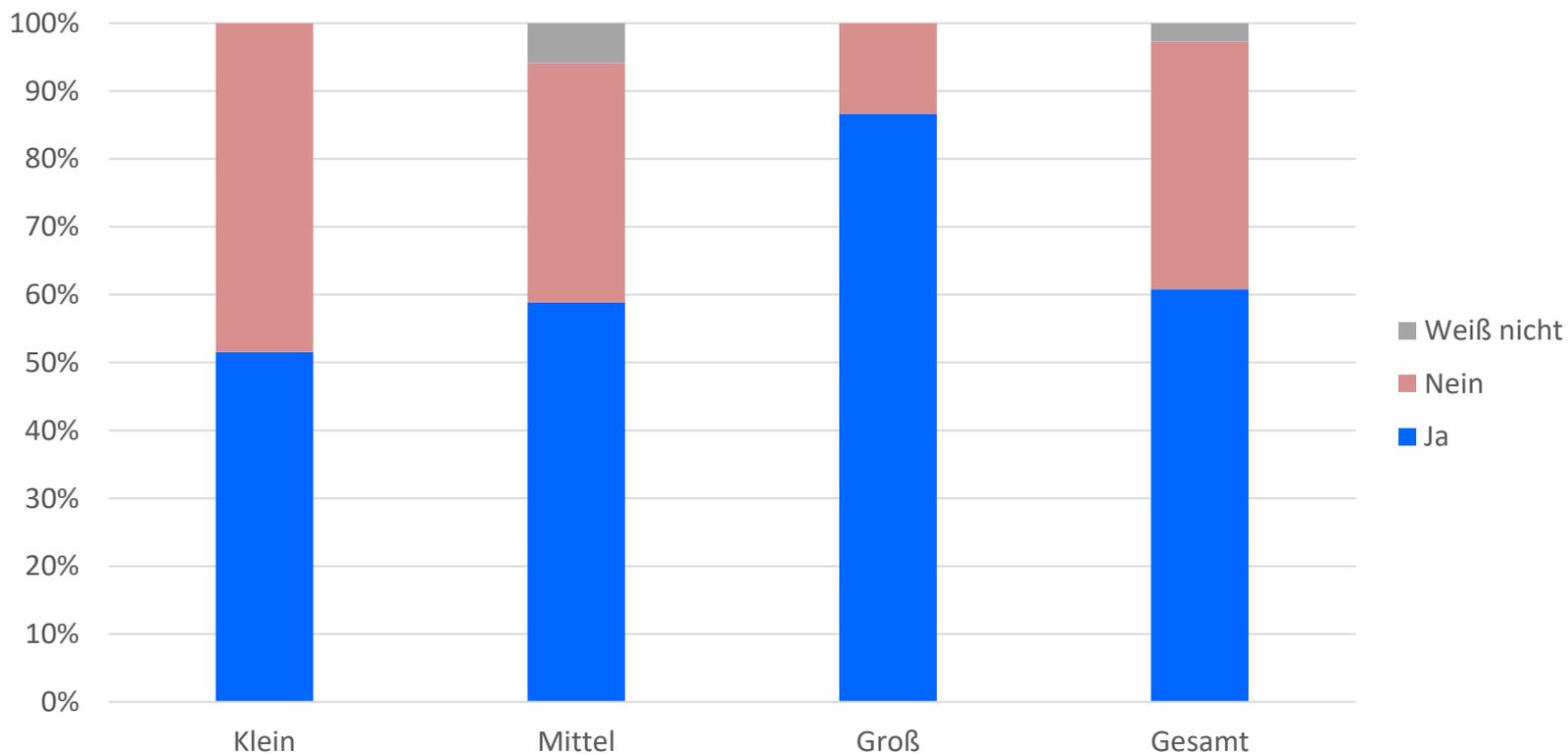
(NACH GRÖSSE)



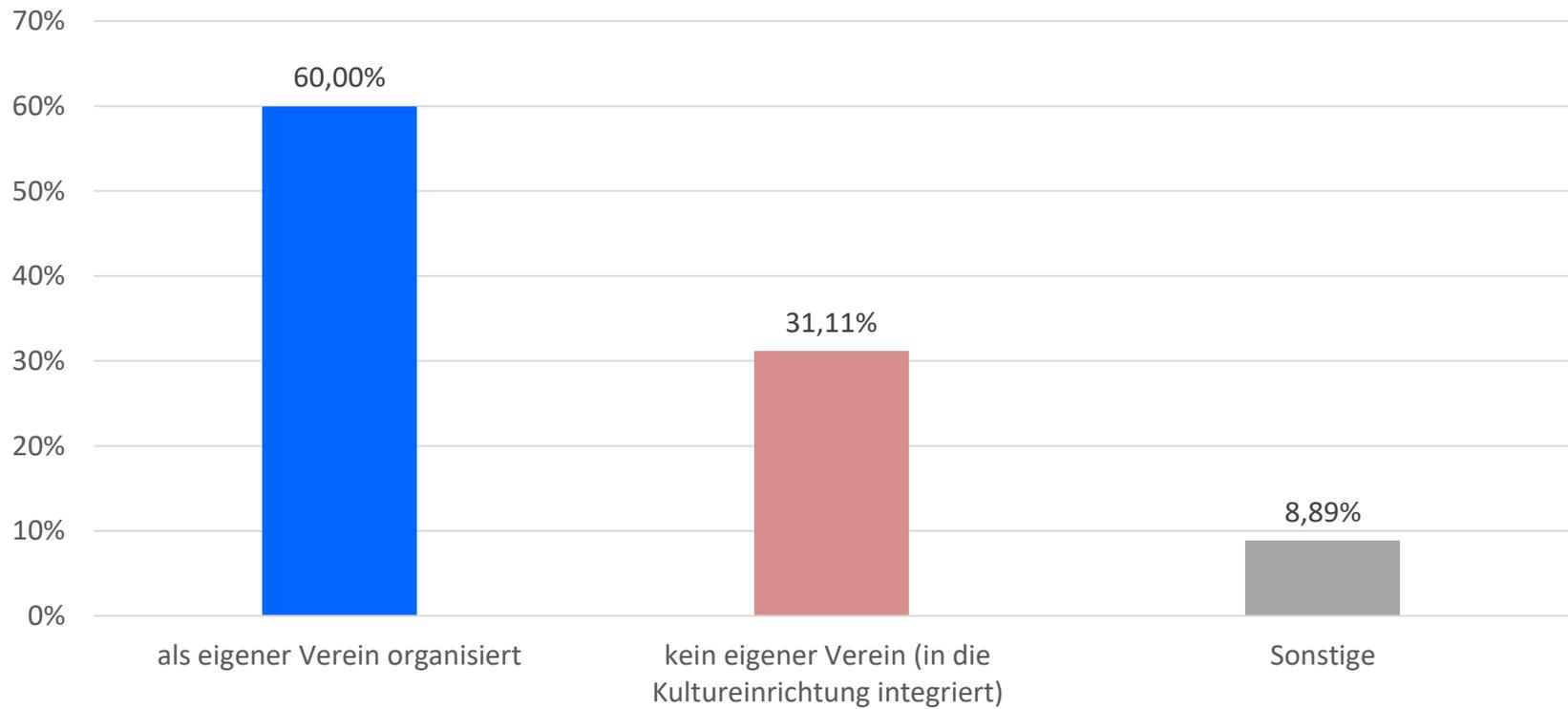
HAT IHR KULTURBETRIEB EINEN FÖRDER- ODER FREUNDESKREIS?



