



Akquisos

Newsletter Nr. 02/2008

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Editorial: Ethik und Transparenz im Fundraising

Liebe Leserinnen und Leser,

schon im letzten Newsletter haben wir in einem Gespräch mit dem UNICEF-Interims-Vorstandsvorsitzenden Reinhard Schlagintweit das Thema **Ethik und Transparenz im Fundraising** aufgegriffen. In diesem Newsletter haben wir diese Problematik nochmals vertieft. Die Gespräche mit Prof. Dr. Lothar Schruff, Joachim Dettmann und Christoph Müllerleile zeigen, wie wichtig es ist, die eigenen Fundraising-Aktivitäten gegenüber den Spender/innen offen zu legen. „Offenheit, Offenheit, Offenheit“, diese von Joachim Dettmann geforderte Maxime, ist nicht nur für Träger der politischen Bildung eine fundamentale Grundlage in der Spenderkommunikation. Und wie immer haben wir Informationen, Ausschreibungen, Literaturtipps sowie weitere Fundraising-Termine und Events in Deutschland für Sie zusammen gestellt.

Besonders hinweisen möchte wir Sie auf den von der bpb organisierten **2. Fundraising-Tag der politischen Bildung am 20. Juni 2008**, der wieder in Köln im KOMED stattfinden wird (25,- € Teilnehmendengebühr). Neben einem Einstiegsvortrag von Prof. Dr. Robert Purtschert, dem langjährigen Direktor des Schweizer Verbandsmanagement Instituts (www.vmi.ch), wird es acht verschiedene Workshops zu den unterschiedlichsten Fragen rund um das Fundraising für Projekte der politischen Bildung geben. Informationen und Anmeldung unter: www.bpb.de/fundraising-tag.

Wir würden uns sehr freuen, Sie in Köln auf dem Fundraising-Tag begrüßen zu können!

Daniel Kraft (kraft@bpb.de)

Referent Fundraising und Marketing, Stabsstelle Kommunikation

Inhalt

1. Aktuelles

- Bundesregierung will keine „gemeinnützige“ Offenlegungspflichten einführen
- Ethik und Transparenz im internationalen Vergleich

2. Termine

- Bilanzen lesen und verstehen – Grundlagen der Buchführung
- Von der Projektplanung bis zum Zuwendungsbescheid
- Einsteigerseminar zum Management von Stiftungen
- Fundraisingtag in München
- 2. Fundraising-Tag der politischen Bildung in Köln

3. Förderungen & Ausschreibungen

- Transparenzpreis von PricewaterhouseCoopers 2008 für alle gemeinnützigen Organisationen offen
- „Integration und Vielfalt“ Schwerpunkte bei neuer XENOS-Förderrunde
- ESF-Förderprogramm Soziale Stadt: "Bildung, Wirtschaft, Arbeit im Quartier"
- EU-Initiative 'Debate Europe' fördert zivilgesellschaftliche Diskussion
- Wettbewerb "Musik bewegt" der Stiftung "Jugend und Zukunft" ausgeschrieben

4. Im Fokus

- „Kleine Organisationen haben in der Transparenzdebatte einen natürlichen Vorteil“, Interview mit Christoph Müllerleile





- „Provisionen gelten in der Fundraising-Szene als verpönt“, Interview mit Joachim Dettmann
- „Transparenz ist ein wesentliches Instrument, Vertrauen beim Spender zu schaffen“, Interview mit Prof. Dr. Lothar Schruff

5. Tipps und Literatur

- Ethik im Fundraising - Publikationen
- GuideStar Deutschland sucht Teilnehmer für Aufbau Internetdatenbank

6. Fallbeispiel: Qualitätsentwicklung bei Vereinen

1. Aktuelles

Bundesregierung will keine „gemeinnützige“ Offenlegungspflichten einführen

In ihrer Antwort auf eine kleine Anfrage der FDP-Bundestagsfraktion zur Erhöhung der Transparenz bei gemeinnützigen Organisationen sieht die Bundesregierung derzeit keinen Bedarf zur Reform der geltenden rechtlichen Vorgaben. Verschärfte Veröffentlichungs- und Rechnungslegungspflichten würden Stiftungen oder Vereine zu einem Aufwand zwingen, der insbesondere für kleinere Organisationen oder Gründer nicht tragbar wäre. Damit stützt sich die Bundesregierung auf die Argumentation der Bund-Länder-Arbeitsgruppe Stiftungsrecht von 2001. Dagegen plädiert u.a. im untenstehenden Interview Dr. Christoph Müllerleile (Fundraising Verband) ebenso für eine Verschärfung der Transparenzverpflichtungen wie der deutsche Spendenrat. In unserem weiteren Interview fordert Prof. Dr. Schruff gemeinnützige Organisationen auf, den bisherigen rechtlichen Rahmen im eigenen Interesse für transparentere Berichterstattung zu nutzen. Verschiedene Verbände – u.a. der Verband der Entwicklungspolit. Organisationen (VENRO), der Deutsche Spendenrat, der Fundraising Verband – entwickeln bzw. verschärfen derzeit ihre internen Ethik- und Transparenzrichtlinien.

Weitere Informationen:

Kleine Anfrage und Antwort im Bundestag:

<http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/16/083/1608325.pdf>

Abschlussbericht der Bund-Länder-Arbeitsgruppe Stiftungen 2001:

<http://www.bmj.bund.de/files/-/405/Abschlussbericht.pdf>

Spendenrat: <http://www.spendenrat.de>

VENRO: <http://www.venro.org>

Ethik und Transparenz im internationalen Vergleich

In dieser Frage zeigt sich, dass offenbar Länder mit längeren „spendensammelnden“ Traditionen auch die schärferen Transparenzregeln formuliert haben. So besteht z.B. in England eine jährliche Publizitätspflicht für sämtliche Einnahmen und Ausgaben gemeinnütziger Organisationen (s. Interview mit C. Müllerleile). Die Daten werden für Interessierte abrufbar im Internet dargestellt. Ohne gesetzliche Verpflichtung arbeiten verschiedene Versuche der Selbstregulation wie beispielsweise der ‚Code of Conduct‘ im Umgang mit Spendenmitteln des Schweizer Stiftungsdachverbandes. Der Deutsche Fundraising Verband überarbeitet derzeit seinen ethischen Verhaltenskodex und integriert dabei die Vorgaben der European Fundraising Association. Das Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI), das für die Vergabe des Spendensiegels und für die Internetplattform Guide Star verantwortlich ist, ist im „International Committee on Fundraising Organizations“ vertreten. Dieses Komitee gab 2002 eine Studie heraus, die die Prüfmechanismen der 10 Mitgliedsstaaten (für Deutschland das Spendensiegel) verglich.

