

ANHANG

Anhang 1)	QALY	1
Anhang 2)	Übersicht über die verschiedenen Spendertypen nach Unterscheidungsmerkmalen (Quelle: West 2016, 64f).....	3
Anhang 3)	Interviewleitfaden Privatspender	4
Anhang 4)	Auswertung der Antworten Privatspender in Bezug auf EA-Merkmale	5
Anhang 5)	Interviewleitfaden Unternehmensvertreter	6
Anhang 6)	Auswertung der Unternehmensantworten	7

Anhang 1) QALY

Das Konzept qualitätskorrigierter Lebensjahre (QALY) stellt eine Form der Kosten-Nutzwert-Analyse zur gesundheitsökonomischen Bewertung von Behandlungsoptionen dar. Die beiden Parameter *Lebensqualität* und *Lebensdauer* werden dabei zu einem einzigen Wert, dem QALY, verdichtet und geben Aufschluss über die Kosten von Therapien pro zusätzlichem qualitätskorrigiertem Lebensjahr.

Die zusätzliche Lebensdauer wird mit einem Qualitätsfaktor versehen, denn die Verlängerung des Lebens um ein Jahr kann sehr unterschiedliche Ausprägungen im Gesundheitszustand und damit der Lebensqualität haben. Das Jahr kann unter starken Schmerzen oder in völliger Gesundheit verbracht werden.

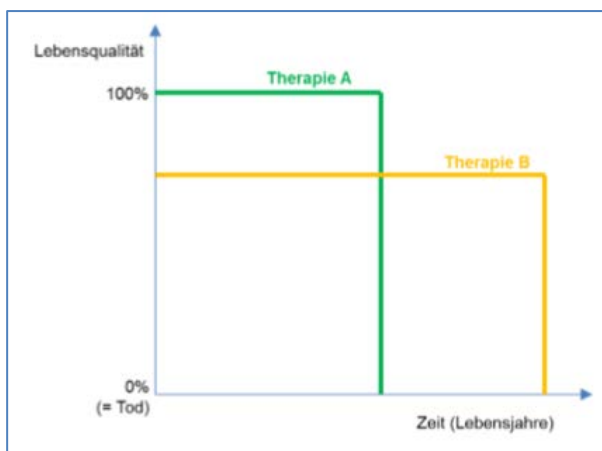


Abbildung 28: Graphische Darstellung der zwei QALY-Dimensionen für unterschiedliche Therapien (Quelle: Tunder und Martschinke 2014).

Werden die QALYs in Bezug zu den damit verbundenen Kosten gesetzt, lassen sich Aussagen über die Kosten pro QALY für jede Behandlungsform oder Hilfsleistung treffen.

Im medizinischen Bereich werden zur Erhebung der Nutzwerte betroffene Patienten auf ihre erlebte Lebensqualität befragt. Dies erfolgt zu unterschiedlichen Zeitpunkten innerhalb des Krankheitsverlaufs und nach der Genesung, da sich die wahrgenommene Lebensqualität im Zeitablauf verändern kann.

In der Datenerhebung werden unterschiedliche Verfahren angewendet. Es werden Befragungsbögen verwendet, in denen Patienten anhand von Skalen die Lebensqualität bzw. das Ausmaß der Schmerzen bewerten. Es werden aber ebenfalls strukturierte Interviews durchgeführt, in denen der Patient in eine hypothetische Entscheidungssituation gebracht wird, in der er für eine theoretische 100%ige Heilung näherungsweise angibt, wie viele Lebensjahre er für diese Behandlung bereit ist zu opfern. So lässt sich rechnerisch der Prozentsatz der Lebensqualität ermitteln, der in Verbindung mit der Lebensdauer eine Berechnung des Nutzwertes, also des QALY, möglich macht. Zur Berechnung des Kosten-Nutzwert-Verhältnisses werden alle direkten und indirekten Kosten addiert und anschließend durch die Anzahl zusätzlicher Lebensjahre dividiert. Das Ergebnis ist der monetäre Betrag, den die

Therapie pro ein gewonnenes qualitätskorrigiertes Lebensjahr kostet (Tunder und Martschinke 2014).