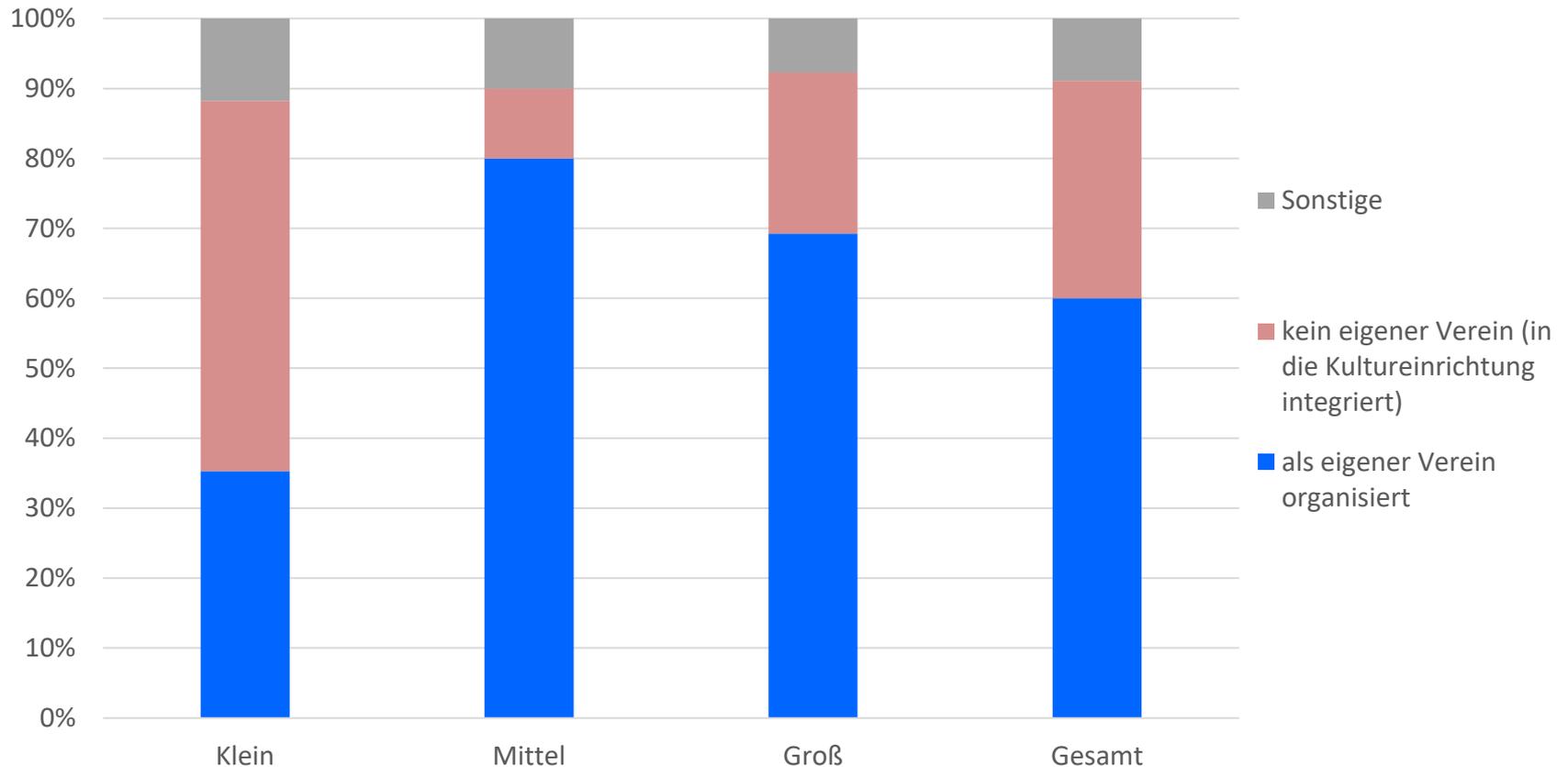
HAT IHR KULTURBETRIEB EINEN FÖRDER- BZW. FREUNDREIS? (NACH GRÖSSE)



WENN JA: WIE IST IHR FÖRDER-/FREUNDESKREIS ORGANISIERT?