Auch die EU-Kommission beschäftigt sich mit diesem Thema. Sie hat eine – allerdings nicht verbindliche – Empfehlung über die Transparenz und Buchführung im dritten Sektor formuliert. Neben einer stärkeren „Überwachung“ gemeinnütziger Organisationen wird hier ebenfalls ein jährliches Berichtswesen vorgeschlagen. Derzeit wird im Auftrag der Kommission eine Studie über die effiziente Mittelverwendung im gemeinnützigen Sektor erarbeitet.

Weitere Informationen:

<http://www.dzi.de> und <http://www.guidestar-deutschland.de>

<http://www.efa-net.eu> (European Fundraising Association) und <http://www.fundraisingverband.de>



<http://www.icfo.de> und <http://www.icfo.de/texte/survey-formatted.pdf> (Studie: Monitoring Fundraising - a comparative survey of ICFO members and their countries)
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2005:0620:FIN:DE:PDF>
(Empfehlung der EU-Kommission über größere Transparenz des dritten Sektors)

2. Termine

Bilanzen lesen und verstehen – Grundlagen der Buchführung

26.05.2008 9:00-16:30 Uhr, Paritätische Akademie Berlin

Eine nachvollziehbare Gestaltung der Buchführung und der Bilanzen bildet das Rückgrat für den transparenten Geschäftsbericht. Der Workshop soll jenen Teilnehmern und Teilnehmerinnen das Thema näher bringen, die bisher noch keine Bilanzen lesen mussten. Teilnahmegebühr: 180,- Euro (Ermäßigung für Mitglieder des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes). Weitere Informationen: <http://www.akademie.org>
(Veranstaltungsnummer: 02828)

Von der Projektplanung bis zum Zuwendungsbescheid

30.05. – 31.05.2008 Stiftung Mitarbeit, Schöneiche bei Berlin

Stiftungen und der öffentliche Fördermittelgeber gehen von ihrem inhaltlichen Aktions- oder Förderprogramm aus und formulieren dann Kriterien der Antragsbewilligung. Vereine wiederum sollten diese Kriterien bereits in der Antragstellung kennen und in der Projektentwicklung berücksichtigen. Das Seminar behandelt alle Aktivitäten der Projektakquise und –durchführung.

Teilnahmegebühr: 80,- Euro inkl. Übernachtung / Verpflegung (Ermäßigung möglich). Weitere Informationen:

http://www.mitarbeit.de/uploads/media/080530_nis_fundraising_schoeneiche_leporello_print.pdf

Fundraisingtag in München

07.06.2008, Ludwig-Maximilians-Universität (LMU), München

Veranstaltet wird der Fundraisingtag vom Entrepreneurship-Center der LMU in Verbindung mit der Regionalgruppe München des Deutschen Fundraising Verbands. Auf dem Programm stehen Workshops für Einsteiger und Fortgeschrittene. Themen wie »Großspendergewinnung«, »Unternehmenskooperation«, »Fundraising mit Ehrenamtlichen« und »Spenderdatenbanken« werden von erfahrenen Praktikern/innen vermittelt.

Teilnahmebeitrag: 129,00 Euro. Anmeldung und weitere Infos unter

<http://www.fundraisingtag-muenchen.de>

Einsteigerseminar zum Management von Stiftungen

25.06.2008 Deutsche StiftungsAkademie, München

Im Rahmen der Jahrestagung des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen findet ein eintägiges Seminar statt, das für kleine und mittlere Stiftungen spezielle 'Einsteigerfragen' klären soll. Themen sind u.a. die Stiftungsorganisation, Öffentlichkeitsarbeit, rechtliche Rahmenbedingungen sowie Fragestellungen zur Rechnungslegung und Prüfung.

Teilnahmebeitrag: 99,- Euro, weitere Informationen unter:

http://www.stiftungen.org/files/original/galerie_vom_25.01.2006_14.26.11/Programm_Intensivseminar.pdf

2. Fundraising-Tag der politischen Bildung in Köln

20.06.2008 KOMED, Köln

Viele Anbieter politischer Bildungsarbeit sehen sich wegen ausbleibender öffentlicher Mittel vor die Aufgabe gestellt, zusätzliche Finanzierungsquellen zu erschließen. Der von der bpb zum zweiten Mal veranstaltete Fundraising-Tag vermittelt Fachwissen, erläutert, wie die Spenden- und Sponsorenbereitschaft im nichtstaatlichen Bereich aktiviert werden kann und wo noch unentdeckte Potenziale, insbesondere für den Bereich der politischen Bildung, liegen. In acht unterschiedlichen Workshops werden diese Fragen mit Expertinnen und Experten diskutiert.



Teilnahmebeitrag: 25,- Euro (inklusive Verpflegung). Anmeldung und weitere Infos:
<http://www.bpb.de/fundraising-tag>

3. Förderungen & Ausschreibungen

Transparenzpreis von PricewaterhouseCoopers 2008 für alle gemeinnützigen Organisationen offen

Einsendeschluss: 31.08.2008

Zum vierten Mal wird dieses Jahr der Transparenzpreis von PricewaterhouseCoopers ausgeschrieben. Teilnehmen können gemeinnützige Organisationen, die 2007 Spenden von mindestens einer Millionen Euro und das Testat eines Abschluss- oder Rechnungsprüfers vorweisen können. Die Bewertung wird wieder vom Lehrstuhl für Rechnungslegung und Prüfung der Georg-August-Universität Göttingen (Prof. Dr. Lothar Schruoff, s. nachstehendes Interview) nach einem eigens erstellten Kriterienkatalog durchgeführt. Die Preise sind mit 15.000,-, 10.000,- und 5.000,- Euro dotiert.