Das Beispiel in Kap. 2.2 errechnet sich wie folgt:

„Zunächst müssen wir den Umfang des Nutzens der AIDS-Therapie quantifizieren. Die Menschen schätzen die Qualität eines Lebens mit Aids ohne antiretrovirale Therapie im Durchschnitt auf 50% der Lebensqualität eines Gesunden, während sie der Ansicht sind, dass ein Aids-Kranker, der medikamentös behandelt wird, eine 90-prozentige Lebensqualität hat. Wenn Sie eine antiretrovirale Therapie für die 40-jährige Aids-Kranke bezahlen, erhöhen Sie also für einen Zeitraum von fünf Jahren die Lebensqualität dieser Frau von 50 auf 90% und geben ihr fünf zusätzliche Lebensjahre mit 90-prozentiger Gesundheit. Das entspricht 6,5 qualitätskorrigierten Jahren: $(90\% - 50\%) \times 5 + (90\% \times 5) = 6,5$.

Als nächstes müssen Sie den Nutzen der Operation für die von Blindheit bedrohte Frau ermitteln. Die Menschen stufen die Qualität eines Lebens in Blindheit auf 40% der Lebensqualität eines nicht behinderten Menschen ein. Wenn Sie die 20-jährige Frau vor der Erblindung bewahren, erhöhen Sie also ihre Lebensqualität von 40 auf 100%. Das entspricht 30 QALY: $(100\% - 40\%) \times 50 = 30$. Indem Sie die Augenoperation bezahlen, erzielen Sie also einen größeren Nutzen als mit der Bezahlung der Aids-Therapie. Wenn alle anderen Faktoren, die sich auf Ihre Entscheidung auswirken, bei beiden Optionen gleich sind, sollten Sie die Augenoperation bezahlen“ (MacAskill 2016, 48f).

Anhang 2) Übersicht über die verschiedenen Spendertypen nach Unterscheidungsmerkmalen (Quelle: West 2016, 64f)

	TYP 1: Der Satierte	TYP 2: Der pragmatische Aktivist	TYP 3: Der Kompensierende	TYP 4: Der Emotionale	TYP 5: Der Enttäuschte
Merkmalsbündel 1: Spenden und Engagement in der Herkunftsfamilie	Hoher Stellenwert von Spenden und Engagement in der Herkunftsfamilie		Engagement und Spenden spielten in der Herkunftsfamilie keine Rolle		Hoher Stellenwert von Spenden und Engagement in der Herkunftsfamilie
Merkmalsbündel 2: Funktion und Rationalität bzw. Emotionalität bei der Spendenentscheidung	„Überlegter Gefühlsspender“: <ul style="list-style-type: none"> • Entscheidet emotional, spendet aber bewusst und informiert sich • Spende ist eingebunden in das soziale Umfeld 	„Idealistischer Strategie“: <ul style="list-style-type: none"> • Thema wird überwiegend nach emotionalen Kriterien entschieden, Organisation wird nach rationalen, strategischen Kriterien ausgewählt • Spende ist eine Investition in die Zukunft 	„Rationaler Strategie“: <ul style="list-style-type: none"> • Spendenentscheidung wird nach rationalen Kriterien getroffen • Spende wird als bewusster Ausdruck der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe gesehen 	„Emotionaler Situationsspender“: <ul style="list-style-type: none"> • Spende wird als direkte Reaktion auf (emotionale) Anreize gesehen • Spende wird als Ausdruck von „Normalität“ gesehen 	„Idealistischer Strategie“: <ul style="list-style-type: none"> • Thema wird überwiegend nach emotionalen Kriterien entschieden, Organisation wird nach rationalen, strategischen Kriterien ausgewählt • Spende ist eine Investition in die Zukunft
Merkmalsbündel 3: Konsistenz des Spendenverhaltens	Spendentableau ist zeitlich kontinuierlich und thematisch geschlossen	Spendentableau ist überwiegend zeitlich kontinuierlich und thematisch geschlossen	Spendentableau ist nur teilweise zeitlich kontinuierlich und thematisch geschlossen	Spendentableau weist keine thematischen Bezüge auf und ist nur teilweise zeitlich stabil	Spendentableau weist keine thematischen Bezüge auf und ist diskontinuierlich
Allgemeine Grundhaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Positive Grundhaltung • Kollektive Orientierung • Hohe Zufriedenheit mit eigener materieller Lage 	<ul style="list-style-type: none"> • Positive Grundhaltung • Kollektive Orientierung 	<ul style="list-style-type: none"> • Negative/Ambivalente Grundhaltung • Hohe Selbstwirksamkeitserwartung bei Spenden/Engagement 	<ul style="list-style-type: none"> • Positive Grundhaltung • Kollektive Orientierung 	<ul style="list-style-type: none"> • Negative Grundhaltung • Niedrige Selbstwirksamkeitserwartung