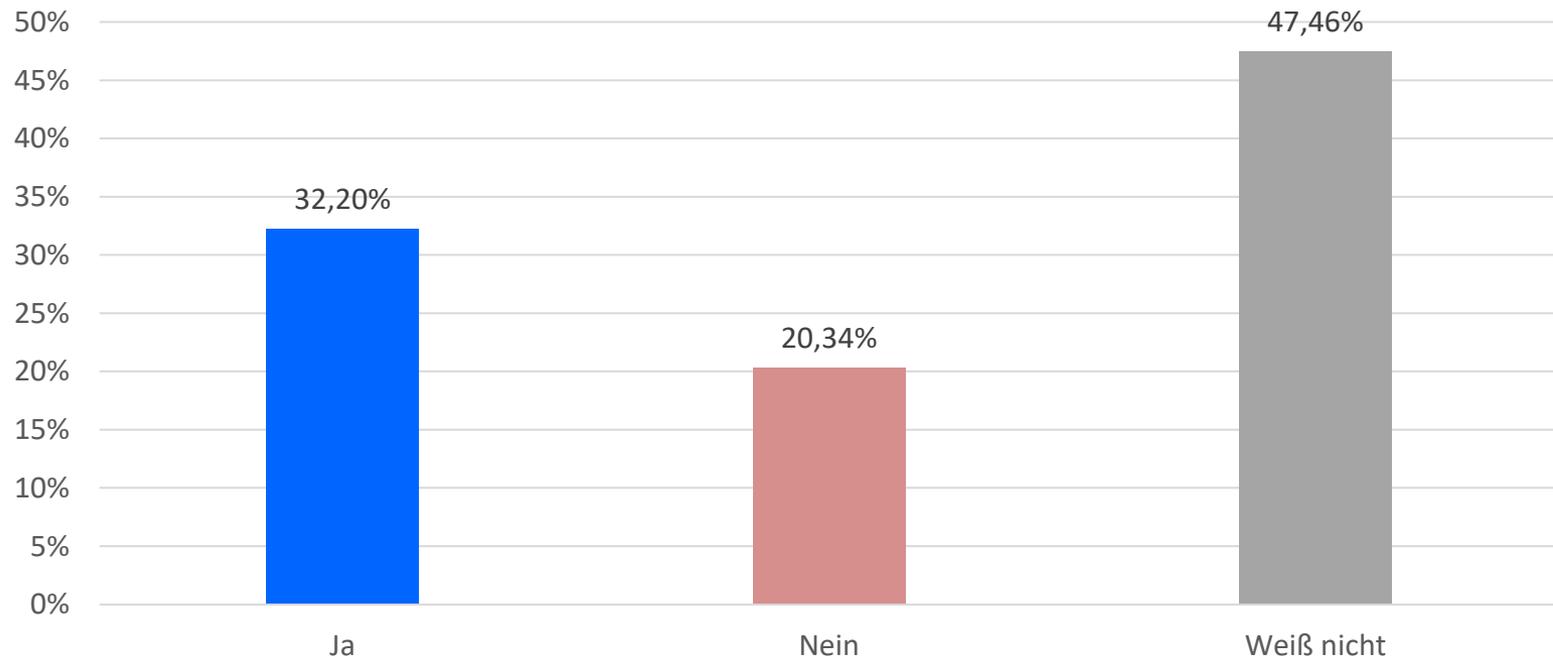


WENN JA: WIE IST IHR FÖRDER-/FREUNDESKREIS ORGANISIERT? (NACH GRÖSSE)



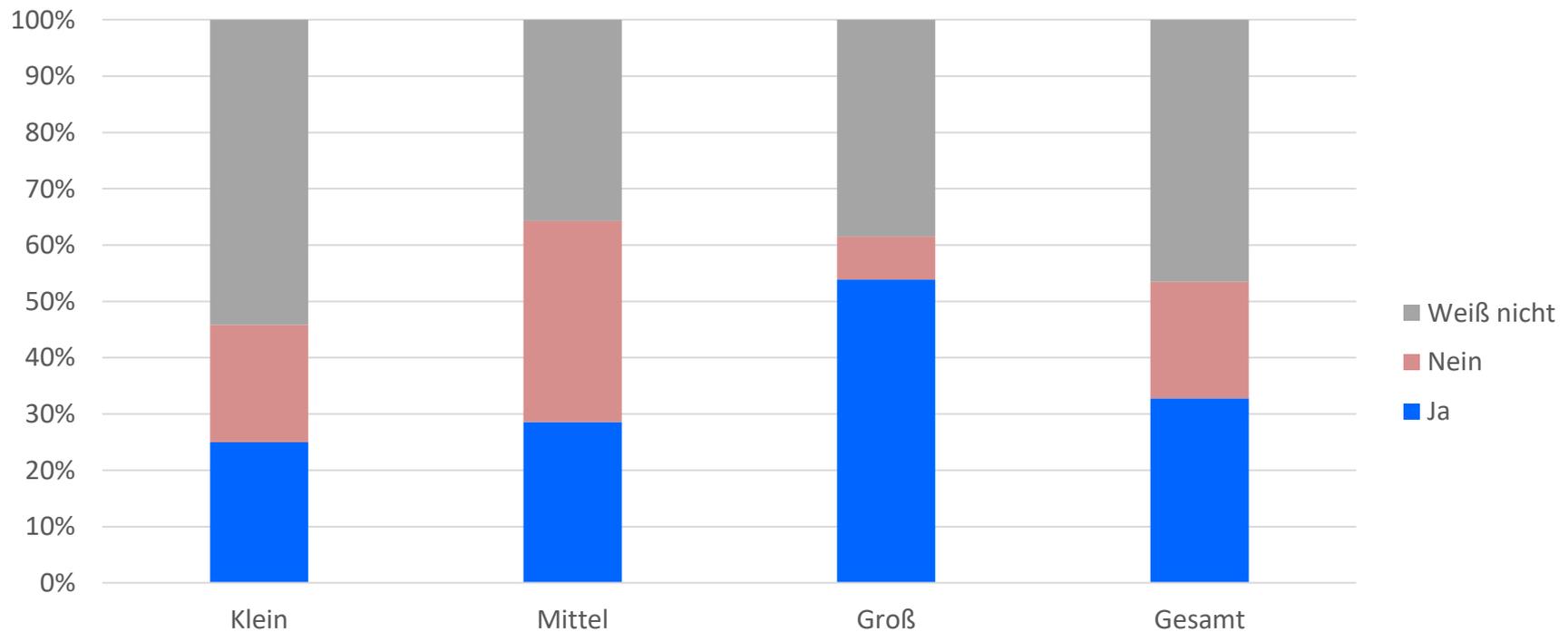
STIMMEN SIE DIESER AUSSAGE ZU:

"FUNDRAISING-AKTIVITÄTEN WIRKEN SICH AUF DEN TICKETVERKAUF IN MEINER EINRICHTUNG POSITIV AUS."