Der Kriterienkatalog sowie weitere Informationen für Bewerber sind verfügbar unter
www.pwc.de/de/transparenzpreis

„Integration und Vielfalt“ Schwerpunkte bei neuer XENOS-Förderrunde

Interessenbekundung ab 25. April 2008 bis 30. Mai 2008

Am 25. April 2008 beginnt das Interessenbekundungsverfahren für das aus dem Europäischen Sozialfonds (ESF) geförderte Programm "XENOS - Integration und Vielfalt". Das Bundesprogramm "XENOS - Integration und Vielfalt" verfolgt das Ziel, innovative Modellvorhaben zu fördern, die Fremdenfeindlichkeit, Rassismus und Diskriminierung nachhaltig bekämpfen und die Integration von Jugendlichen und jungen Erwachsenen in die Gesellschaft unterstützen. Im Vordergrund stehen die Förderung von beruflichen Schlüsselqualifikationen und die Verbesserung von interkulturellen Handlungskompetenzen. Hauptzielgruppe sind Jugendliche und junge Erwachsene, vor allem ohne Schulabschluss und mit Migrationshintergrund, junge Menschen an der Schnittstelle von (Berufs-)Schule, Ausbildung und Betrieb mit erschwertem Zugang zur Ausbildung oder zum Arbeitsmarkt, aber auch Ältere, Strafgefangene sowie andere von Ausgrenzung bedrohte Personengruppen. Das Verfahren ist zweistufig, die Interessenbekundung läuft noch bis zum 30. Mai 2008, ausgewählte Antragsteller/innen werden zur Einreichung eines vollständigen Antrages aufgefordert. Projekte können bis zu drei Jahre andauern und ein Projektvolumen von 100.000,- EUR bis 1 Mio. EUR umfassen, abhängig vom Fördergebiet wird eine Kofinanzierung von 15 bzw. 30% erwartet. Eine zweite Förderrunde ist für 2011 geplant.

Weitere Informationen: <http://www.xenos-de.de>. Hier ist die online-Antragstellung möglich.

ESF-Förderprogramm Soziale Stadt: "Bildung, Wirtschaft, Arbeit im Quartier"

Ende Interessenbekundung: 26.05.2008

Die Integration von Langzeitarbeitslosen und Jugendlichen in Arbeit und Ausbildung sowie die Stärkung der lokalen Ökonomie will das neue Bundesprogramm „Soziale Stadt – Bildung, Wirtschaft, Arbeit im Quartier (BIWAQ)“ fördern. In der ersten Runde ab 2008 können nur Vorhaben für Regionen eingereicht werden, die bisher (bis 2007 inkl.) schon im Städtebauförderungsprogramm „Soziale Stadt“ gefördert wurden (Liste auf der Website des Programms herunterladbar). Das Programm ist Nachfolger des 2007 aufgelegten Europäischen Sozialfonds (ESF)-Sonderprogramms „Beschäftigung, Bildung und Teilhabe vor Ort“. Die Gesamtkosten sollen mindestens 200.000,- Euro betragen, abhängig von der geographischen Lage werden 12% bzw. 7% Kofinanzierung erwartet. Das Antragsverfahren erfolgt zweistufig, eine erneute Förderrunde ist für 2011 vorgesehen.

Weitere Informationen und Online-Antragsstellung: <http://www.biwaq.de>





EU-Initiative 'Debate Europe' fördert zivilgesellschaftliche Diskussion

Einsendeschluss: 20.06.2008, Berlin

Die Ausschreibung soll eine öffentliche Diskussion europäischer Themen im Rahmen der Initiative "Debate Europe" unterstützen. Auch eine Antragstellung für rein nationale Projekte ist möglich. Die EU möchte mit der Initiative zwar eine Debatte in allen Gesellschaftsschichten anregen, aber auch gezielt Entscheidungsträger im Kontext der Europaparlamentswahlen 2009 zu mehr Bürgernähe "einladen".

Gefördert werden z.B. öffentliche Konsultationen und Seminare, die den Dialog zwischen Bürger, Meinungsbildnern, Entscheidungsträgern und anderen Akteuren unterstützen. Inhaltlich sollen die Maßnahmen sich sowohl an nationalen Bedürfnissen, wie auch an europäischen Themen orientieren. Die Ausschreibung in Deutschland wird über die Vertretung der EU-Kommission in Berlin organisiert. Mit dem Gesamtvolumen von 300.000,- Euro wird angestrebt etwa 20 Projekte in einem Volumen von 5.000,- und 50.000,- Euro zu unterstützen. Es wird eine Kofinanzierung von 20% (keine EU-Mittel!) durch den Antragsteller erwartet. Die mögliche Projektlaufzeit geht vom 1. Oktober 2008 bis zum 30. November 2009. Einreichungsfrist 20. Juni (Poststempel) bei der Vertretung in Berlin.

Weitere Informationen, Kontakt und Antragsunterlagen:

http://ec.europa.eu/deutschland/work_study/tenders/index_de.htm

Wettbewerb "Musik bewegt" der Stiftung "Jugend und Zukunft" ausgeschrieben

Einsendeschluss: 30.06.2008

"Musik bewegt" ist das Motto des diesjährigen Nationalen Förderpreises, den die Hamburg-Mannheimer-Stiftung "Jugend & Zukunft" bereits im dritten Jahr in Folge ausschreibt. Gefördert werden Projekte, die durch musikalische Aktivitäten zur kulturellen, sozialen, physischen oder psychischen Förderung von Kindern und Jugendlichen beitragen. Zielgruppe sind benachteiligte Kinder und Jugendliche unter 25 Jahren. Ein Bewertungsmaßstab der Auswahl ist die Verzahnung von musikpädagogischen, sozialpädagogischen und geschlechtsspezifischen Ansätzen. Am Wettbewerb können auch bereits laufende Projekte teilnehmen. Die drei ersten Preise sind mit 25.000,- Euro, 20.000,- Euro und 15.000,- Euro dotiert. Acht weitere Projekte werden mit Anerkennungspreisen von je 5.000,- Euro ausgezeichnet.

