

Pressemitteilung

Spendenorganisationen wollen sich gemeinsam vor „schwarzen Schafen“ schützen
Arbeitstagung Sozialmarketing bereitet in Frankfurt den Boden für einen „Deutschen
Spendenrat“

Frankfurt, 29. Januar 1993.- Gemeinnützige Organisationen in Deutschland sollen künftig mit einer Stimme sprechen, wenn es um Grundsätze des Spendensammelns geht. Diese Auffassung vertraten etwa hundert Vertreter von sozial-caritativen und kirchlichen Hilfswerken, Umweltverbänden und anderen gemeinnützigen Einrichtungen, die sich am Donnerstag in Frankfurt zu einer „Arbeitstagung Sozialmarketing“ trafen. Ein während der Tagung gebildeter zehnköpfiger Ausschuß unter der Leitung des Generalsekretärs des Weißen Rings, Dieter Eppenstein, wird die Gründung eines Deutschen Spendenrates vorbereiten, dem alle gemeinnützigen Organisationen angehören können.

Aufgabe des Spendenrates soll es sein, Transparenz in die Rechnungslegung spendensammelnder Organisationen zu bringen und Grundsätze für das Spendensammeln zu formulieren, denen sich gemeinnützige Organisationen freiwillig anschließen können. Auf diese Weise sollen Spender vor unseriöser Spendenwerbung geschützt und zugleich seriöse Organisationen davor bewahrt werden, mit "schwarzen Schafen" in einen Topf geworfen zu werden.

Damit die Menschen sicher sein können, daß ihre Spende auch dem Zweck zugute kommt, für den sie gedacht ist, wollen sich die spendensammelnden Organisationen freiwillig Regeln unterwerfen. Wer diese Selbstverpflichtung unterschreibt und seine Bücher nach bestimmten Richtlinien prüfen läßt, kann Mitglied des Deutschen Spendenrates werden und dies seinen Förderern bekanntmachen. Bei Verstößen droht der Ausschluß und eine öffentliche Rüge.

Das Spendensiegel des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI) leistet diese Aufgabe bislang nicht und ist zudem beschränkt auf Organisationen aus dem Bereich der Wohlfahrtspflege. DZI-Geschäftsführer Lutz E. Worch begrüßte auf der Tagung die Absicht, einen Spendenrat zu gründen, und bot die Zusammenarbeit mit seinem Institut an.

Am Mittwochabend gründete sich in Frankfurt im Vorfeld der Arbeitstagung die Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing, in der sich hauptberuflich im Bereich Spendenmarketing Tätige zusammenschließen. Die Arbeitsgemeinschaft soll berufliche Interessen wahrnehmen, die Ausbildung von Nachwuchs des Spendenmarketing fördern und den Erfahrungsaustausch erleichtern. Christoph Müllerleile von der Umweltstiftung WWF Deutschland, der im Namen einer Arbeitsgruppe von Umweltverbänden zur Arbeitstagung Sozialmarketing und zur Gründung der Bundesarbeitsgemeinschaft eingeladen hatte, wurde zum Vorsitzenden des Vereins gewählt. Sein Stellvertreter ist Franz Orth von der Agentur Social Concept in Krefeld.

Für Rückfragen stehen zur Verfügung:

Für den Deutschen Spendenrat:

Dieter Eppenstein
c/o Weißer Ring

Weberstr.16
W-6500 Mainz-Weisenau
Tel.06131/830331
Fax 830345

Für die Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing:
Christoph Müllerleile
c/o Umweltstiftung WWF-Deutschland
Hedderichstr. 110
W-6000 Frankfurt 70
Tel. 069/605003-48
Fax: 617221

Programm Arbeitstagung Spendenmarketing am 28. Januar 1993 in Frankfurt/Main

Ablauf

9.30 Uhr Eintreffen der Teilnehmer. Registrierung und Empfang weiterer Tagungsunterlagen.

10.00 Uhr Beginn der Tagung Eröffnung Referat: "Möglichkeiten und Grenzen der Zusammenarbeit im Sozialmarketing"

10.30 Uhr Referat mit Diskussion: "Spendengrundsätze in der Bewährung - Ein Erfahrungsbericht des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen". Referent: Lutz E. Worch, Geschäftsführer DZI, Berlin.

12.00 Uhr Mittagessen

13.30 Uhr Referat mit Diskussion: "Freiwillige Selbstkontrolle - Vorstellung eines Modells als Basis für künftige Zusammenarbeit gemeinnütziger Organisationen im Bundesgebiet". Referent: Christoph Müllerleile, Umweltstiftung WWF-Deutschland, Frankfurt.

15.00 Uhr Kurzreferate und Diskussion zu weiteren Themen von gemeinsamem Interesse:

- Datenschutz: Was bringen die neuen Richtlinien aus Brüssel ?
- Entgelte und Vorschriften für Directmail: Wann kommt der Sondertarif für gemeinnützige Organisationen ?
- Zahlungsverkehr: Was steht uns für den beleglosen Zahlungsverkehr ins Haus ?

17.00 Uhr Ende der Tagung Änderungen des Ablaufs vorbehalten

Christoph Müllerleile

„Freiwillige Selbstkontrolle - Vorstellung eines Modells als Basis für künftige Zusammenarbeit gemeinnütziger Organisationen im Bundesgebiet“

Vortrag am 28. Januar 1993 auf der „Arbeitstagung Sozialmarketing“ in Frankfurt am Main

Meine sehr verehrten Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,

Spenderschutz - Spendenschutz - Steuerschutz. Das DZI schützt die deutsche Öffentlichkeit vor schwarzen Schafen des Spendenmarketing. Wer aber schützt die gemeinnützigen Organisationen vor falschen Verdächtigungen? Wer schützt 1.500 bundesweit Spenden sammelnde, seriöse Vereine, Stiftungen, Verbände und Gesellschaften vor einer Handvoll schwarzer Schafe, die das Vertrauen ihrer Mitmenschen nicht verdienen? Wer antwortet, wenn in den Medien das Spendenwesen insgesamt in Frage gestellt wird? Wer schreibt Fachartikel und Leserbriefe? Wer stellt sich für Interviews zur Verfügung? Ich habe das gestern bei der Gründung der Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing als „Katastrophenmanagement“ bezeichnet. Denn es kann für uns alle die Situation eintreten, dass eine bisher als renommiert angesehen große Organisation ins Zwielicht gerät und die Öffentlichkeit dann Fragen an uns alle stellt. Dafür müssen wir gerüstet sein. Wir müssen uns auch darauf einstellen, dass unseriöse Organisationen aus dem ganzen EG-Bereich Deutschland mit Spendenaufrufen überschwemmen und sich dabei seriöser Vorbilder bedienen. Das ist ziemlich risikolos und garantiert höhere Profite als manches solide Investment.

Trotz gelegentlicher negativer Berichterstattung in den Medien sind die öffentliche und auch die veröffentlichte Meinung uns im Allgemeinen freundlich gesonnen. Bitte denken Sie an die zahllosen Berichte in der Lokalpresse über die Aktivitäten von Vereinen und Gruppen, an die Unterstützung von Hilfeaufrufen in Katastrophenfällen, an die kostenlose Schaltung von Anzeigen und Werbespots, die uns bei unserer täglichen Fundraising-Arbeit helfen. Dieses Wohlwollen müssen wir uns erhalten. Wie bekommt die Öffentlichkeit Sicherheit über die zweckgerichtete, sparsame Mittelverwendung? Sie könnte das DZI fragen. Aber wie soll das DZI 1.500 Organisationen beurteilen können? Wie wir wissen, sind die Möglichkeiten beschränkt und erstrecken sich zur Zeit nur auf Teile des humanitär-karitativen Sektors.

Wie also sichern wir Glaubwürdigkeit für die große Zahl gemeinnütziger Organisationen, ohne sie der Einzelprüfung zu unterwerfen? Denn Einzelprüfung würde bedeuten, dass eine große Kontrollbehörde geschaffen werden oder eine bestehende Einrichtung, etwa ein Landes- oder der Bundesrechnungshof Kontrollinstanz werden müsste. Das kann keiner von uns wollen. Transparenz schafft Glaubwürdigkeit. Keiner, der wirklich seriös ist, hat etwas zu verbergen. Wichtig ist nur, dass sich alle den gleichen Spielregeln unterwerfen. Diese sichern die Vergleichbarkeit der Selbstauskunft und deren Vollständigkeit.

Noch gibt es keinen gesetzlichen Zwang zur Rechenschaftslegung gemeinnütziger Organisationen. Die Vorschriften der Gemeinnützigkeitsverordnung sind großzügig, die finanzamtlichen Prüfungen mal mehr mal weniger gründlich. Von vielen Auflagen des Wettbewerbsrechts bleiben wir verschont. Doch wer hindert uns daran, im eigenen Interesse freiwillige Selbstkontrolle und freiwillige Selbstdisziplin zu üben? Wir vermeiden damit vielleicht den Ruf nach dem Gesetzgeber oder sind dann besonders gut auf gesetzliche Auflagen vorbereitet. Ich schlage deshalb die Schaffung eines Selbstkontrollorgans gemeinnütziger Organisationen in Deutschland vor. Vorbilder sind der Deutsche Presserat, der Deutsche Werberat, die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft.