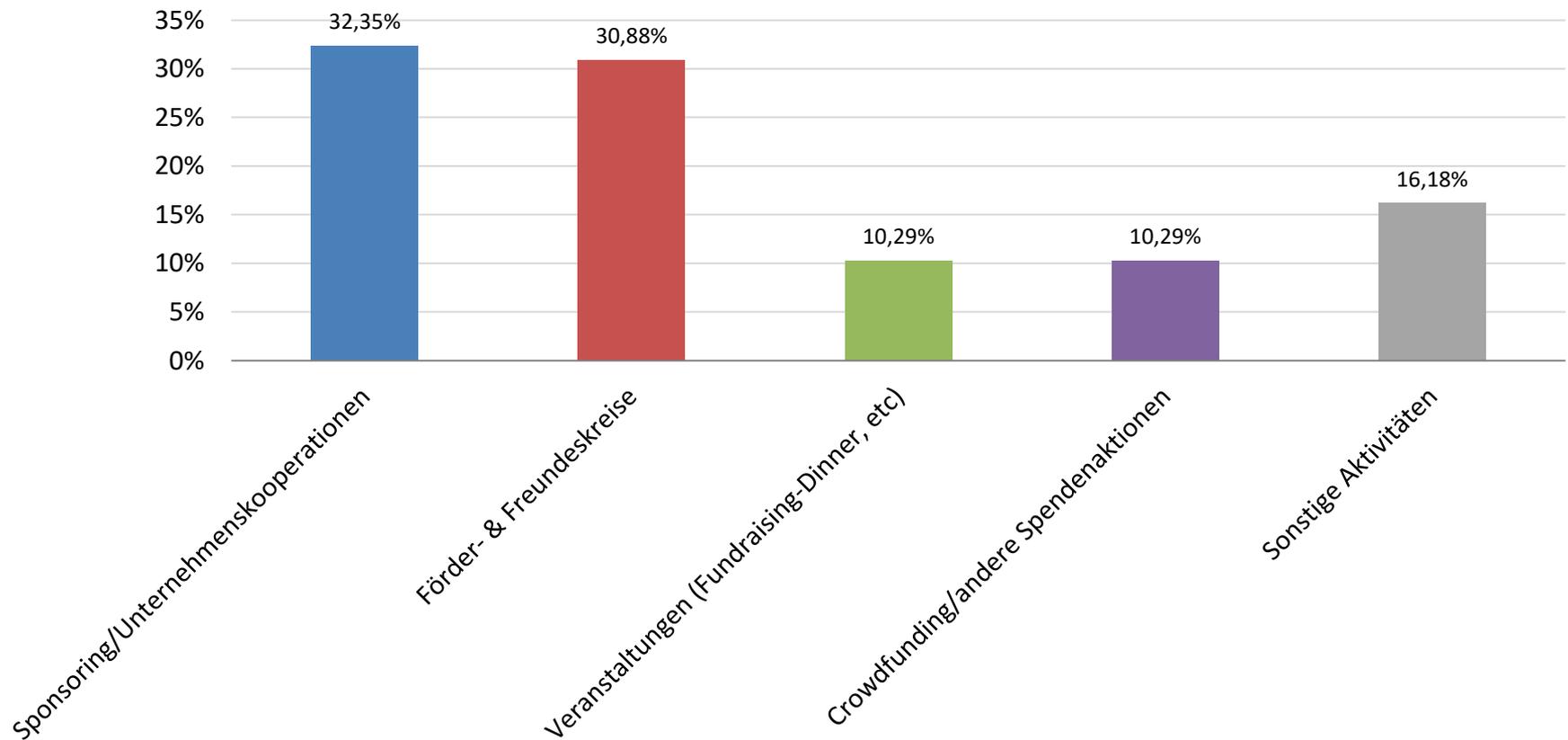


STIMMEN SIE DIESER AUSSAGE ZU:

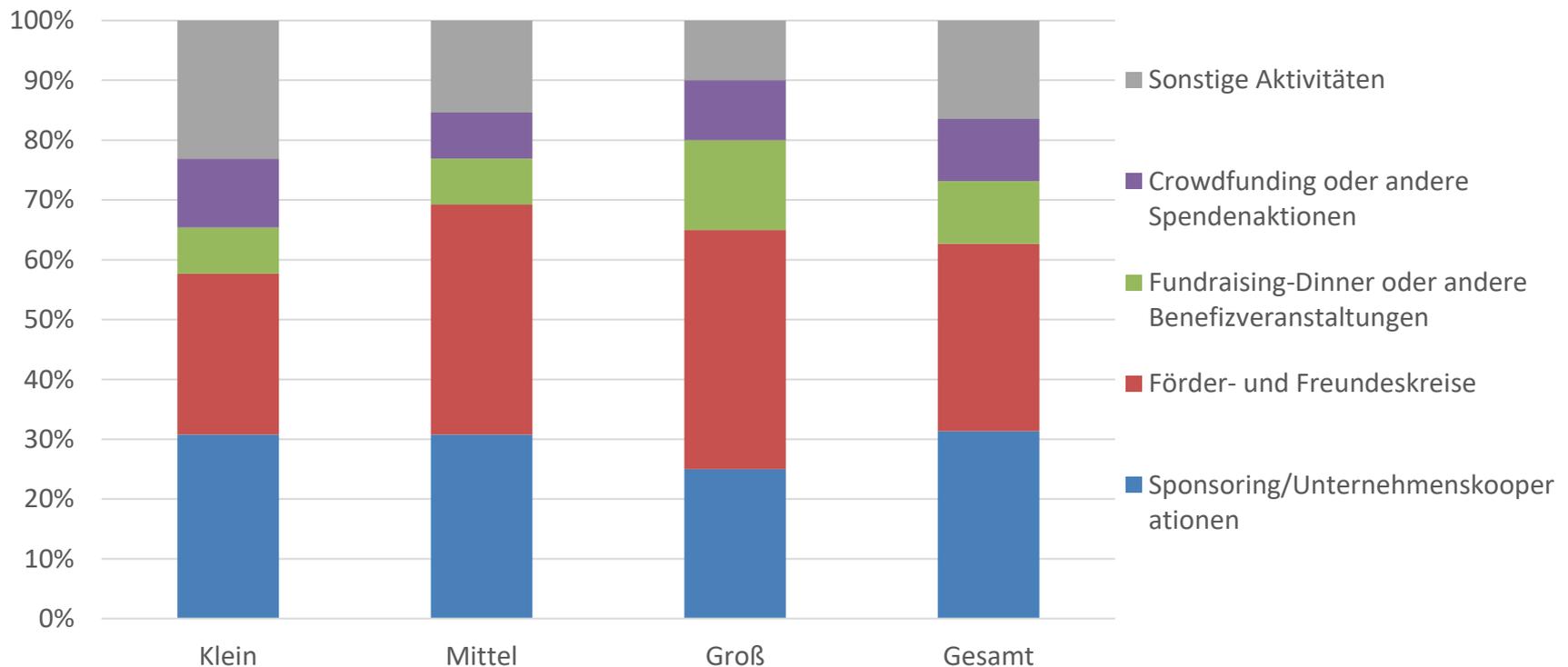
“FUNDRAISING-AKTIVITÄTEN WIRKEN SICH AUF DEN TICKETVERKAUF IN MEINER EINRICHTUNG POSITIV AUS” (NACH GRÖSSE)