Weitere Informationen: <http://www.hamburg-mannheimer-stiftung.de>

4. Im Fokus

„Kleine Organisationen haben in der Transparenzdebatte einen natürlichen Vorteil“

Christoph Müllerleile, 61, ist Mitgründer des Deutschen Fundraising Verbandes und des Deutschen Spendenrates. Er lebt im Taunus und ist seit 22 Jahren im Fundraising und als Fachjournalist für Fragen des Dritten Sektors aktiv. Weitere Informationen: <http://www.christoph-muellerleile.de>.

bpb: Spätestens seit UNICEF ist in der Fundraising-Szene die Diskussion um Transparenz neu entfacht. Welchen Stellenwert hat Transparenz und offene Kommunikation in diesem Geschäft und wie kann sie sichergestellt werden?

C.M.: Offenheit und Ehrlichkeit sind Grundregeln im menschlichen Zusammenleben und haben genauso für spendensammelnde Organisationen ihre Gültigkeit. Wenn herauskommt, dass ein Bildungsverein, der eine Spendenkampagne als „letzte Hilfe“ zum Überleben gestartet hat, überhöhte Dozentenonorare zahlt, dann bricht die Hölle los.

Die Überprüfbarkeit wird kritischer, wenn Organisationen größer oder überregional tätig sind und damit die Überprüfung der Bilanzen schwieriger wird. Gerade in diesem Bereich muss es Dritte geben, die gegenüber Spendern und Spenderinnen die zweckmäßige Mittelvergabe garantieren. Das können z.B. das DZI, der Spendenrat oder ein Branchenbündnis wie die VENRO sein – teilweise profilieren sie sich ja öffentlich in dieser Richtung. Um diese Tätigkeit sinnvoll durchzuführen, müssen diese Organisationen personell jedoch deutlich besser ausgestattet werden als bisher. Auch stellt sich teilweise die Frage, wie offen die Verbände selbst dieses Problem wirklich angehen wollen.





bbp: Wie sieht die Situation in anderen Ländern aus – bauen diese mehr auf Selbstregulation oder eher auf gesetzliche Vorgaben?

C.M.: Andere Länder mit einer längeren Fundraising-Tradition haben ähnliche Erfahrungen gemacht, wie wir sie derzeit erleben. Aus diesem Grund sind dort die gesetzlichen Vorgaben zu einer transparenten Kommunikation der Einnahmen und Ausgaben im gemeinnützigen Sektor meist strikter formuliert und die Möglichkeiten der Schlupflöcher nicht so groß wie bei uns. Zum Beispiel England: Gemeinnützige Organisationen sind zur jährlichen Veröffentlichung eines Rechenschaftsberichtes verpflichtet, der sowohl die Einnahmen- und Ausgabenseite als auch die tatsächliche Geschäftsführung umfasst. Die Begriffe sind genau definiert, und die Darstellungsweise ist vorgeschrieben und damit auch für Außenstehende leichter nachvollziehbar. Von staatlicher Seite werden diese Vorgaben durch die Charity-Commission überwacht, die den Status der Gemeinnützigkeit – analog zum Finanzamt – verleiht. Die eindeutige gesetzliche Regelung ermöglicht es, den Dachverbänden wesentlich klarer Standards zu definieren und zu überwachen.

Darüber hinaus schaut die Öffentlichkeit wesentlich genauer hin. Die Medien recherchieren aktiver bei möglichem Missbrauch und haben – aufgrund der allgemein üblichen Veröffentlichung im Internet etwa durch GuideStar (<http://www.guidestar.org>) – deutlich bessere Möglichkeiten, Fehlentwicklungen aufzudecken.

bbp: Was bedeutet das in der Konsequenz für den gemeinnützigen Sektor in Deutschland?

C.M.: Wenn Sie die Meldungen im Zusammenhang mit UNICEF lesen, dann ist – zumindest für mich – teilweise immer noch die Argumentation heraushörbar, es seien nur ‚schwarze Schafe‘ am Werk gewesen. Ich glaube dagegen, dass die Zahl derer, die Spenden missbräuchlich verwenden, höher liegt, als allgemein geschätzt. Nach meiner Sicht muss zweigleisig verfahren werden: Eine eindeutige Vorschrift über Transparenz und Publizitätspflichten sollte vom Gesetzgeber vorgegeben werden. Auf dieser Basis können dann die Verbände entsprechende Überprüfungsinstitutionen einrichten. Ich bin also gegen eine ‚Superregulierungsbehörde‘ für das Spendenwesen, aber für klarere Vorschriften, die vom Sektor selbst überwacht werden.

bbp: Bisher haben wir in diesem Gespräch die typischen ‚großen‘ Organisationen betrachtet – die ja auch von GuideStar, DZI-Spendensiegel und dem Transparenzpreis von PwC angesprochen werden. Was ist mit den kleinen, lokalen Organisationen, die nicht Zielgruppe der Zertifizierung sind oder denen diese möglicherweise zu teuer sind?

C.M.: Kleine Organisationen haben in der Transparenzdebatte einen natürlichen Vorteil: ihre Einnahmen sind nicht so hoch, ihre Ausgaben überschaubar und werden meistens innerhalb von Deutschland getätigt, wodurch ihre Jahresrechnungen wesentlich einfacher nachvollziehbar sind. Sie brauchen also keinen externen Gutachter, der ihren Umgang mit den Einnahmen und Ausgaben noch einmal zertifiziert. Darüber hinaus akquirieren sie Spenden (häufig auch ehrenamtliches Engagement) meist in einem Kreis, in dem sie über persönliche Kontakte bekannt sind. Diese ‚Überschaubarkeit‘ können kleinere Organisationen offensiv kommunizieren.