Mein Arbeitstitel für die neue Institution ist Deutscher Spendenrat. In Ihren Unterlagen finden Sie eine Grundskizze zur Schaffung eines Deutschen Spendenrates (DSR) e.V. Darin heißt es:

1. Der Deutsche Spendenrat ist eine Einrichtung der freiwilligen Selbstbeschränkung gemeinnütziger Organisationen in der Spendenwerbung.
2. Aufgabe des Deutschen Spendenrates ist es, im Vorfeld gesetzlich gezogener Grenzen eine freiwillige Selbstbeschränkung gemeinnütziger Organisationen bei der Spendenakquisition anhand bestimmter ethischer Grundsätze zu erreichen mit dem Ziel, die Bevölkerung vor unlauterer Spendenwerbung zu schützen und die Möglichkeiten seriöser Spendenwerbung zu erhalten. Zur Vermeidung staatlicher Reglementierung sollen bewährte wettbewerbsrechtliche Gesetze und Bestimmungen für die gewerbliche Wirtschaft, sofern sie übertragbar sind, auch im gemeinnützigen Bereich angewandt werden.
3. Aufgaben des Deutschen Spendenrates sind: - Die Entwicklung von Verhaltensregeln im Spendenwesen. Aufstellung eines Katalogs zur „Selbstverpflichtung gemeinnütziger Organisationen“. - Die Bewertung praktizierter Spendenwerbung. Bewertet werden die Aktivitäten natürlicher und juristischer Personen, die innerhalb der Bundesrepublik Deutschland um Spenden werben. - Förderung der Transparenz des Spendenwesens in der Öffentlichkeit.
4. Organisationen, die die „Selbstverpflichtung gemeinnütziger Organisationen“ unterschrieben haben, werden nach den Selbstverpflichtungen bewertet. Sie dürfen ihren Beitritt zur Selbstverpflichtung durch den Hinweis „Mitglied des Deutschen Spendenrates“ in ihren Veröffentlichungen kenntlich machen. Spendenwerber, die dem Deutschen Spendenrat nicht beigetreten sind, kann der Deutsche Spendenrat zum Beitritt auffordern. Andernfalls kann er nur die Art und Weise der Spendenwerbung beurteilen und auf den Nichtbeitritt zum Deutschen Spendenrat hinweisen. Die Mitgliedschaft darf erst angezeigt werden, wenn die Organisation die Selbstverpflichtung in allen Teilen erfüllen kann.
5. Der Deutsche Spendenrat fungiert als Beschwerdeausschuss zur Beurteilung der Lauterkeit im Spendenwesen. Jedermann hat das Recht, sich mit Beschwerden gegen die Spendenwerbung jeder Art an den Deutschen Spendenrat zu wenden. Der Deutsche Spendenrat kann auch von sich aus initiativ werden. Bei Beschwerden gewährt der Deutsche Spendenrat den beschwerten Organisationen ein befristetes Recht zur Stellungnahme. Will der Deutsche Spendenrat eine öffentliche Rüge aussprechen, können die zu Rühenden verlangen, dass ihre Stellungnahme mitveröffentlicht wird, sofern sie ihre Stellungnahme dem Deutschen Spendenrat innerhalb einer zuvor gesetzten Frist vorlegen. Der Deutsche Spendenrat kann Beschwerden abhelfen durch - Aufforderung zur Abstellung von Missständen, - Aussprechung einer öffentlichen Rüge, - Sanktionen bei Nichterfüllung von Auflagen, - Zurückweisung von unberechtigten Beschwerden oder bei Unzuständigkeit, - Verweisung an andere geeignete Stellen.
6. Organe des Deutschen Spendenrates sind
 - Mitgliederversammlung - Vorstand
 - Beschwerdeausschuss bestehend aus
 - a) Vertretern der Spendenorganisationen, die sich der Selbstverpflichtung angeschlossen haben,
 - b) Vertretern von im Spendenmarketing tätigen Unternehmen, die Mitglieder des Deutschen Spendenrates als Kunden haben und dem Agenturbeirat des Deutschen Spendenrates angehören,

- c) Sachverständigen von Fachverbänden (z.B. ZAW, DDV, Institut der Wirtschaftsprüfer), bestehenden Spendenkontrollenrichtungen (z.B. DZI) und sonstigen Institutionen,
- d) Sonstigen Sachverständigen.

- Agenturbeirat, bestehend aus Vertretern von im Spendenmarketing tätigen Unternehmen, die Mitglieder des Deutschen Spendenrates als Kunden haben.

7. Die Arbeit des Beschwerdeausschusses wird durch Arbeitsrichtlinien und Verfahrensordnungen geregelt.

8. Der Deutsche Spendenrat ist eine eigenständige Organisation mit dem Status eines eingetragenen, gemeinnützigen Vereins. Mitglieder werden können Einrichtungen, die gemeinnützige, mildtätige oder kirchliche Zwecke verfolgen und sich der „Selbstverpflichtung gemeinnütziger Organisationen“ anschließen. Sie tragen durch einen Jahresbeitrag zur Finanzierung der Aktivitäten bei. Weitere Finanzen kommen von Sponsoren, vor allem aus dem Dienstleistungsbereich des Spendenmarketing.

Die Geschäftsführung des Deutschen Spendenrates kann gemeinsam mit anderen Einrichtungen, z.B. der Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing, wahrgenommen werden. Besonders wichtig ist schon jetzt die vorgeschlagene Selbstverpflichtung gemeinnütziger Organisationen Sie erklären sich unter anderem zu folgendem bereit:

- „1. Die Darstellung der Anliegen, zu deren Erfüllung wir Spenden erbitten, erfolgt wahrheitsgemäß und sachgerecht. Eine Irreführung der Spender wird weder angestrebt noch in Kauf genommen.
2. Die wahrheitsgemäße Darstellung umfasst auch die unserer eigenen Leistungsfähigkeit bei der Erfüllung des Spendenanliegens.
3. Werbung, die gegen die guten Sitten und anständigen Gepflogenheiten verstößt, wird unterlassen.
4. Insbesondere werden wir alles unterlassen, was die Würde der Menschen, denen Hilfe gewährt werden soll, herabsetzt.
5. Wir enthalten uns jeder Verleumdung und Diskriminierung von anderen gemeinnützigen Organisationen und behindern sie auch nicht bei ihrer gemeinnützigen Tätigkeit und der Verbreitung ihrer Spendenwerbung. Wir werden über andere gemeinnützige Organisationen keine falschen Angaben machen.
6. Wir werden Namen, Symbole und Art und Weise der Spendenwerbung von Mitbewerbern nicht imitieren, wenn dadurch die Gefahr der Verwechslung hervorgerufen und die Irreführung von Spendern bewirkt wird.
7. Wir werden keine unbestellten Waren verschicken oder verteilen mit der Aufforderung, entweder zu spenden oder die Ware zurückzusenden.
8. Wir werden keine Spendenwerbung mit Geschenken oder Vergünstigungen betreiben, die nicht in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Spendenanliegen stehen oder im Verhältnis zur getätigten oder zu erwartenden Spende unverhältnismäßig teuer sind.
9. Wir werden Haussammlungen und Haustürwerbung soweit beschränken, dass Belästigung und Nötigung von potentiellen Spendern oder Mitgliedern auszuschließen sind und die freie Entscheidung zur Spende oder Mitgliedschaft nicht beeinträchtigt wird.
10. Wir sorgen dafür, dass die Spendenmittel unter dem Gesichtspunkt höchster Effizienz sparsam und zweckgerichtet verwendet werden.

11. Die Vergütung und andere Beschäftigungsbedingungen hauptamtlicher Mitarbeiter erfolgen grundsätzlich nach tarifrechtlichen Regelungen oder den ortsüblichen Bedingungen vergleichbarer Beschäftigungen. Ehrenamtliche Mitarbeiter erhalten nur Ersatz tatsächlich nachgewiesener Ausgaben.

12. Wir verpflichten uns zur ordnungsgemäßen Buchführung und Berichterstattung. Die Prüfung unserer Buchführung, unseres Jahresabschlusses und Lageberichtes, unserer Einnahmen-/Ausgabenrechnung erfolgt nach Maßgabe der Verlautbarung des Institutes der Wirtschaftsprüfer e.V. zur Prüfung spendensammelnder Organisationen. Der Abschlussprüfer hat die Einhaltung dieser Selbstverpflichtung, soweit sie die Rechnungslegung betrifft, entsprechend zu prüfen und über das Ergebnis der Prüfung schriftlich zu berichten.

13. Spätestens neun Monate nach dem Abschlussstichtag eines Geschäftsjahres stellen wir einen für die Öffentlichkeit bestimmten Bericht fertig, der zumindest folgende Bestandteile enthält:

- Jahresabschluss bzw. Einnahmen-/Ausgabenrechnung, Lagebericht und Bestätigungsvermerk gemäß den in der Verlautbarung des IdW (siehe Nr.12.) angegebenen Größenklassen.
- Wortlaut dieser Selbstverpflichtung,
- Offenlegung von Bereichen, in denen Provisionen oder Erfolgsbeteiligungen für die Mitglieder- und Spendenwerbung gezahlt wurden oder werden (Darstellung der Deckungsbeiträge daraus),
- organisationsinterne Richtlinien zur Behandlung von zweckgebundenen Spenden,
- organisationsinterne Richtlinien zum Datenschutz, insbesondere über Vermietung, Tausch oder sonstige Formen der Weitergabe von Spenderadressen.