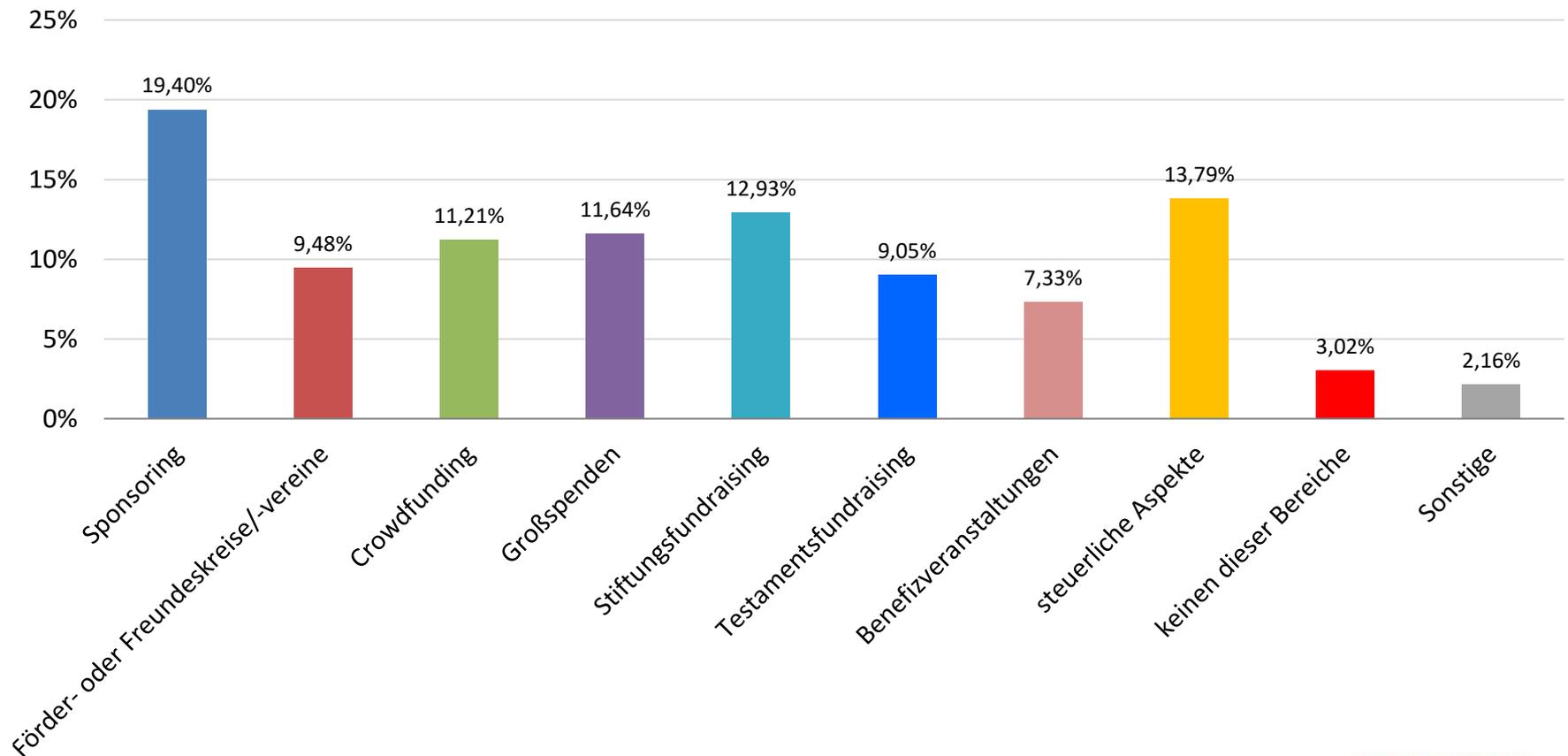
WENN JA: WELCHE FUNDRAISING-AKTIVITÄTEN WIRKEN SICH POSITIV AUF DEN TICKETVERKAUF AUS? (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)



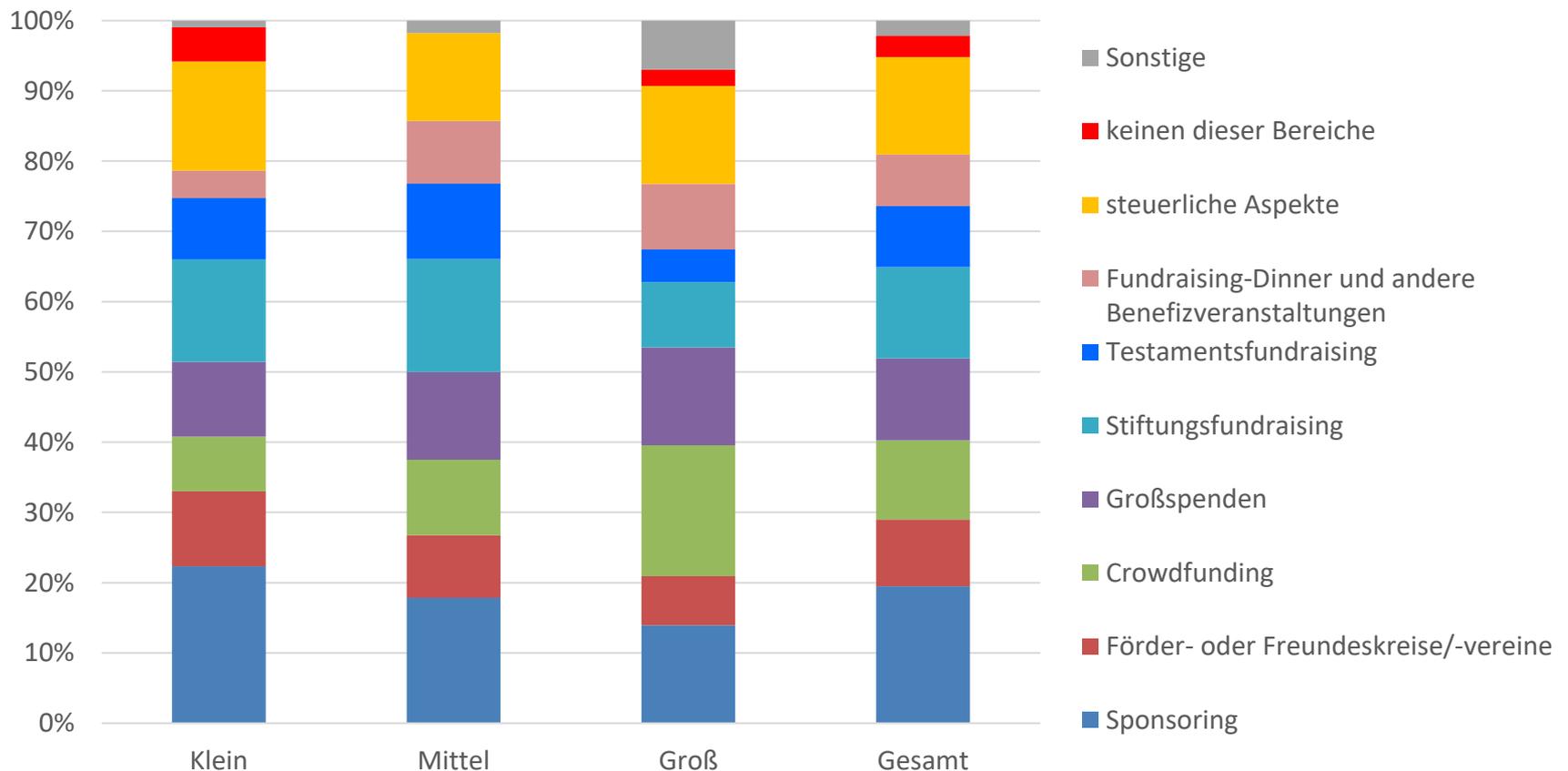
WENN JA: WELCHE FUNDRAISING-AKTIVITÄTEN WIRKEN SICH POSITIV AUF DEN TICKETVERKAUF AUS? (NACH GRÖSSE)