„Provisionen gelten in der Fundraising-Szene als verpönt“

Joachim Dettmann ist in Berlin freiberuflich tätig als Fundraiser, Organisationsentwickler und Gemeindeberater. Ehrenamtlich war er lange Jahre im Gemeindegemeinderat in Berlin-Steglitz engagiert. Zudem ist er Lehrbeauftragter für Fundraising an der Evangelischen Fachhochschule Berlin. Weitere Informationen: <http://www.fundraising-dettmann.de>.

bbp: Das Spendensiegel des DZI richtet sich vornehmlich an größere, überregionale Nonprofit-Organisationen. Ein Transparenzzertifikat für lokale Organisationen gibt es unseres Wissens nach nicht. Sollte hier „nachgebessert“ werden?

J.D.: Von den rund 500.000 Vereinen in Deutschland ist der weitaus größte Teil lokal tätig. Für diese ist ein externes Zertifizierungsverfahren nicht nur überflüssig, sondern sogar unsinnig, weil das Verfahren viel zu aufwändig ist im Vergleich zum Ergebnis. Wo die Distanz zwischen einer Organisation und den Spendern bzw. Spenderinnen größer wird, etwa bei überregionalen Organisationen oder solchen, die Projekte im Ausland z.B. in der Entwicklungszusammenarbeit durchführen, kann eine Zertifizierung allerdings sinnvoll und dienlich sein.





bbp: Sie sagten zuvor, dass bei größeren Organisationen die externe Überprüfung der Transparenz sinnvoll sein könnte. Reicht das Angebot von Spendensiegel und Transparenzpreis aus, um den bestehenden Bedarf zu bedienen?

J.D.: Mir sind – neben dem DZI – andere Einrichtungen bekannt, die ein „Transparenzzertifikat“ verleihen oder verleihen wollen. So etwa der TÜV-Rheinland, von anderen Organisationen hört man es ebenfalls. Ich bin jedoch skeptisch bei diesen Vorhaben. Das DZI hat den großen Vorteil einer zumindest teilweisen staatlichen Finanzierung, die eine gewisse Unabhängigkeit vermuten lässt. Wenn nun weitere (private) Zertifizierer auf den Markt drängen, verstärkt das natürlich den Wettbewerb. Irgendwann steht dann die Frage im Raum, inwieweit der Zertifizierer unabhängig bleibt, wenn er von den Gebühren der Spenden-Organisationen seine Existenz zu sichern sucht. Darüber hinaus wird die „Landschaft“ derjenigen, die Zertifikate vergeben, für die Spender unübersichtlich; wir kennen das ja auch aus anderen Zusammenhängen, zum Beispiel, dass der Endverbraucher mitunter vor der Frage steht, welchem der vielen Zertifikate er bzw. sie nun eigentlich noch trauen kann. Daher halte ich eine halbstaatliche Variante nach Art des DZI für die sinnvollste.

bbp: Es ist ja schon ein gewisses Dilemma. Alle wissen, dass Fundraising zunächst Geld kostet, nur ausgeben sollen die Organisationen oft nichts dafür. In der Fundraising-Szene wird z.B. das Provisionsgeschäft abgelehnt, gleichzeitig sehen es Organisationen immer wieder als Möglichkeit, günstig, wenn nicht sogar kostenlos in das Fundraising einzusteigen. Wie sollen sich gemeinnützige Organisationen in diesem Widerspruch von Kosten und Professionalität zurecht finden?

J.D.: Provisionen gelten in der Tat in der Fundraising-Szene als verpönt. Und nicht nur das, sie sind auch unüblich, und das ist auch gut so. Wenn gemeinnützige Organisationen ein solches Arbeitsverhältnis anstreben, dann können sie davon ausgehen, dass das kaum erfolgreich enden wird. Ich beobachte, dass solche Tätigkeiten häufig von Personen durchgeführt werden, die nicht hinreichend qualifiziert oder kompetent sind, um am „regulären“ Markt – also über die direkte Aushandlung eines Honorarsatzes – bestehen zu können.

Es hat auch etwas mit Professionalität zu tun: Wenn z.B. ein Verein eine gute Dienstleistung in Anspruch nehmen möchte, dann sollte er auch bereit sein, für diese Dienstleistung ein adäquates, marktübliches Honorar zu zahlen. Ich weiß, dass der Spender damit einverstanden ist, wenn ihm das nachvollziehbar vermittelt wird. Das Wichtige ist hier: Offenheit, Offenheit und nochmals Offenheit! Früher hieß es einmal: Von einem gespendeten Euro kommt auch ein Euro beim Projekt an. Das ist natürlich falsch, denn schon das Geldinstitut kassiert Gebühren für die Transaktion. Wichtig ist hier, dass die Organisationen, die externe Beraterleistungen einkaufen, in ihrer Kommunikation vermitteln, welche Leistungen konkret für die Honorarsumme erbracht wurden und wie man momentan aber auch strategisch davon profitiert. Wer glaubhaft vermittelt, dass ein gewisser Honorarsatz marktüblich ist, der bekommt auch keine Schwierigkeiten mit den Spendern.

bbp: Für viele Vereine bedeutet der Einstieg ins Fundraising einen Schritt zur weiteren Professionalisierung. Bisher haben Ehrenamtliche vieles geleistet, nun jedoch werden Verantwortungsbereiche zunehmend aufgegliedert, vielleicht kommt ein Externer dazu. Was schlagen Sie vor, um diesen Übergang möglichst „weich“ zu gestalten?