Wir sind bereit, den Bericht auf Anforderung gegen Kostenerstattung an jedermann zu verschicken und unsere Förderer mindestens einmal jährlich auf dieses Angebot hinzuweisen.“

Soweit zur Selbstverpflichtung: Wichtig erscheint mir vor allem, dass der Spendenrat eng mit dem DZI zusammenarbeitet. Es soll kein Gegensatz und kein Wettbewerb zwischen beiden Institutionen entstehen. Beide haben ähnliche Ziele, aber unterschiedliche Methoden und Grundeinstellungen. Das DZI dient dem Verbraucherschutz, der Deutsche Spendenrat dem Verbraucher- und dem Organisationsschutz. Möglichkeiten der Zusammenarbeit ergeben sich vor allem in den Bereichen

- Dokumentation
- Forschung
- Informationsaustausch
- Beschwerdeausschuss.

Der Deutsche Spendenrat, meine Damen und Herren, soll nicht hier und nicht heute gegründet werden. Ich denke, dass auf einer weiteren Tagung - möglicherweise einem Deutschen Spendentag - eine Entscheidung getroffen werden kann. Schon jetzt aber ist es möglich - und ich denke auch durchaus empfehlenswert - wenn sich die eine oder andere Organisation die Selbstverpflichtung etwas näher ansieht und sie übernimmt. Denn für unsere Glaubwürdigkeit und für die Wahrhaftigkeit unserer Spendenwerbung müssen wir jederzeit garantieren können. Und auch hier gilt: Gemeinsam geht es besser und leichter.

Deutscher Spendenrat auf gutem Wege

Bei der Arbeitstagung Sozialmarketing am 28. Januar 1993 in Frankfurt wurde ein Ausschuß unter Leitung von Dieter Eppenstein, Mainz, mit der Vorbereitung der Gründung des Deutschen Spendenrates beauftragt. Jetzt liegen die Entwürfe einer Satzung für den "Trägerverein des Deutschen Spendenrates" und einer "Selbstverpflichtung" der künftigen Mitgliedsorganisationen des Trägervereins vor. Die Gründung ist für Oktober in Hamburg vorgesehen. Die Entwürfe werden allen Teilnehmerorganisationen der Arbeitstagung Sozialmarketing, allen Mitgliedern der BSM und zahlreichen anderen bedeutenden Organisationen aus dem gemeinnützigen Bereich zugesandt.

Die Gründung wird jedoch keine Mammutveranstaltung werden. Es kommt nicht darauf an, eine möglichst hohe Zahl von Gründungsmitgliedern zu gewinnen, sondern eher darauf, daß sich die Gründer rasch auf gemeinsame Ziele einigen und die organisatorischen Strukturen vorbereiten können, die eine Ausweitung des Deutschen Spendenrates auf alle wichtigen spendensammelnden Organisationen ermöglicht.

Der Trägerverein orientiert sich in der Struktur am Trägerverein des Deutschen Presserates. Ihm können nur rechtsfähige, spendensammelnde, gemeinnützige Körperschaften mit Sitz in der Bundesrepublik Deutschland beitreten. Besondere Kompetenzen soll der Vorstand erhalten, der die zehn Mitglieder des Deutschen Spendenrates aus den Vorschlägen der Mitgliedsorganisationen beruft. Diese dürfen weder Vorstandsmitglieder noch hauptamtliche Mitarbeiter der Mitgliedsorganisationen

des Trägervereins sein. Sie sollen Mißstände im deutschen Spendenwesen feststellen und auf ihre Beseitigung hinwirken. Beschwerden über einzelne Organisationen prüfen und in begründeten Fällen Mißbilligungen und Rügen aussprechen. Richtlinien für das Spendenwesen geben und Entwicklungen entgegenreten, die das Spendenwesen gefährden könnten. Jeder ist berechtigt, sich mit Beschwerden an den Deutschen Spendenrat zu wenden. Die Behandlung der Beschwerden regelt eine Verfahrensordnung. Gegen Entscheidungen des Deutschen Spendenrates kann ein Beschwerdeausschuß angerufen werden. Bleibt der Deutsche Spendenrat mit mindestens zwei Dritteln seiner Mitglieder bei der beanstandeten Entscheidung, so ist sie endgültig.

Die Mitgliedsorganisationen des Trägervereins des Deutschen Spendenrates unterschreiben eine "Selbstverpflichtung", mit der sie sich bestimmten Regeln bei der Spendenwerbung, Buchführung und Berichterstattung gegenüber der Öffentlichkeit unterwerfen. Sie dürfen mit ihrer Mitgliedschaft im Trägerverein des Deutschen Spendenrates werben, können dann aber auch von jedem auf ihre freiwillig eingegangenen Pflichten hingewiesen werden.

C.M.

Europäische Datenschutzrichtlinien werden entschärft

Die "Richtlinie des Rates zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten zum freien Datenverkehr" haben viel von dem Schrecken verloren, den sie im Juli 1990 bei der ersten

Trägerverein des Deutschen Spendenrates gegründet

32 gemeinnützige Organisationen aus dem ganzen Bundesgebiet haben am 21. Oktober in Hamburg den Trägerverein des Deutschen Spendenrates gegründet. Aufgabe der neuen Organisation, die ihren Sitz in Bonn haben wird, ist es laut Satzung, die ethischen Grundsätze im Spendenwesen in Deutschland zu stärken, den ordnungsgemäßen, treuhänderischen Umgang mit Spendengeldern durch freiwillige Selbstkontrolle sicherzustellen und die gemeinsamen Interessen der Mitgliedsorganisationen bei der Mittelbeschaffung zugunsten ihrer ideellen Zielsetzungen zu wahren. Die Organisationen unterzeichneten dazu eine umfassende Erklärung, in der sie sich zu Ehrlichkeit und Offenheit bei der Werbung um Spenden verpflichten. Über diese Selbstverpflichtung der Mitglieder des Trägervereins wacht der Deutsche Spendenrat, der aus bis zu zehn unabhängigen, im Spendenwesen erfahrenen Persönlichkeiten bestehen wird.

Der Spendenrat soll von jedermann, der sich durch Spendenwerbung beschwert fühlt, angerufen werden können. Wie der Vorsitzende des Trägervereins, Dieter Eppenstein, erläuterte, wird sich der Spendenrat auch mit Spendenwerbung befassen, die nicht von Mitgliedsorganisationen des Trägervereins ausgeht. Als Sanktionsmöglichkeit bei unlauterer Spendenwerbung stehe dem Spendenrat ein Instrumentarium von der öffentlichen Rüge bis zur Aufforderung zum Ausschluß von Organisationen aus dem Trägerverein des Deutschen Spendenrates zur Verfügung.

Dem auf der Gründungsversammlung in den Räumen der "Patriotischen Gesellschaft" in Hamburg gewählten Vorstand gehören neben Eppenstein (Weißer Ring, Mainz) als stellvertretender Vorsitzender Uwe Hüser

(Naturschutzbund Deutschland, Bonn), als Schatzmeister Jürgen Rosemund (Deutsche Umwelthilfe, Radolfzell) und als Beisitzer Wolfgang Apel (Deutscher Tierschutzbund, Bonn), Dr. Norbert Fischer (Deutsches Rotes Kreuz, Bonn), Ulrich Laschet (VdK Deutschland, Bonn) und Werner Nickel (Albert-Schweitzer-Kinderdorf, Hanau) an. Eppenstein kündigte an, daß der Vorstand bis zur nächsten Mitgliederversammlung im Frühjahr 1994 ein umfassendes Arbeitsprogramm vorlegen werde. Mit der Berufung der Mitglieder des Deutschen Spendenrates sei noch vor Jahresende zu rechnen, so daß das Gremium schon bald angerufen werden könne.

Die Gründung des Trägervereins des Deutschen Spendenrates steht in engem Zusammenhang mit der Gründung der BSM. Im September vergangenen Jahres hatten sich Vertreter mehrerer Umweltschutzorganisationen eingehend über die Schaffung eines Prüfsiegels für seriöse Organisationen im Umweltbereich unterhalten und waren zu dem Schluß gekommen, keine isolierte Aktion zu starten. Nachdem Bemühungen, die Zuständigkeit des Berliner Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI) auf alle gemeinnützigen Bereiche auszuweiten, keine greifbaren Ergebnisse brachten und zudem Kritik an der Spruchpraxis des DZI laut wurde, luden die Umweltverbände für 28. Januar 1993 zu einer Arbeitstagung Sozialmarketing nach Frankfurt ein. Dort schlugen sie die Gründung des Deutschen Spendenrates vor, der zum Anwalt der Spender aber auch der seriösen Spendenorganisationen selber werden sollte.