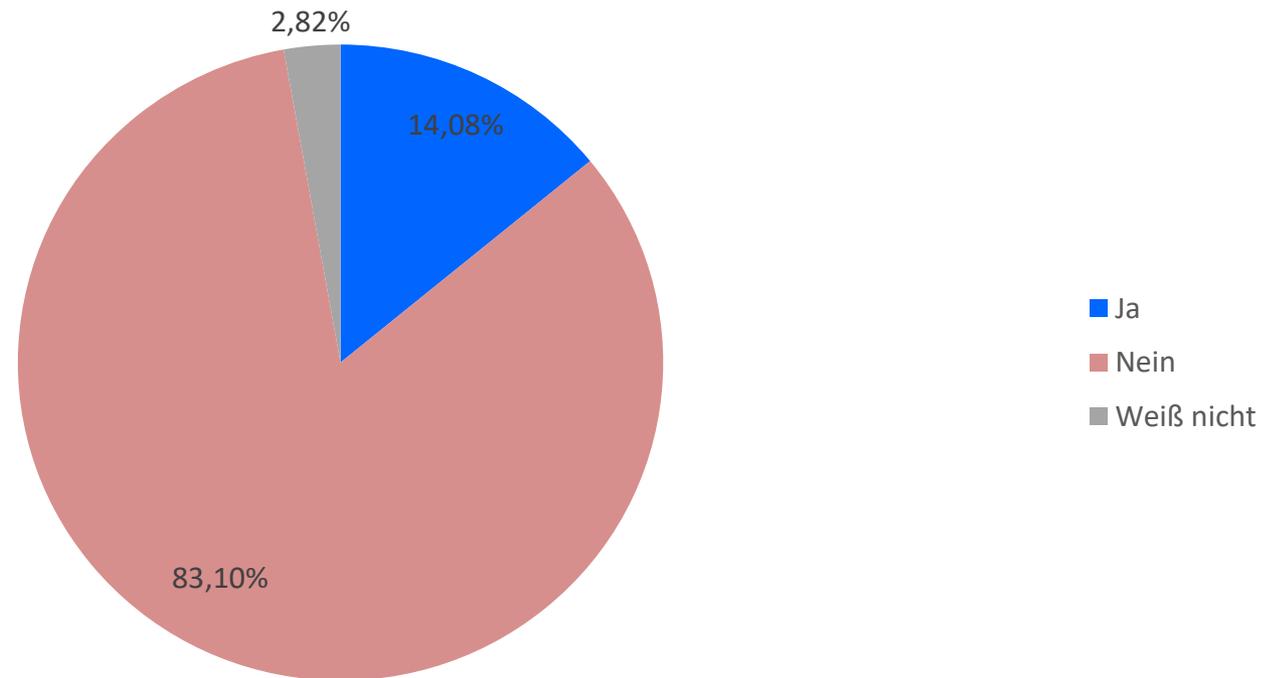
FÜR WELCHE DER FOLGENDEN BEREICHE WÜRDEN SIE SICH MEHR FACHWISSEN WÜNSCHEN? (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)



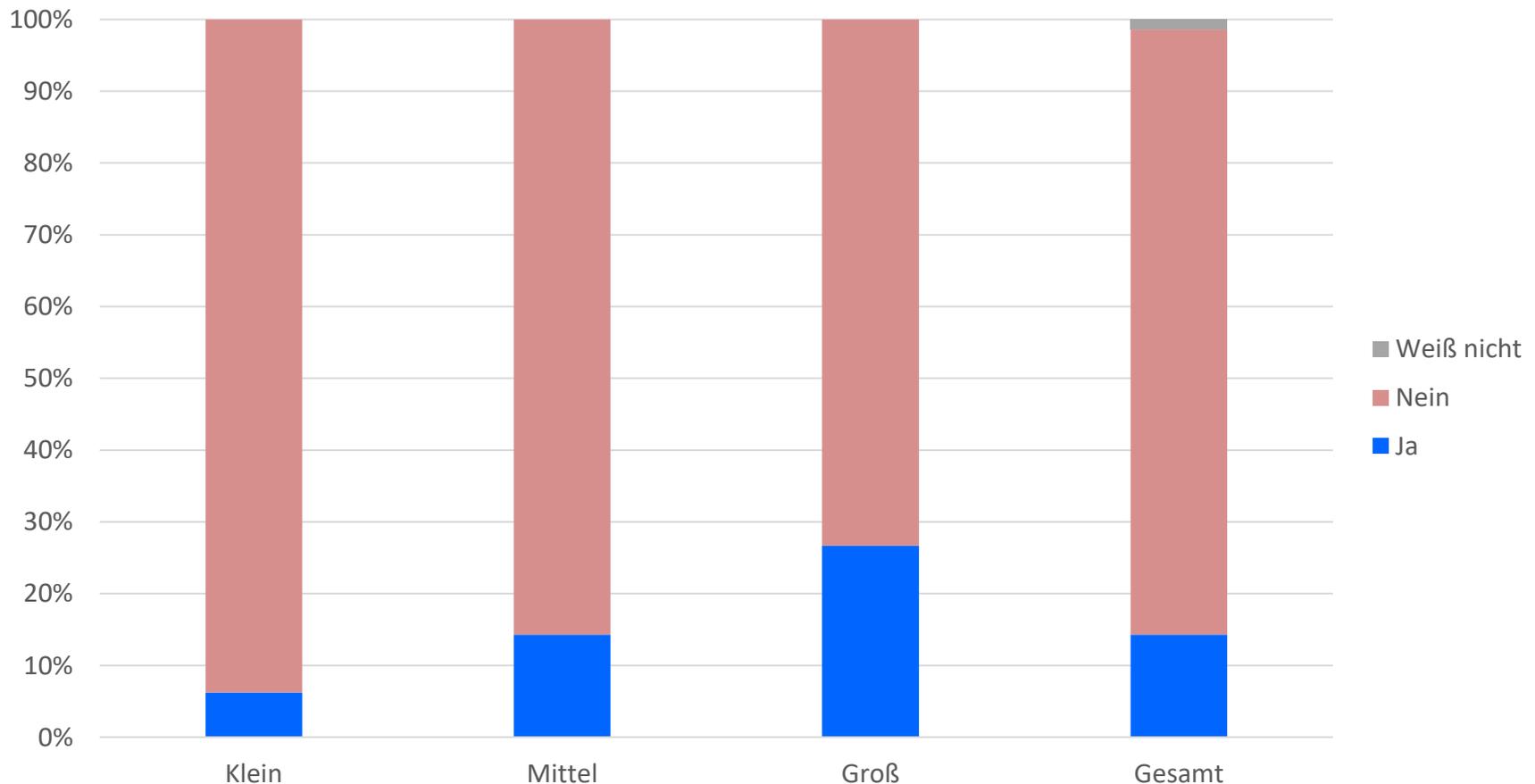
FÜR WELCHE DER FOLGENDEN BEREICHE WÜRDEN SIE SICH MEHR FACHWISSEN WÜNSCHEN? (NACH GRÖSSE)