J.D.: Erstens: Im Nonprofit-Sektor ist die wichtigste Ressource noch immer das Ehrenamt. Wenn Sie in die Statistiken schauen, dann sehen Sie, dass die „Zeitspenden“ deutlich zunehmen. Da sehe ich – auch in der von Ihnen beschriebenen Phase – weiterhin ein großes Wachstumspotenzial. Das bedeutet, Organisationen sollten genau prüfen, in welchen Bereichen sie ehrenamtliche Unterstützung brauchen. Das kann z.B. die Gestaltung einer Website sein, für die man Informatik-Studenten gewinnt – die Vereine, die das gemacht haben, hatten Erfolg damit. Zugleich heißt das auch: Nicht alle, die ehrenamtlich aktiv werden wollen, sind für einen bestimmten Verein und dessen Arbeit auch geeignet. Leider sehe ich aber auch häufig, dass jeder „genommen“ wird, der manchmal den Verein nur bedingt unterstützen kann oder ihn sogar in seiner Arbeit behindert.

Ich halte das für sehr wichtig, weil der innere Kern der Mitarbeitenden mittelfristig auch den Kreis weiterer Interessierter – und eben auch Spender bzw. Spenderinnen – anzieht. Wenn Sie im Kern gute Leute haben, dann bekommen Sie diese auch in der Peripherie und so weiter. Da





braucht man nicht Geld, sondern eher Kreativität und Zeit, um die richtigen Leute zu finden. Zweitens empfehle ich Vereinen, die am Anfang ihrer Fundraising-Tätigkeit stehen, dieses tunlichst selbst zu bewerkstelligen. Oft höre ich das Argument „Mit Fundraising wollen wir nichts zu tun haben, wir wollen nur das Geld.“ Doch die eigene Fundraising-Erfahrung ist unersetzlich. Mehr noch: Die eigene Fundraising-Erfahrung ist mitunter das größte Kapital einer Spenden-Organisation. Und die braucht man, auch und gerade dann, wenn man das Fundraising vielleicht später einmal outsourced. Die Organisationen müssen trotzdem gut sein in der Öffentlichkeitsarbeit, im Marketing und in der Kommunikation. Die Rolle eines externen Beraters kann hier nur die eines Helfers sein, der sich selbst möglichst bald überflüssig macht.

„Transparenz ist ein wesentliches Instrument, Vertrauen beim Spender zu schaffen“

Prof. Dr. Lothar Schruff ist Inhaber des Lehrstuhls für Rechnungslegung und Prüfung der Georg-August-Universität Göttingen und betreut die Analyse der Berichterstattung von Spendenorganisationen im Rahmen des Transparenzpreises von PricewaterhouseCoopers. Weitere Informationen: <http://www.uni-goettingen.de/de/24421.html>

bpb: Bei der Transparenz-Debatte werden meist überregionale Beispiele herangezogen. Fundraiser meinen, dass auf der lokalen Ebene – wo die meisten Vereine aktiv sind – aufgrund des persönlichen Kontaktes eine externe Transparenz-Überprüfung nicht notwendig sei. Wie sehen Sie das aus Ihren Erfahrungen beim Wettbewerb um den Transparenzpreis?

L.S.: Auf der lokalen Ebene stimme ich dem völlig zu. Es gibt eine jährliche Mitgliederversammlung, bei der die Finanzen und Tätigkeiten des Vereins dargestellt und geprüft werden und der Vorstand entlastet wird. Wir haben hier eine über hundertjährige Rechtstradition und im Regelfall gibt es keine Probleme, wie das Beispiel der rund 600.000 Vereine in Deutschland zeigt.

Auf der überregionalen Ebene stehen wir einer anderen Situation gegenüber. Große Vereine haben vielfach keinen direkten Kontakt mehr zu den Mitgliedern oder Spendern. Der geschilderte Kontrollmechanismus wird dadurch leicht ausgeschaltet. Spenden werden häufig mit Hilfe prominenter Persönlichkeiten eingeworben, aber der Spender weiß in der Regel nicht, was mit seinem Geld eigentlich passiert. Und diese ‚Wissenslücke‘ kann nur durch eine transparentere Information über die Geldflüsse und über die Aktivitäten des Vereins geschlossen werden.

bpb: Gibt es es besonders positive Beispiele?

Einige Organisationen stellen ihre Informationen vorbildlich umfassend gegenüber der Öffentlichkeit dar. Bei Ärzte ohne Grenzen – wiederholter Preisträger des Transparenzpreises – geht es z.B. bis zur Offenlegung der Vorstandsbezüge. Da kann jeder nachvollziehen, für welche Projekte oder anderen Tätigkeiten die gespendeten Gelder eingesetzt wurden. Diese Informationen haben alle Organisationen. Das zuständige Finanzamt erhält sie bei der Überprüfung der Gemeinnützigkeit, das DZI bei der Siegelvergabe. Nur die Öffentlichkeit erfährt sie von vielen Organisationen leider nicht – und das halte ich für einen großen Mangel.

bpb: Welche Änderungen nehmen Sie im Kommunikationsverhalten der Organisationen wahr?

L.S.: Im Wettbewerb um den Transparenzpreis nehmen wir wahr, dass die teilnehmenden Organisationen für das Thema sensibel sind und dass das Niveau insgesamt steigt. In den vergangenen drei Jahren hat sich die Berichterstattung der teilnehmenden Organisationen messbar verbessert. Daneben entwickeln wir den Kriterienkatalog auf Grundlage der bisherigen Erfahrungen und des Gedankenaustausches mit den Spendenorganisationen immer weiter.

bpb: Zum Abschluss noch einmal konkret: welche Schritte sind wichtig, um zu einer transparenteren Kommunikation zu kommen?

L.S.: Erstens: Die Organisationen müssen weiter lernen, dass Transparenz ein wesentliches Instrument ist, Vertrauen beim Spender zu schaffen. Sie müssen lernen, alle Informationen, die Geldflüsse und Aktivitäten des Vereins betreffen, im Jahresbericht offen zu legen. Ich denke, hierfür ist die Diskussion des vergangenen Vierteljahres hilfreich.

Zweitens: Die Governance-Strukturen, also die internen Kontrollmechanismen von Vorstand – bei Stiftungen evtl. Kuratorium – und Geschäftsführung müssen vielfach klarer formuliert und





dann auch tatsächlich „gelebt“ werden. Auch die interne Kommunikation der Spendenorganisationen könnte von mehr Transparenz geprägt sein. Wenn das erreicht ist, können wir, denke ich, schon ganz zufrieden sein.