Nach dem Beispiel des Deutschen Presserates beschloß ein in Frankfurt gebildeter Vorbereitungskreis unter der Leitung des Generalsekretärs des Weißen Rings, Dieter Eppenstein, die teilnahmewilligen Organisationen in einen Trägerverein einzubinden, der einerseits den Deutschen Spendenrat organisatorisch trägt, andererseits aber auch die bisher vernachlässigten

Lobbyfunktionen für spendensammelnde Organisationen bei Behörden, gesetzgebenden Körperschaften, der Wirtschaft und anderen Institutionen, die für das Spendenwesen wichtig sind, übernimmt. Der Deutsche Spendenrat wird zwar vom Trägerverein finanziert, ist aber von Weisungen unabhängig.

Die Überlegungen der Umweltverbände im Vorfeld der Arbeitstagung Sozialmarketing galten aber nicht nur der Seriosität von Organisationen. Zugleich wurde die Frage nach der Professionalisierung des Fundraising selbst gestellt, die heute Voraussetzung für seriöses Spendensammeln ist. Dies führte zur Gründung der BSM am Vorabend der Arbeitstagung. Der BSM-Vorstand hat allen Mitgliedern empfohlen, in ihren Organisationen auf einen Beitritt zum Trägerverein hinzuwirken. Anschrift: Trägerverein des Deutschen Spendenrates, Weberstraße 16, 55130 Mainz, Telefon 06131/830331, Fax 830345.

Klarer Fall für den Spendenrat

"Profit mit dem Elend" betitelt die Zeitschrift "Forbes" in der Novemberausgabe 1993 ihren Bericht über eine Hilfsorganisation, die sich "Friedensbewegung Europa" nennt und unter dem Slogan "Menschen für Menschen, Brüder für Brüder, Religion für Religion" in Bosnien angeblich Opfern ethnischer Säuberungen in der Psychiatrie hilft. Dort jedoch scheint das Hilfswerk mit Büros in Hamburg (Steindamm 47), Köln und Stuttgart unbekannt zu sein. Auf Anfrage der Zeitschrift gab die Leiterin der Aktion, Rosemarie Mundl, nur vage Auskünfte über die Leistungen des Büros: "Humanitäre Sachen und Hilfskonvois und Demonstrationen". Frau Mundl ist Präsidentin der Kommission für Verstöße der Psychiatrie gegen Menschenrechte e.V. (KVPM), laut "Forbes" eine Tarnorganisation der Scientologen. Es besteht der Verdacht, daß der Verein in Wirklichkeit

Kunden für die Sekte sucht, auch in Flüchtlingslagern, und die Hilfe in Bosnien sich sehr in Grenzen hält.

Der Kommentar

Von Dr. Christoph Müllerleile

"560 Spendenorganisationen ließen wir 1990 in ganz Deutschland prüfen. Ein Viertel davon entpuppte sich als bedenklich bis extrem unseriös", berichtete der Geschäftsführer des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen, Lutz E. Worch, dem Magazin "Forbes" (11/93, Seite 26). Doch wer und was ist seriös? Das DZI kann unmöglich 20.000 Hilfsorganisationen überprüfen, die regelmäßig oder aus aktuellem Anlaß bundesweit oder regional für humanitär-karitative Zwecke Spenden sammeln. Das kann allerdings auch kein Deutscher Spendenrat. Genauso wenig wie sich der Deutsche Presserat dazu versteht, täglich den Inhalt Hunderter, mit Lokalausgaben Tausender von Zeitungen auf die Einhaltung journalistischer Grundsätze zu überprüfen, oder der Deutsche Werberat sich sämtliche Anzeigen, Beilagen, Hörfunk- und Fernsehspots oder Maßnahmen der Direktwerbung vorführen läßt, geschweige denn beide Gremien Verlage und Werbungstreibende auf seriöse Geschäftspraxis prüfen können, kann der Spendenrat auch nur annähernd alles prüfen, was im Spendenwesen geschieht. Der Deutsche Spendenrat wird allerdings Standards setzen. Ab Ende 1994 kann man von mindestens fünfzig, wahrscheinlich hundert spendensammelnden Organisationen detaillierte Geschäftsberichte anfordern. Jeder kann deren Praxis der Spendenakquisition mit der von ihnen eingegangenen Selbstverpflichtung vergleichen und sich mit Aussicht auf Erfolg beschweren. Jeder kann beim Spendenrat auch Bedenken gegen die Werbung von Organisationen geltend machen, die sich der Selbstverpflichtung noch nicht unterworfen haben. Der Spendenrat kann die betreffenden

Organisationen auffordern, Mängel aufzuklären, abzustellen, dem Trägerverein des Deutschen Spendenrates und damit der Selbstverpflichtung beizutreten und die Beschwerdeführer und gegebenenfalls die Öffentlichkeit über die Reaktion des Beschwerzten informieren.

Man muß nicht Mitglied im Trägerverein sein, um sich an Regeln für saubere Spendenwerbung zu halten. Die vom Spendenrat gesetzten Standards werden zu freiwilliger Selbstkontrolle im Spendenwesen führen, wie man sie bisher noch nicht gekannt hat, und zu mehr Ehrlichkeit allenthalben. Denn wenn erst einmal einigermaßen definiert ist, was Verwaltungs-, Mittelbeschaffungs- und Projektkosten sind, können auch Vergleiche zwischen Organisationen ähnlicher Aufgabenstellung angestellt werden. Dann müssen die Spender aber auch darüber aufgeklärt werden, daß Personalkosten für Projektmaßnahmen keine Verwaltungskosten sind und welche Ausgaben für Mittelbeschaffung sich hinter der Position "Öffentlichkeitsarbeit" verstecken.

Abgesehen von der Selbstverständlichkeit, daß Werbung zu halten hat, was sie verspricht, ist Sauberkeit in der Spendenwerbung eine Investition in die Zukunft. Spenden sind keine Blankoschecks für Träume von einer besseren Menschheit. Diejenigen, die davon träumen, wollen sehen, daß ihr Beitrag einen Unterschied macht. Wer von schwarzen Schafen betrogen wird, könnte alle für schwarze Schafe halten. Objektiv gesehen ist aber die Zahl von einem Viertel unseriöser Organisationen, wie sie das DZI ermittelt hat, zu hoch. Es könnte eher sein, daß unter den vom DZI überprüften besonders viele sind, die aufgrund von Hinweisen aus der Bevölkerung untersucht wurden.

Nicht zu unterschätzen ist die Lobbyfunktion, die der Trägerverein des Deutschen Spendenrates haben wird. Wenn die Post kostendeckend arbeiten muß, sollte dies nicht unbedingt auf dem Rücken der Spendenorganisationen geschehen; wenn die Finanzminister den

Begriff der Gemeinnützigkeit neu regeln, wollen wir dabei sein; wenn die EG beim Datenschutz keinen Unterschied zwischen gemeinnützigen und kommerziellen Anwendungen macht, müssen wir ein Auge darauf haben; wenn die Banken den beleghaften Zahlungsverkehr auf Null stellen, müssen wir gegenhalten. Und schließlich geht es um gesicherte Zahlen. Auch wenn wissenschaftliche Forschung rund um den Spendenmarkt nicht zu den direkten Aufgaben des Trägervereins gehört, so könnte er doch ein geeigneter Auftraggeber sein. In den USA gibt es längst Jahresberichte über das Spendenaufkommen, detailliert nach Spendenzwecken und langjährigen Trends, die Briten wissen alles über Testamente und wer sie macht. Bei uns steckt die Spendenforschung noch in den Kinderschuhen oder ist Verschlussache einzelner Organisationen. Dabei hilft Forschung uns allen, zu erkennen, wo wir stehen und welche Erwartungen die Menschen, die uns helfen, an uns haben.

Positive Reaktion auf 1. Deutschen Fundraising Kongreß

Der weitaus größte Teil der 151 Teilnehmer des 1. Deutschen Fundraising Kongresses am 6. und 7. Oktober in Schmitten möchte gerne wieder eingeladen werden. Dies ergab die Auswertung von 63 Beurteilungsbögen, die nach dem Kongreß bei LOGO-S eingingen. Nur zehn Prozent äußerten keine Meinung oder hatten kein Interesse an einer Wiedereinladung.

Für die Beibehaltung des Herbsttermins sprachen sich 68 % aus. Die BSM-Mitglieder, die im Anschluß an den Kongreß tagten, zeigten sich nach gründlicher Erörterung wegen der Häufung der Oktobertermine eher dem Früh-

geistig Behinderte. M-S-B+K, Hamburg, gewann Bronze für eine Greenpeace Kampagne. **Harald Stegmann** war für die Lebenshilfe, **Christian Meyer** für M-S-B+K und Greenpeace bei der festlichen Überreichung im Kurhaus von Wiesbaden dabei.

Die "Vergelt's Gott-Mentalität" grassiert immer noch unter den gemeinnützigen Organisationen mit der Folge, daß es kaum gute Leute und wenig Geld für die Öffentlichkeitsarbeit gebe, vertraute MediaCompany-Geschäftsführer und BSM-Vorstandsmitglied **Holger Baum** dem "pr magazin" an. In der Februar-Ausgabe 1994 bringt die Zeitschrift ein ausführliches Agenturporträt.