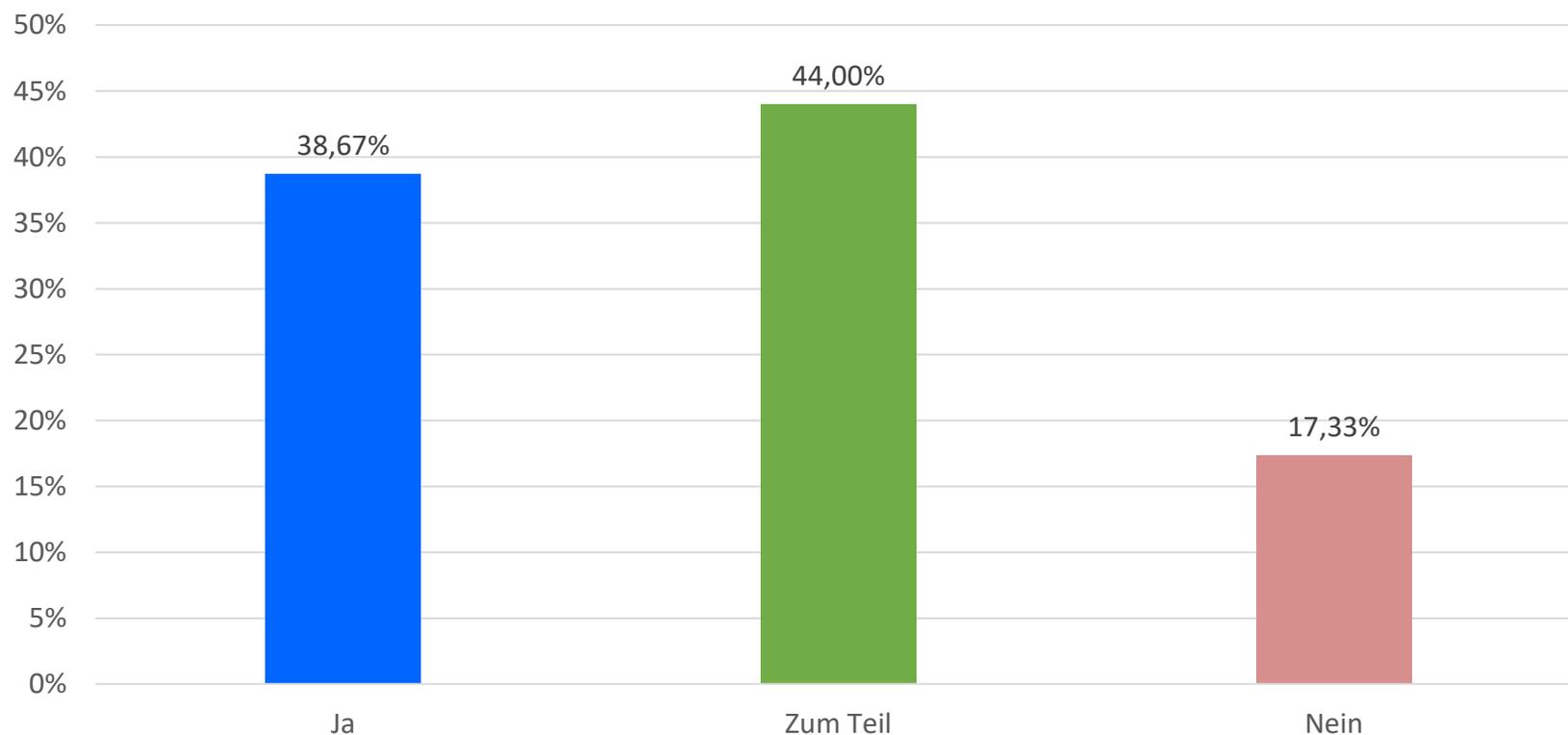
ARBEITEN SIE BEI DER GEWINNUNG VON DRITTMITTELN MIT BERATERN ODER AGENTUREN ZUSAMMEN?