5. Tipps und Literatur

Ethik im Fundraising – Publikationen

Die ethische Fragestellung im Fundraising ist so alt wie das Fundraising selbst. Wie sollen Fundraiser/innen und spendensammelnde Organisationen mit Provisionen umgehen? Welche Partnerschaften überschreiten beim Sponsoring das ethisch Vertretbare? Wie offensiv kann oder soll eine Standwerbung oder Haustürsammlung erfolgen? 2005 hat das DZI seinen jährlichen Workshop für Träger des Spenden-Siegels zu diesem Themenschwerpunkt durchgeführt und dokumentiert. Neben einer normativen Begründung der Notwendigkeit ethisch basierten Fundraisings beschreiben die Praxisbeispiele vor allem ethische Fragestellungen in Patenschaftorganisationen. Ein Blick auf die europäische Ebene und die ethischen Grundprinzipien der Europäischen Fundraising Association ergänzen die Dokumentation.

"Ethik im Fundraising - Kinderpatenschaften, Selbstverpflichtungen und weitere Spannungsfelder". Bezug: Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI), Bernadottestr. 94, 14195 Berlin,

E-Mail: verlag@dzi.de, <http://www.dzi.de>, 7,- Euro

Fundraising professionell

Auch „Fundraising professionell“, die Halbjahresschrift des Fundraising Verbandes, beschäftigt sich aktuell mit diesem Thema. Burkhard Wilke – Geschäftsführer des DZI – plädiert hier für eine Verschränkung der Elemente ‚direkter Transparenz‘ (insbesondere durch Jahresberichte), ‚Selbstregulation‘ (Selbstverpflichtungen des Fundraising Verbandes oder von VENRO), ‚geprüfter Transparenz‘ (Spendensiegel, Transparenzpreis) und Spenderschutz (Sammlungsgesetze, Gemeinnützigkeitsrecht u.a.). Klaus Neuhoﬀ betrachtet die Wahrnehmungsunterschiede im Binnen- und Außenverhältnis gemeinnütziger Organisationen während Kai Fischer – trotz der vermeintlichen Ersparnis – ein Plädoyer gegen prämiensbasiertes Fundraising formuliert und dieses nicht nur ethisch sondern auch betriebswirtschaftlich begründet. „Freiwillige und Ehrenamt“ bilden den zweiten Schwerpunkt der Halbjahresschrift.

„Fundraising professionell“ 1/2008 kann bestellt werden über <http://www.fundraisingverband.de> oder info@fundraisingverband.de 14,- Euro zzgl. Versandkosten. Der Artikel „Provisionen – der Fluch im Fundraising“ von Kai Fischer kann als PDF kostenlos heruntergeladen werden unter <http://www.spendwerk.de/download/Provisionen-Fluch-im-Fundraising.pdf>. Die herrschende skeptische Haltung zum provisionsbasierten Fundraising wird von Robert Buchhaus, Geschäftsführer von Face2Face Fundraising unter <http://www.spendwerk.de/sozial/artikel/provisionen-pro.htm> hinterfragt. Beide Artikel bieten interessante Denkanstöße zur Klärung des eigenen Handelns.

GuideStar Deutschland sucht Teilnehmer für Aufbau einer Internetdatenbank

GuideStar Deutschland sucht für einen ersten Testlauf der Datenbank interessierte Organisationen, die bereit sind, an der Entwicklung des Internetservice teilzunehmen und Informationen über ihre Tätigkeit in die Datenbank einzugeben. Ziel des EU-geförderten Projektes ist die Erstellung einer Datenbank für gemeinnützige Organisationen im Internet. Sie soll die Arbeit der Vereine, Stiftungen und anderer gemeinnütziger Organisationen für alle zugänglich im Internet abbilden. Damit soll GuideStar zu einer verbesserten Transparenzkultur in diesem Sektor in Deutschland beitragen. Vorbild ist die englische Website Guidestar (<http://www.guidestar.org>), dort sind die zugrundeliegenden Informationen öffentlich zugänglich und werden in der Datenbank zusammengefasst. Das Projekt ist beim Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) angesiedelt, weitere Partner sind vorwiegend Verbände aus dem dritten Sektor.





Weitere Informationen: <http://guidestar-deutschland.de>

6. Fallbeispiel Vereinsentwicklung: Qualitäts- und Strategieentwicklung

Am Beispiel des Vereins „Gerechte Welt“ schilderten in den letzten 5 Ausgaben wir typische Entwicklungsstufen in der Professionalisierung eines gemeinnützigen Vereins. Wir schließen unser Fallbeispiel Vereinsentwicklung in dieser Ausgabe mit der **Qualitäts- und Strategieentwicklung** ab. Alle sechs Folgen unserer Reihe von der Gründung über Anträge, Öffentlichkeitsarbeit, Konfliktmanagement bis zu Personalentwicklung finden Sie als „Akquisos-Dossier“ in einer pdf Datei unter www.bpb.de/newsletter/akquisos -> Dossier Vereinsentwicklung (rechter Frame).

Vor fünf Jahren hätte das niemand erwartet – aus einer Schülerinitiative ist ein florierender Verein „Gerechte Welt“ geworden, der als Bildungsträger in entwicklungspolitischen Fragen anerkannt ist und die Projektarbeit zwischen verschiedenen Schulen und der Partnerschule in Namibia koordiniert. Die bei dem EU-Projekt akquirierte Stelle konnte auch über das Projektende hinaus finanziert werden. Viel Vereinsarbeit läuft weiterhin ehrenamtlich.