Anhang 3) Interviewleitfaden Privatspender

1	Wen unterstützen Sie mit Ihren Spenden (z.B. Umwelt, Kultur, Kinder, Tiere)?
2	Warum spenden Sie an unterschiedliche Gruppen und warum an diese?
3	Suchen Sie sich dann noch ein spezielles Projekt aus (z.B. Bildung bei Spenden an Kinder)
4	Warum spenden Sie, was ist Ihr Motiv?
5	<p>Ich möchte Ihnen 2 Projekte vorstellen, für welches würden Sie eher spenden und warum?</p> <p>a. Im Kongo ist erneut Ebola ausgebrochen. Vor 5 Jahren sind 11.000 Menschen daran gestorben. Der neue Ausbruch kann mithilfe von Impfungen eingedämmt werden. Ihre Spende soll diese Impfungen finanzieren.</p> <p>b. Aba, ein 3jähriges Mädchen, ist nierenkrank. Sie lebt in Nigeria. Ihre Eltern haben kein Geld für eine dringende Operation. Es ist keine schwere Operation, aber ohne sie wird Aba sterben. Eine NRO sammelt Geld.</p>
6	<p>Sind Sie Mitglied eines Fördervereins oder Clubs (Rotarier, Freundeskreis eines Museums etc.), in dem Spenden ein Teil des gemeinsamen Wirkens ist?</p> <p>Könnten Sie sich das vorstellen?</p>
7	Spenden Sie immer an dieselben Organisationen oder wählen Sie immer neue Organisationen aus?
8	Sie sagten gerade, dass Sie immer an dieselben Organisationen spenden. Warum ist das so, was zeichnet diese Organisationen aus?
9	Ist es Ihnen wichtig bei einer NRO aus einem breiten Spektrum an Projekten zu wählen, sprich, dass die NRO breit aufgestellt ist? (z.B. bei einem Kinderhilfswerk die Themen Bildung, Gesundheit, Kinderrechte)
10	Haben Sie auch schon mal zweckungebunden an eine NRO gespendet? Das bedeutet, dass diese das Geld dann so einsetzen kann, wie sie es für richtig hält.
11	Worauf legen Sie Wert in der konkreten Verwendung Ihrer Spende bzw. wofür sollte Ihre Spende oder ein Teil davon nicht verwendet werden?
12	<p>Ich stelle Ihnen noch mal 2 Projekt vor und bitte Sie, mir zu sagen, welches Sie unterstützen würden und warum:</p> <p>a. Eine NRO bildet für € 40.000 einen Blindenhund aus, um diesem dann einer blinden Person zur Verfügung zu stellen, damit diese ein halbwegs normales Leben führen kann.</p> <p>b. Eine NRO operiert Trachom-Patienten in den ärmsten Ländern der Welt (eine Krankheit, die unbehandelt zur Erblindung führt). Eine Operation kostet pro Patient € 40.</p>
13	Gibt es eine Region, die Ihnen besonders am Herzen liegt/unterstützenswert erscheint?
14	Mit einer Spende von € 50 kann je nach Land unterschiedliches erreicht werden. Wägen Sie das ab, bevor Sie spenden?
15	Was erwarten Sie von der Kommunikation der spendenempfangenden NRO? Was möchten Sie wissen, worüber möchten Sie informiert werden?
16	Lesen Sie Jahres- und Wirkungsberichte der NRO, an die Sie spenden oder ist das für Sie nicht interessant? Prüfen Sie, was die Spenden vor Ort wirklich verändern?
17	Folgen Sie einer externen Empfehlung oder Ratings für Spendenempfänger, sind Ihnen diese Empfehlungen wichtig oder entscheiden Sie unabhängig? Wenn ja, welcher Empfehlung folgen Sie (Online, Freunde)?
18	Thema Verwaltungskosten: Kennen Sie das DZI-Spendensiegel? Wissen Sie um die Höhe der Verwaltungskosten „Ihrer NGO“?
19	Was müsste eine NRO tun oder ändern/anbieten, um Sie dazu zu bewegen, höhere Summen zu spenden, vorausgesetzt Sie sind finanziell dazu in der Lage?
20	Würden Sie sich dazu verpflichten, lebenslänglich einen bestimmten Teil Ihres Einkommens zu spenden?
21	Und zum Abschluss eine ganz offene Frage: Was ist Ihnen bei der NRO, die Ihre Spenden erhält am aller wichtigsten?