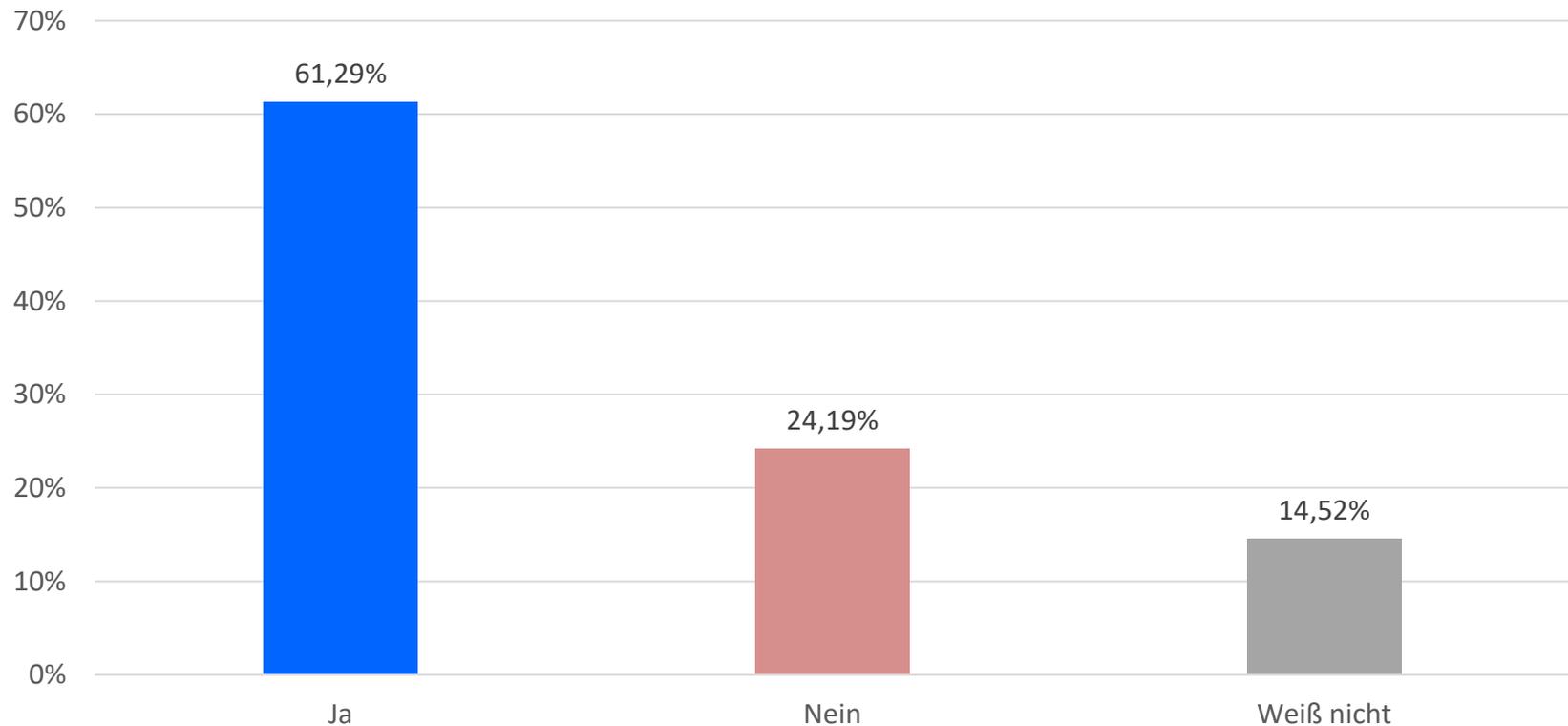
ARBEITEN SIE BEI DER GEWINNUNG VON DRITTMITTELN MIT BERATERN ODER AGENTUREN ZUSAMMEN? (NACH GRÖSSE)



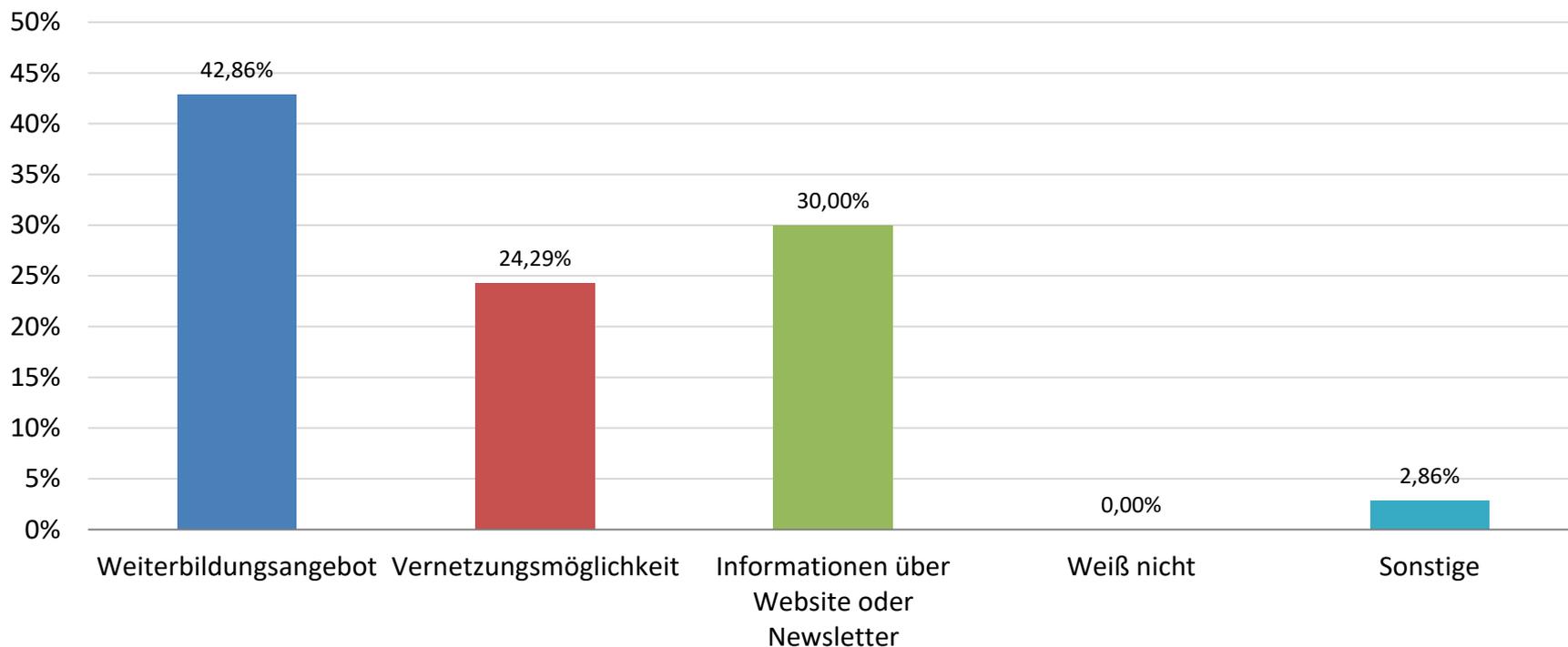
KENNEN SIE DAS ANGEBOT DES FUNDRAISING VERBAND AUSTRIA (FVA)?



WENN JA: HABEN SIE ODER JEMAND ANDERER AUS IHRER EINRICHTUNG BEREITS EIN SERVICE DES FVA IN ANSPRUCH GENOMMEN?



WELCHE ANGEBOTE DES FVA HABEN SIE BEREITS IN ANSPRUCH GENOMMEN? (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)



WELCHE ANGEBOTE WÜRDEN SIE SICH ZUSÄTZLICH WÜNSCHEN? (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