Kompetenz allein reicht nicht aus

Lebensweisheiten klingen manchmal überraschend neu, wenn sie gerafft dargeboten werden. Professor Dr.Hans-Christian Rögling von TU Aachen streute in die Gründungsveranstaltung des Trägervereins des Deutschen Spendenrates im Oktober in Hamburg ein paar Nachdenklichkeiten zum Thema "Vertrauen und Kompetenz - Voraussetzungen einer humanen Gesellschaft" ein. Zum Beispiel diese:

- Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit sind die Voraussetzung für die Akzeptanz von Kompetenz. Große Kampagnen erreichen nichts, wenn die Kompetenz herausgestellt wird, Glaubwürdigkeit und Vertrauen aber nicht vorhanden sind. Keine Werbeagentur kann verlorengegangenes Vertrauen zurückgewinnen. Personale Kommunikation ist wichtig, um Vertrauen zu behalten.

- Der Mensch ist zu dumm für seine eigene Intelligenz.

- Was man in dieser Welt nicht kommunizieren kann, muß man lassen.

- Gewalt ist Ausfluß nicht gelöster Kommunikationsprobleme. In zehn Jahren brennen die Altenheime.

- Das Konzept, keine schlafenden Hunde wecken zu wollen, ist falsch.

- Kommunikation will Transparenz, nicht Akzeptanz. Akzeptanzstrategien sind Manipulation. Sagt einfach die Wahrheit.

- Vorurteile entstehen durch Verunsicherung über die Bewältigung der Informationsfülle. Es besteht eine quantitative und qualitative Überinformation. Die Menschen suchen nach bestätigenden Informationen.

Deutscher Spendenrat hat jetzt Geschäftsstelle

Der Trägerverein des Deutschen Spendenrates, dem bis jetzt rund vierzig gemeinnützige Organisationen aus dem ganzen Bundesgebiet angehören, hat Anfang Januar in Bonn eine Geschäftsstelle eröffnet. Anschrift: Deutscher Spendenrat, Am Hofgarten 4, 53113 Bonn, Tel. 0228/265680, Fax: 265897. In Kürze kann der Deutsche Spendenrat, ein zehnköpfiges Gremium von Fachleuten, die sich im Spendenwesen auskennen, angerufen werden, wenn Spendenwerbung gemeinnütziger Organisationen beanstandet wird oder vermutet wird, daß Mitgliedsorganisationen des Trägervereins des Deutschen Spendenrates die eingegangene Selbstverpflichtung zur Sauberkeit und Offenheit ihrer Spendenwerbung verletzen.

Die Mitgliedsorganisationen müssen die Selbstverpflichtung in jedem ihrer Geschäfts-

berichte abdrucken. Nichtmitglieder des Trägervereins können im Gegensatz zu Mitgliedern allerdings nur nach ihrem öffentlichen Erscheinungsbild bewertet werden.

Kein Spenderschutz mehr durch Gesetzgeber ?

Die Gründung des Spendenrates gewinnt mit der Öffnung Europas besondere Bedeutung. Die restriktive deutsche Gesetzgebung bezüglich unlauterer Werbung und Absatzförderung wird von Anbietern anderer europäischer Länder längst durchlöchert und könnte zudem ein nach Artikel 30 des EWG Vertrages verbotenes Einfuhrhindernis darstellen, dessen Beanstandung vor dem Europäischen Gerichtshof zur Aufhebung bisheriger Restriktionen mit den zu erwartenden ethischen Folgen führen könnte. Der Deutsche Direktmarketing Verband verweist im DDV-Report 8/9, 1993 auf das sogenannte Yves Rocher-Urteil des Europäischen Gerichtshofes vom 18.05.1993, in dem festgestellt wird, daß es einen Verstoß gegen den genannten Artikel darstellt, wenn eine nationale Regelung eine bestimmte Form der Werbung oder der Absatzförderung beschränkt oder verbietet, weil nicht auszuschließen sei, daß solche Regelungen ein verbotenes Einfuhrhindernis darstellen. Dies gelte auch dann, wenn solche Regelungen unterschiedslos für inländische und eingeführte Erzeugnisse Anwendung finden.

Direktmarketing könnte, so der Kommentator Dr. Peter Schotthöfer, eine Vorreiterrolle spielen bei der Präzisierung des Begriffes "irreführende Werbung" und des Verstoßes gegen die "guten Sitten" in Europa. Was in der Bundesrepublik bisher verboten war, kann in anderen Mitgliedsstaaten der EG durchaus erlaubt sein. Der Angriff auf die prohibitive Gesetzgebung in der Bundesrepublik könnte durchaus vom Direktmarketing ausgehen, weil

zu deren Verbreitung keine Massenmedien erforderlich sind, sondern schlicht der zur Neutralität verurteilte Postdienst, der die von anderen Postverwaltungen entgegengenommenen Werbesendungen an die Empfänger in Deutschland weiterleitet.

BSM Vorstand beschließt Aufgabenteilung

Der BSM Vorstand hat folgende Aufgabenteilung beschlossen: Mathias Krieger Aus- und Fortbildung, Ursula Kapp-Barutzki Kontakte zur Wirtschaft, Jörn Ziegler Pressearbeit, Franz Orth internationale Kontakte, Dr. Cristoph Müllerleile Koordination, Geschäftsführung, Mitgliederwerbung, Kontakte zum Deutschen Spendenrat, Holger Baum BSM-Newsletter. Birgit Kern als Schriftführerin und Reiner Rogowski als Schatzmeister wurden von der Mitgliederversammlung in ihre Funktionen gewählt.

Neue BSM-Telefonnummer

Ab sofort ist die BSM über eine neue Telefonnummer erreichbar, und zwar 06171/950720. Die Faxnummer 06171/59773 bleibt.

Neue Publikationen

Ratgeber für Initiativen und Projekte, Verfasser Hanns-Jörg Sippel, Bonn: Stiftung Mitarbeit, 1993, 162 Seiten, broschiert, DM 10,-, ISBN 3-928053-09-4. Diese dritte und völlig neu überarbeitete Auflage vermittelt den Lesern eine allgemeine Orientierung über Entwicklungen und Problemfelder der Initiativenarbeit und gibt ihnen Hilfe bei der Bewältigung typischer Probleme der Projektentwicklung und des Initiativenalltags. Themen sind insbesondere Projektpraxis, Finanzierung, Öff-

Kommentar

DZI sollte sich auf klassischen Verbraucherschutz konzentrieren

Klare Trennlinie zum Deutschen Spendenrat erforderlich

Von Dr. Christoph Müllerleile

Es sind schon wahre Schlachtengemälde, die wir jeden November präsentiert bekommen. Und sie erzeugen Schlagzeilen wie diese: "Immer mehr Esser streiten um den Kuchen" (Süddeutsche Zeitung), "Der Wettbewerb um jede gespendete Mark wird härter" (Handelsblatt), "Es tobt der Kampf um den Spendenmarkt" (Junge Welt), oder einen Zahn schärfer die Boulevardpresse "Sie kennen keine Skrupel - die Spenden-Geier kommen!" (Abendzeitung) und als Titelstory "Kassieren nicht nur für Arme" (Focus). Wer die Artikel dann liest, muß den Eindruck gewinnen, spendensammelnde Organisationen seien überwiegend schwarze Schafe. Erleuchtung über Spendewürdigkeit biete allein die DZI-Liste mit den Inhabern des Spenden-Siegels.

Wer sich diese Liste nun ansieht, findet darauf dreiundfünfzig ehrenwerte Organisationen, große und kleine, aber keinen repräsentativen Querschnitt der deutschen Spendenlandschaft. Vielleicht befinden sich noch andere, die das Siegel nicht bekommen haben, unter den Antragstellern. Doch fragt man sich, wo der Rest der nach DZI-Schätzungen 2500 überregional spendensammelnden Organisationen bleibt. Der unbefangene Beobachter muß den Eindruck gewinnen, daß sie es gar nicht wagen, um das Siegel zu bitten, weil sie Dreck am

Stecken haben. Denn gleichgültig darf ihnen ein so wichtiger Ausweis ihrer Förderungswürdigkeit ja wohl nicht sein, oder? Tröstlich ist zwar, daß die dreiundfünfzig Organisationen mit Siegel "fast ein Drittel des gesamten sozialen Spendenaufkommens" repräsentieren. Wenn aber tatsächlich jährlich 4,1 Milliarden gespendet werden, wie das DZI berichtet, sind 2,9 Milliarden Spendeneinnahmen nicht "versiegelt".

Den Hinweis, daß das DZI von Umweltorganisationen, kulturellen, politischen und religiösen Vereinigungen keine Anträge auf Spenden-Siegel entgegennimmt, muß man in den DZI-Informationen suchen. Das DZI setzt sich auch nicht mit dem Spendenaufkommen regional und lokal tätiger Organisationen auseinander, ist nicht zuständig für Organisationen, die die Mehrzahl ihrer Einnahmen nicht aus Spendenmitteln beziehen und kümmert sich auch wenig um einmalige Großspendekampagnen der Medien zugunsten von Erdbebenopfern in Armenien, notleidenden Menschen in Rußland und hungernden Bosniern. Doch die Jahrespressekonferenz des DZI im November vermittelt den Eindruck, daß hier Spendenpapst Lutz E. Worch über Deutschlands gesamtes Spendenwesen zu Gericht sitzt.