Daher stellt sich vereinsintern die Frage, wie Qualitätsmaßstäbe, die der Verein in den letzten fünf Jahren entwickelt hat, an die folgende Generation weitergegeben werden können. Darüber hinaus stellt der Verein bei der Projektakquisition fest, dass immer häufiger nach Qualitätsstandards gefragt wird. Vor einem halben Jahr haben sie eine Förderung nicht bekommen, weil sie das Qualitätssiegel als Freiwilligenorganisation nicht hatten. In einem Seminar hat der Vereinsvorstand schon gehört: Entwicklungsprozesse zur Qualitätsverbesserung sollten immer möglichst viele Beteiligte einer Organisation einbeziehen – auch und gerade die Ehrenamtlichen. Gleichzeitig ist es häufig frustrierend, wenn hinter der Qualitätsentwicklung die eigentliche Arbeit zurückstecken muss – insbesondere für die hauptamtlich Beschäftigten, die für diese Prozesse meist mehr Zeit verwenden. Hier gilt es daher eine gute Balance zwischen den verschiedenen Interessen zu entwickeln.

Qualitätsentwicklung erfolgt in drei Schritten:

1. Definition von Zielen
2. Überprüfung und Angleichen der Qualität in der Umsetzung
3. Auswertung um für ein nächstes Projekt ein höheres qualitatives Niveau zu sichern

1. Ziele definieren:

Man kann zwischen kurz- mittel- und langfristigen Zielen unterscheiden. Langfristige Ziele werden z.B. im Leitbild oder der Vision festgelegt, die das Selbstverständnis des Vereins über die kommenden 10-15 Jahre prägt oder prägen soll. Kurz- und mittelfristige Ziele legen z.B. in einer Jahresplanung fest, wie der Verein die selbstgesetzte Vision umsetzen will. Hieraus leiten sich kleineren Projekte ab, in denen ebenfalls wieder Projektziele definiert sind. Während die Formulierung der langfristigen Ziele eher offen gestaltet wird, wird von den kurz- / mittelfristigen Zielen erwartet, dass sie für den Zeitbedarf sowie Geld und Personal überprüfbare Zahlen definieren.

Die Dokumentation eines Leitbildprozesses am Beispiel des Verbandes der Aids-Hilfen in NRW findet sich unter: http://www.ahnrw.de/aidshilfe-nrw/upload/pdf/dokumentationen/leitbildinfo_1-3.pdf.

Ein Beispiel aus dem schulischen Kontext zeigt einen partizipativen

Konsensfindungsprozess: [http://www.bildung-](http://www.bildung-brandenburg.de/fileadmin/bbs/service/bebis/sw/Schulprogramm/Leitbildentwicklung.ppt)

[brandenburg.de/fileadmin/bbs/service/bebis/sw/Schulprogramm/Leitbildentwicklung.ppt](http://www.bildung-brandenburg.de/fileadmin/bbs/service/bebis/sw/Schulprogramm/Leitbildentwicklung.ppt).

Bei der Zieldefinition sind relativ bekannte Methoden wie die SMARTen Ziele:

<http://lehrerfortbildung-bw.de/kompetenzen/projektkompetenz/planung/ziele/> oder das 80:20 Prinzip hilfreich: <http://www.todo-liste.de/html/pareto-prinzip.php>.

2. Qualitätskriterien festlegen



Qualitätssicherung ist die Überprüfung vergangener Aktivitäten an definierten Kriterien und – bei Bedarf – eine entsprechende Verbesserung festgestellter Defizite. Einige Organisationen folgen dabei extern vorgegebenen Kriterien und lassen sich dieses zertifizieren – wie z.B. bei der Vergabe des DZI-Spendensiegels. Andere – z.B. viele Schulen in freier Trägerschaft – definieren und entwickeln diese Standards selbst. Ein Instrument, das den Kreislauf von Zielüberprüfung und Verbesserungsmöglichkeiten zusammenfasst, ist die Balanced Scorecard (BSC). Die BSC legt in vier Perspektiven Kennzahlen fest: Finanzen, Kunden (Klienten), Mitarbeiter/innen, Abläufe (Organisation). In einem gemeinsamen Verfahren diskutieren die Beteiligten, wie die Qualität in den vier Bereichen jeweils zahlenmäßig überprüft werden kann.

Eine gut nachvollziehbare Einführung in die Balanced Scorecard findet sich auf: <http://www.4managers.de/themen/balanced-scorecard/> Fallbeispiele und ergänzende Literatur unter <http://www.balanced-scorecard.de>.

3. Abgelaufene Prozesse reflektieren

Das Ursache-Wirkungs-Diagramm kann Fehler in vergangenen Prozessen gut visualisieren. Dabei folgt es dem Prinzip der Mind-Map und differenziert die Prozesse und Strukturen in sechs Unterfelder: Diese und weitere Methoden finden Sie im Organisationshandbuch des Innenministeriums: <http://www.orghandbuch.de> (Als Suchbegriff Ursache-Wirkungs-Diagramm oder Kapitel 6.3.2.)

Ein internes Auswertungsinstrument kann auch die kollegiale Beratung sein. Sie ist insbesondere für Vereine geeignet, die sich z.B. keine externe Supervision leisten können und sich daher bei Schwierigkeiten – sofern es keine Teamkonflikte sind – gegenseitig unterstützen. Die kollegiale Beratung folgt einem festgelegten Ablauf, der vor allem dazu dient, zunächst die dargestellte Situation zu verstehen. Erst im nachfolgenden Schritt werden Ratschläge erteilt und mit dem Fallgeber diskutiert. Weitere Informationen hierzu: <http://www.kollegiale-beratung.de>.

Zur Evaluation bietet die Website <http://www.univation.org> u.a. Checklisten für Einsteiger und auch die insgesamt 36 sehr empfehlenswerten „Qualitätssicherungs-Hefte“ des Bundesfamilienministeriums als PDF-Download: http://www.univation.org/index.php?class=Calimero_Webpage&id=9030.

Impressum

Herausgeberin:

Bundeszentrale für politische Bildung
Redaktion: Christian Baier (SOCIUS
Organisationsberatung gGmbH Berlin),
Daniel Kraft (verantwortlich), Bettina
Braun, Raul Gersson (Leiter
Stabsstelle Kommunikation)

E-Mails an die Redaktion:

fundraising@bpb.de

Akquisos online bestellen oder
abbestellen unter:

<http://www.bpb.de/newsletter/akquisos>