Anhang 4) Auswertung der Antworten Privatspender in Bezug auf EA-Merkmale

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	Σ	
I	1										1	1										2	
II	1			1		1					1										1	5	
III	1			1	1			1				1	1		1			1				8	
IV	1							1														1	
V	1		1	1		1		1		1	1			1	1							1	9
VI	1																					0	
VII	1			1	1	1		1			1	1	1	1		1				1	1	12	
VIII	1				1			1		1	1	1		1								6	
IX	1			1	1							1										4	
X	1		1			1				1					1							4	

Anhang 5) Interviewleitfaden Unternehmensvertreter

1	Für welche Themenfelder engagiert sich das Unternehmen? Wer war Initiator für das Engagements?
2	Hängen die Themenfelder aus Ihrer Sicht alle mit dem Kerngeschäft zusammen? Ist dies eine strategische Entscheidung?
3	Was ist das „übergeordnete Ziel“ des gesellschaftlichen Engagements des Unternehmens?
4	Sie haben keinen festen strategischen NGO-Partner an Ihrer Seite, sondern mehrere Partner. Werden diese Partner regelmäßig ausgetauscht, oder bleiben sie konstant?
5	Kommunizieren Sie Ihr Engagement in der Öffentlichkeit, wenn ja mit welchem Ziel, wenn nein, warum nicht?
6	Was zeichnet die Organisationen aus, an die Sie spenden, mit der Sie eine Partnerschaft haben? Was ist Ihnen hier wichtig und warum haben Sie sich für diese Partner entschieden?
7	Ist es Ihnen wichtig, bei der Partner-Organisation verschiedene Projekte auswählen zu können, ein breites Spektrum zu haben?
8	Abseits der speziell geförderten Projekte: Spendet Ihr Unternehmen reine Geldzuwendungen auch mal ohne Zweckbindung? Das bedeutet, dass diese das Geld dann so einsetzen kann, wie sie es für richtig hält.
9	Gibt es Länder oder Regionen, die Sie mit Ihren Spenden besonders unterstützen (wollen)?
10	Auf einer Skala von 1 bis 10 (1 nicht wichtig, 10 sehr wichtig): Wie wichtig ist Ihnen die Beteiligung von Mitarbeitern am Unternehmensengagement (Corporate Volunteering)? Erfassen Sie die gespendeten Stunden?
11	Was erwarten Sie von der Kommunikation der spendenempfangenden NRO Ihnen und dem Unternehmen gegenüber?
12	Mit einer Spende von sagen wir € 5.000 kann je nach Land unterschiedliches bewegt/erreicht werden, schauen wir z. B. nach Italien und Südsudan. Wägen Sie das ab, bevor Sie sich als Unternehmen engagieren?
13	Folgen Sie einer externen Empfehlung oder Ratings für Spendenempfänger? Sind Ihnen diese Empfehlungen wichtig oder entscheiden Sie das ganz unabhängig? Wenn ja, welcher Empfehlung folgen Sie?
14	Worauf legen Sie Wert in der Verwendung des Geldes und was möchten Sie von Ihrem Partner darüber wissen?
15	Messen Sie die Wirkung Ihres Engagements? Wenn ja, wie?
16	Lesen Sie Jahres- und Wirkungsberichte? Kennen Sie die Kenngröße SROI?
17	Kennen Sie das DZI-Spendensiegel und wissen Sie, ob Ihre Partner dieses tragen?
18	Können Sie sich als Unternehmen vorstellen, Ihre oben genannten Motive und Schwerpunkte des Unternehmens außer Acht zu lassen, wenn man Ihnen ein Projekt vorstellen würde, welches eine weit größere Wirkung hätte?
19	Was müsste Ihr Partner tun oder ändern/anbieten, um das Unternehmen dazu zu bewegen, höhere Summen zu spenden, vorausgesetzt das Budget ist da? Gibt es da eine Art <i>Hebel</i> ?
20	Und zum Abschluss eine ganz offene Frage: Was ist Ihnen bei dem Partner, mit der Sie kooperieren am aller wichtigsten?

Anhang 6) Auswertung der Unternehmensantworten

	1*	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Σ^{**}
A				1		1		1		1					1		1		1		7
B			1					1						1	1	1					5
C			1					1						1					1		4
D***			1			1		1													3
E		1	1			1					1	1			1	1	1	1			9
F								1		1		1			1	1	1	1	1		8
G			1	1							1				1	1				1	6
H				1				1				1			1	1	1	1	1		8
I			1					1						1	1	1				1	6
J			1												1	1	1				4

*Für die Frage 1 wurden keine Punkte vergeben, somit entfällt sie in der Wertung.

**Gesamtpunktzahl liegt bei 19 erreichbaren Punkten.

***Das Interview mit D endete nach Frage 10.