Wieder einmal ging es um Drückerkolonnen, Provisionszahlungen bei der Spendergewinnung und diesmal auch um das Telefon-Marketing, das zunehmend zur Anwerbung von Einzel- und Dauerspendern genutzt werde, weil andere Akquisitionsmethoden angeblich zu hohe Kosten bei zu geringen Resultaten verursachten. Dabei gehen die Telefonwerber, so Worch, nach "einem dialektisch vorbereiteten Gesprächsmuster vor, das den Angerufenen zunächst Kompetenz, Seriosität und Vertrauen einflößt". Leider nennt Worch weder Roß noch Reiter, sondern stellt dies als

gängige Werbemethode dar, mit der potentielle Spender hinters Licht geführt werden sollen. Kein Wunder daß bei solchen Vorgaben laut DZI zweiundsiebzig Prozent der Bevölkerung annehmen, daß gelegentlich oder ständig Spenden mißbraucht werden.

Das DZI hofft auf den Bundesgerichtshof, der veranlaßt werden soll, Grundsatzentscheidungen zum Thema Spendenakquisition zu fällen. Das Urteil soll zu einer "gewissen Beruhigung bei Spendern und Spendensammlern bezüglich der Rechtmäßigkeit ihres Vorgehens" führen. Anders soll den schlimmen Machenschaften angeblich nicht beizukommen sein, weil den "Rechtsbrechern" erst ein Unrechtsbewußtsein nachgewiesen werden müßte, bevor sie verurteilt werden könnten.

Natürlich ist es dem DZI als Verbraucherschutzorganisation unbenommen, schwarz zu sehen. Die dunkle Perspektive ist verständlich, weil sich ja beim DZI nicht die Millionen mit der Verwendung ihrer Spenden zufriedenen Förderer melden, sondern die unzufriedenen. Wer ständig nur Klagen hört, hält leicht das ganze Spendenwesen für marode. Es wird Zeit, daß der Deutsche Spendenrat Flagge zeigt und - auch mit wissenschaftlich fundierten Analysen - nachweist, wie die Verhältnisse auf dem Spendenmarkt tatsächlich sind. Der "gnadenlose Kampf um die Spendenmark", das kann man den Spendenwächtern in Berlin schon jetzt sagen, findet nur in einigen ungnädig gestimmten Köpfen statt.

Die Attacken aus dem DZI schlugen sich nicht nur in den schon gewohnten Weihnachtspresseartikeln und vereinzelt Radio- und Fernsehberichten nieder. Das Nachrichtenmagazin "Focus" widmete dem Spendenwesen eine Titelgeschichte, und der "Spiegel" zog am 7. Februar mit interessanten Details nach. Danach wirft die DZI-Vorsitzende und Berliner Gesundheitssenatorin Ingrid Stahmer

dem Deutschen Roten Kreuz "Illoyalität" vor, weil es in den Vorständen des DZI und des Trägervereins des Deutschen Spendenrates gleichermaßen vertreten ist. Sie macht dem "Spiegel" gegenüber deutlich, daß sie mit einem Ausscheiden der Freien Wohlfahrtspflege aus der DZI-Trägerschaft sympathisiert. Gemeinsam mit dem Waldburger SPD-Bundestagsabgeordneten Rudolf Bindig drischt Frau Stahmer auf den Spendenrat ein. Bindig argwöhnt, daß es sich um eine "geschlossene Bruderschaft" handele, obwohl Bindig als Vorsitzender von HELP hätte wissen sollen, daß es nicht so ist. HELP war an den Gründungsvorbereitungen zum Spendenrat beteiligt, ist aber dann nicht beigetreten.

Hoffentlich gehen Frau Stahmer und Herr Bindig mit dem empfindlichen Thema Spendenwesen nicht in den Wahlkampf. Mit aus der Feder von Bindig stammt eine Große Anfrage der SPD-Bundestagsfraktion zum Thema "Humanitäres Spendenwesen in der Bundesrepublik Deutschland" (siehe Bericht in diesem Newsletter). Darin wird auf angebliche Fehlentwicklungen im deutschen Spendenwesen hingewiesen und in Frageform ein einheitliches, übergreifendes Spendensiegel und ein besonderes staatliches Verfahren zur Genehmigung von um Spenden werbenden Organisationen unabhängig von den Freistellungsbescheiden der Finanzbehörden vorgeschlagen. Auch bei den Steuerbehörden sollen gemeinnützige Organisationen zunächst ein förmliches Anerkennungsverfahren durchlaufen, bevor sie ihre Steuerbegünstigung erhalten. Bisherige Praxis ist, daß im Nachhinein im Veranlagungsverfahren darüber entschieden wird, wenn die Förderungswürdigkeit anhand der Praxis beurteilt werden kann. Würde dies Realität, müßte der Staat oder eine beauftragte Behörde gewaltigen Prüfungsaufwand betreiben. Die Beurteilung der Förderungswürdigkeit von gerade erst gegründeten

Vereinen, Organisationen oder Initiativen wäre nachgerade unmöglich.

Die Diskussion um Spendenrat und DZI sollte dazu führen, daß die unterschiedliche Rolle beider Organisationen deutlich wird. Das DZI sollte nicht so tun, als könnte es den Part des Vertreters der seriösen Spendenorganisationen und des Verbraucherschutzes zugleich spielen. Die meisten Stellungnahmen aus dem DZI-Lager der letzten Monate dienen der undifferenzierten Verstärkung von Skepsis gegenüber dem Spendenwesen überhaupt. Wer ständig von schwarzen Schafen spricht und von sinkendem Vertrauen der Spender in die Spendenorganisationen, wer große Wohlfahrtsorganisationen als undurchschaubare Sozialkonzerne betrachtet und die Presse entsprechend impft, sollte deutlich machen, daß es sich hier um tendenziöse, interessengebundene Aussagen handelt und nicht etwa um wissenschaftliche Erkenntnisse zur Wahrung seriöser Spendenpraxis.

Das DZI sollte sich endlich als lupenreine Verbraucherorganisation positionieren und gleichzeitig die ungelösten Fragen an seine eigene Seriosität aufklären, zum Beispiel:

- Wer entscheidet wirklich über die Vergabe und Verweigerung des Spendensiegels ? Wer prüft die von den Antragsteller eingereichten Unterlagen ? Welche Qualifikation haben diese Prüfer ? Wie lauten die Ausführungsbestimmungen des DZI zur Prüfung von Spendenorganisationen ? Wie wird die Verwendung von Spendenmitteln im Ausland überprüft ?
- Wie definiert das DZI Verwaltungs-, Mittelbeschaffungs- und Projektkosten ? Wie sorgt es dafür, daß diese Definition in die von den Organisationen vorgelegten Rechnungsprüfungen einfließt ?
- Wer gehört dem Berufungsausschuß an, der bei Ablehnung des Spendensiegels laut DZI-

Vorgaben entscheiden soll ? Wann und in welchen Fällen hat der Ausschuß entschieden ? Welche Rehabilitierungschancen haben die vom DZI in der Öffentlichkeit namentlich genannten schwarzen Schafe ? Wird jeder, der gegen das DZI aufmuckt, in Zukunft öffentlich an den Pranger gestellt, während Füg-same ohne öffentliche Bloßstellung nachbessern dürfen, um doch noch das Spendensiegel zu bekommen ?

Universität Witten/Herdecke gründet Bildungsfonds

Einen Bildungsfond hat im Oktober vergangenen Jahres die DWS Deutsche Gesellschaft für Wertpapiersparen mbH auf Anregung der privaten Universität Witten/Herdecke in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bank AG als Depotbank aufgelegt. Freunde und Förderer können damit private Bildungseinrichtungen auf unkomplizierte Art und Weise unterstützen. Die Ausschüttungsbeträge gehen an eine gemeinnützige Bildungseinrichtung, die der Anleger bestimmt. Das Kapital bleibt beim Anleger, der - steuerbegünstigt - lediglich auf die Ausschüttung aus dem Fonds verzichtet, dessen übrigen Wertzuwachs jedoch mitnimmt.

Der DWS Bildungsfonds, so heißt das Gebilde offiziell, ist ein gemischter Fonds, der in deutschen und internationalen Anleihen und Aktien anlegt. Durch die Anlage in attraktiven festverzinslichen Wertpapieren kann der Fonds neben laufenden Erträgen Kursgewinne erzielen. Darüberhinaus kann er aufgrund der Anlage in ausgewählten Aktien an steigenden Aktienkursen partizipieren.

Da beabsichtigt ist, nur Zins- und Dividenden-erträge auszuschütten, ist zu erwarten, daß der Anteilwert langfristig ansteigt. Die Ausgabe-

**Eindeutige
Definitionen der
Kostenarten
erwartet**

Spendenrat arbeitet an Richtlinien für Rechenschaftsberichte

Der Trägerverein des Deutschen Spendenrates arbeitet an Richtlinien für die Rechenschaftsberichte der Mitgliedsorganisationen und für das Spendenwesen allgemein. Dies gab der Vorsitzende, Dieter Eppenstein, auf der 2. Mitgliederversammlung der Organisation am 17. März in Frankfurt bekannt. Der Verein werde dabei die Richtlinien des Instituts der Wirtschaftsprüfer berücksichtigen. Bei Gesprächen habe das IdW zugesagt, zu Richtlinienentwürfen des Trägervereins Stellung zu nehmen.

Der Trägerverein legte seinen Mitgliedsorganisationen den Entwurf für die Gliederung von Rechenschaftsberichten mit der Bitte um Stellungnahme vor. Der Entwurf orientiert sich an Abs. 14 der Selbstverpflichtung der Mitgliedsorganisationen, in dem die Bestandteile des Berichts vorgeschrieben sind. So muß der Rechenschaftsbericht einen Jahresabschluß bzw. Einnahmen- und Ausgabenrechnung, Lagebericht und Bestätigungsvermerk enthalten. Buchführung, Jahresabschluß, Lagebericht, Einnahmen- und Ausgabenrechnung sollen nach Maßgabe der jeweils gültigen Richtlinien des IdW geprüft sein. Jedoch gibt es diese Richtlinien noch nicht.

Es wird erwartet, daß die Richtlinien des IdW Hinweise enthalten, nach denen Verwaltungs-, Mittelbeschaffungs- und Projektkosten ganz eindeutig definiert und damit zwischen den Organisationen vergleichbar gemacht werden können. Dies wäre ein bedeutender Fortschritt gegenüber der bisherigen Praxis, die z.B. auch vom DZI nicht beanstandet wird, daß die Definition dieser Ausgabearten der Diskretion des jeweiligen Wirtschaftsprüfers überlassen bleibt oder einfach von Außenstehenden von Fall zu Fall festgelegt wird.

Im übrigen gilt der Beschluß der Gründungsversammlung des Trägervereins, nach dem der Verein eigene Richtlinien für die Rechnungsprüfung im Spendenwesen erläßt, wenn keine Aussichten auf Verabschiedung entsprechender IdW-Richtlinien bestehen.

Fünf Mitglieder des Spendenrats berufen

Der Vorstand des Trägervereins des Deutschen Spendenrates hat die ersten fünf von bis zu zehn Mitgliedern des Deutschen Spendenrates berufen. Der Spendenrat behandelt Beschwerden gegen die Spendenpraxis spendensammelnder Organisationen und verabschiedet allgemeine Empfehlungen zum Spendenwesen.

Die berufenen Mitglieder werden am 8. Juni auf einer Pressekonferenz in Bonn der Öffentlichkeit vorgestellt.

Die Mitgliederversammlung des Trägervereins des Deutschen Spendenrates wählte am 17. März fünf von bis zu zehn Mitgliedern des Beschwerdeausschusses, der gegen Entscheidungen des Spendenrates angerufen werden kann. Gewählt wurden in alphabetischer Reihenfolge:

Dr. Hans Hermann Lambracht,
Claus Prochazka,
Jürgen Resch,
Gottfried Ringwald und
Dr. Klaus Wilkens.

Die Anrufung des Beschwerdeausschusses hat zwar aufschiebende Wirkung, die Beschlüsse haben jedoch nur empfehlenden Charakter für den Spendenrat, der endgültig entscheidet.

Jury für Deutschen Direktmarketing-Preis ohne Non-profit

Neu zusammengesetzt ist die Jury, die die Preisträger des Jahres 1994 für den Deutschen Direktmarketing-Preis ermitteln soll. Von den dreizehn Mitgliedern kommen vier von den "Anwendern"

Entwicklungsministerium vor, es habe sich den Inhalt des anonymen Briefes ohne Prüfung zu eigen gemacht. Sie widersprach zudem Berichten über interne Querelen bei der Weithungerhilfe. Anlaß dazu hatten personelle Wechsel auf der Führungsebene gegeben. Verwaltungschef Hans Schneider kehrte ins BMZ zurück; Generalsekretär Bernd Hoffmann wechselte zur Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit nach Eschborn.

Dementiert hat Frau Henselder-Barzel in einem Interview mit "Focus" auch Vorwürfe, daß der Finanzleiter der Organisation dringend benötigte und bereits genehmigte Projektgelder nur noch in Raten auszahle.

Warnung vor dubioser rumänischer Stiftung

Den ersten Fall einer öffentlichen Rüge durch den Trägerverein des Deutschen Spendenrates handelte sich die "Stiftung Casa Don Bosco" ein. Vorsitzender Dieter Eppenstein warnte auf einer Pressekonferenz in Bonn am 8. Juni davor, an diese Organisation zu spenden. Die bis dahin unbekannte Stiftung schickte aus Rumänien an deutsche Haushalte Briefe mit Spendenbitten. Diesen Briefen lagen Zahlscheine bei, die bei den Empfängern den Eindruck erwecken konnten, daß Spenden an diese Organisation von der Steuer absetzbar seien. Die Organisation ist jedoch in Deutschland nicht als gemeinnützig anerkannt. Der Spendenrat: "Dieses Verhalten entspricht nicht den Grundsätzen sauberer Werbung".

Vor dem Vorsitzenden von "Casa Don Bosco", einem "Pater" Don Demidoff, warnt auch das Amtsblatt des Erzbistums Köln. Der angebliche Pater gehört demnach weder der katholischen Kirche noch einer katholischen Ordensgemeinschaft an und ist kein ordinierter Priester. Er nennt sich selbst Pater der "Independent Catholic Church (USA/Niederlande)". Auch hat die angebliche Stiftung nichts mit den weltweit bekannten Don Bosco - Kinderdörfern des Salesianerordens zu tun. Der möglicherweise selbsternannte Pater hatte dem Deutschen Spendenrat zunächst unzählige Papiere, die meisten in rumänischer Sprache, übersandt.

Der Spendenrat warnt auch vor den Spendenbitten anderer unbekannter ausländischer Organisationen, deren Seriosität von Deutschland aus kaum zu überprüfen sei. Seriöse Organisationen arbeiteten in der Regel mit deutschen Organisationen zusammen oder hätten hier Niederlassungen. Eppenstein kritisierte auch, daß trotz der erheblichen und begründeten Bedenken weder die kontoführende Postbank Essen noch die Oberfinanzdirektion Düsseldorf Anlass gesehen hätten, etwas zu unternehmen. Er habe auch kein Verständnis für eine nach den Angaben von Casa Don Bosco "seriöse Schweizer Agentur", die sich zur Erstellung solcher Mailings hergebe.

"Pater" ein verurteilter Betrüger

Mehr über "Pater Demidoff" weiß die Zeitschrift "missio aktuell" zu berichten. In ihrer September/Oktober-Ausgabe berichtet sie über den angeblichen Geistlichen: "Pater Don Demidoff, auch unter den Namen Udo J. Erlenhardt und Pater Anton Aabenberg bekannt, gerät in Beweisnot, wenn er nach seiner Priesterschaft gefragt wird. Die Kirche, in der er angeblich geweiht wurde, sei inzwischen abgerissen. Alle Papiere, die sein Priesteramt belegen können, habe er selber vernichtet. An die Namen seiner ehemaligen Theologie-Kommilitonen könne er sich nicht erinnern. Außerdem habe er, der immer in Soutane mit Römerkragen auftritt, sich von der katholischen Kirche abgewendet und sei nun Priester der Independent Catholic Church. Eine Person namens Demidoff ist der in den USA ansässigen Kirche allerdings unbekannt.

Bekannt ist er hingegen in Juristenkreisen: Wegen Betruges und Steuerhinterziehung wurde Demidoff 1990 von einem deutschen Gericht zu einem Jahr auf Bewährung verurteilt.

So düster die Vergangenheit des wohl selbsternannten Paters erscheint, bleibt doch die Frage offen, was mit seinen Spenden geschieht. Ein ehemaliger Mitarbeiter und Vertrauter Demidoffs bringt Licht in die dunklen Machenschaften: 'Er hat mir erzählt, daß er von den Spendengeldern seine privaten Schulden bezahlt.' Für den Unterhalt des Heimes benötige Demidoff so gut wie keine Spenden. Denn jene Hilfsgüter, die er in einem eigenen Laden verkaufe, würden genügend

Vorsicht vor
unbekannten
organisationen

Demidoff ist in
Juristenkreisen
bekannt

Geld für die Versorgung der Straßenkinder bringen, erklärt der ehemalige Mitarbeiter. Vermutlich mehrere hunderttausend Mark liegen im Tresor von Demidoff. Inzwischen ermittelt die Staatsanwaltschaft in Kleve gegen den "Pater" wegen Spendenbetruges." Soweit "missio aktuell". Leider gleitet der verdienstvolle Artikel ins Spekulative ab. Bei Demidoff handele es sich um keinen Einzelfall. Auf dem deutschen Spendenmarkt versickerten jährlich "mehrere hundert Millionen Mark in dunklen Kanälen, schätzen Experten" heißt es da. Vor Gericht sei es meist unmöglich, Beweise dafür vorzulegen.

Namentlich genannt wird in dem Artikel außer "Pater" Demidoff nur noch der Verein Siloah-Mission, der beispielsweise behaupte, in Indien 4.000 Leprakranke zu versorgen. Nach Angaben einer ehemaligen Krankenschwester seien es jedoch höchstens 500 Patienten. "Was geschieht mit dem Geld für die 3.500 bedürftigen Menschen, die nur auf dem Papier behandelt werden?" fragt die Zeitschrift. Verunsicherte Spendenwillige sollten sich zur Sicherheit stets an das DZI wenden, empfiehlt die Redaktion.

Greenpeace verhindert Ausstrahlung von Fernsehdokumentation

Verletzung der journalistischen Sorgfaltspflicht und Überschreitung der Grenzen der Pressefreiheit hat Greenpeace dem Norddeutschen Rundfunk vorgeworfen. Der Sender wollte den Film "Greenpeace - Ende einer Legende" ausstrahlen, obwohl er, wie Greenpeace meint, hätte wissen müssen, daß die Filmemacher Zeugenaussagen manipuliert und falsche Zeugenaussagen aufgestellt hätten. Die für den 10. Juli vorgesehene Ausstrahlung der Dokumentation wurde durch vier einstweilige Verfügungen vorläufig gestoppt. Eine stammte von Greenpeacegründer David McTaggart wegen verleumderischer und diffamierender Aussagen über seine Person, eine zweite von Franzisko Palacio, Walfanggegner aus den USA, dessen Interviewaussagen so manipuliert wurden, daß er als Kronzeuge für angebliche Bestechungen durch Greenpeace erscheinen mußte. Die zwei übrigen Verfügungen erzielte Greenpeace Deutschland wegen widerrechtlicher Verwendung von Greenpeace Filmmaterial, Falschbehauptungen und manipulierten Zeugenaussagen.

Berater des genannten Filmes war der isländische Filmemacher Magnus Gudmundsson, der sich seit Jahren gegen Greenpeace engagiert und dafür nach Auskunft von Greenpeace weltweite Kontakte nicht nur zur Walfang- und Fischindustrie und -lobby aufgebaut hat, sondern auch zu Gruppen, die zum rechtsextremen Netzwerk des Amerikaners Lyndon LaRouche gehören.

Einer der Hauptzeugen im Film ist Ron Arnold, einer der Führer einer organisierten amerikanischen Anti-Umwelt-Bewegung mit nachgewiesenen engen Beziehungen zur Moon-Sekte und zu LaRouche. Greenpeace habe den Norddeutschen Rundfunk bereits im Mai über "die vielen falschen Fakten" und über die politischen Hintergründe und Zusammenhänge des Films informiert. Der NDR hatte sich daraufhin entschlossen, den Film im Rahmen einer zweistündigen Live-Sendung ohne Kürzungen in vier oder fünf Abschnitten auszustrahlen und jeweils eine Diskussion anzuschließen. Greenpeace wollte sich ursprünglich darauf einlassen, nahm dann jedoch Abstand, weil der NDR nicht bereit war, Copyright-Verletzungen an Greenpeace-Filmmaterialien anzuerkennen und die wesentlichen Mängel des Films vorab zu bestätigen. Außerdem waren die Produktionsverhältnisse des Filmes unklar, denn in im Ausland ausgestrahlten Fassungen wurde der NDR als Mitproduzent genannt.

Aus unseren Kreisen

Marita Haibach, BSM-Mitglied aus Wiesbaden, ist im Juni an der Freien Universität Berlin zum Dr. phil. promoviert worden. Thema ihrer Dissertation, für die sie zwei Forschungsjahre in den Vereinigten Staaten verbracht hatte, ist "Frauenbewegung in der Philanthropie - Frauen verändern die Stiftungswelt in den USA". Vorgelegt wurde die Arbeit bei den Professoren Margit Mayer und Wolf-Dieter Narr.

Bernhard Kühnle, bisher Geschäftsführer bei Die Verbraucher Initiative e.V., Bonn, ist seit 1. August als Fundraiser für den Naturschutzbund Deutschland e.V. in Bonn tätig.

Sekten und
Rechtsorganisa-
tionen machen
gegen
Umweltschützer
mobil

Ethik im Spendenwesen - ein Antagonismus?

Fachtagung des deutschen Spendenrates in Bonn.

Von Mathias Krieger

Am 27./28. Oktober fand in Bonn die Fachtagung "Ethik im Spendenwesen" des deutschen Spendenrates statt. Ca. 50 TeilnehmerInnen diskutierten 2 Tage über die Frage, ob ein allgemeinverbindlicher ethischer Grundverhaltenskodex für Spendenorganisationen geschaffen werden könnte. Der Tagungsleiter **Prof. Holewa** von der evangelischen Fachhochschule in Berlin und ehemaliger Mitarbeiter des DZI eröffnete mit einem Referat, in dem er das Verhältnis von Spender, Organisation und Klientel untersuchte und die Frage aufwarf, inwieweit dieses Verhältnis durch ein Macht (Spender) Ohnmacht (Klientel) Verhältnis gekennzeichnet sei, also entgegen der Marktgesetze im Kapitalismus eben der Käufer nicht mit dem Empfänger einer Spende identisch und daher auch die (Markt)-Kontrolle erschwert sei. "Aus dem Macht- und Ohnmachtsgefälle zwischen Klientel, Organisation und Finanziers ergibt sich zwangsläufig, daß letztere für die soziale Organisation wichtiger sind als das Klientel" (Holewa). Einen gesellschaftlichen Grundkonsens voraussetzend appellierte er an die Verantwortung des Menschen und schloß mit der Überlegung, daß selbstbestimmtes Handeln der Menschen dazu führe, ethische Grundlagen im Spendenwesen zu verankern.

Dr. Karmasin von der Wirtschaftsuniversität Wien versuchte zu belegen, daß Ethik im Spendenwesen sich durch Schnittflächen zwischen ökonomischer Vernunft und ethischer Botmäßigkeit definiere. Nicht alles, was wirtschaftlich vernünftig sei (Drogenhandel oder Prostitution), sei ethisch vertretbar, nicht alles was ethisch akzeptabel (Betteln) sei, wirtschaftlich tragbar. Es existiert kein Preis für öffentliche Aufgaben, so Dr. Karmasin, und insofern auch kein Maßstab für erwartete Anforderungen. "Heiligt der Zweck die Mittel", daß sei die Fragestellung für jede spendensammelnde Organisation und die Aufforderung zur Güterabwägung, der Entwicklung von Regeln und deren Transport.

Ephorus Dr. Ruschke vom Predigerseminar der ev. Kirche in Soest überzeugte mit dem Ansatz, die Praxis des modernen Spendenwesens aus dem alten und neuen Testament zu entwickeln. In 11 Thesen legte er dar, daß Spenden - im Gegensatz zu Kollekten - Dank des Spenders für eine persönlich motivierte Erfahrung sei und Ethik eigentlich die angemessene Richtlinie der Antwort darauf. Wenn Geschäftsgebahren eines Spenders dem sozialen Zweck der Empfängerorganisation widerspreche, dann "stinke" das Geld und sei nicht annehmbar, erläuterte er auf Nachfrage, wie man mit Spenden etwa eines Bordellbesitzers umgehen solle.

Ministerialrat Streichan vom Familienministerium schloß den 1. Tag mit Ausführungen zur Entwicklung des Spendenvolumens und der staatlichen Unterstützung des Spendenwesens. Auf Nachfrage und unter Betonung, daß er als Bürger und nicht als (im Übrigen untypischer) Beamter spreche, erläuterte er seine Kritik an der mangelnden Unterstützung von psychiatrischer Präventivfürsorge für Familien insbesondere bei der Kinderkrebsnachsorge und empfahl Spendenorganisationen wie der AIDS-Hilfe den Rechtsweg zu beschreiten, wenn Finanzämter wirtschaftliche Aktivitäten wie den Verkauf eines Kondoms zur Versteuerung heranziehen.

Dieter Eppenstein, Vorsitzender des deutschen Spendenrats und Generalsekretär des Weißen Rings erläuterte am zweiten Konferenztage den juristischen Unterschied zwischen Schenkung und Spende. In eindrucksvoller Analyse unterstrich er seine Auffassung, daß Spenden juristisch gesehen keine Schenkungen sondern die Beauftragung der spendensammelnden Organisation zur Erfüllung einer bestimmten, dem Spender geschuldeten Aufgabe ist. Auf diese Erfüllung einschließlich der damit verbundenen Rechenschaftslegung habe der Spender sogar einen Rechtsanspruch. Umgekehrt schützt diese Wertung der Spende die spendenwerbende Organisation von juristisch möglichen Rückforderungen von Schenkungen durch notleidende Schenker. Sollte eine Spende nicht auftragsgebunden verstanden werden (etwa als Stiftung oder testamentarisch hinterlassene Zuwendung) bedürfe es einer entsprechenden Willenskundgebung des Gebers.

Prof. Wolfgang Kluxen, emeritierter Professor für Philosophie an der Uni Bonn und Ehrenpräsident der Societé Internationale pour l'Etude de la Philosophie Médiévale schließlich schloß die Reihe der Vorträge mit einem komplexen Vortrag, wobei er die Auffassung Eppensteins aus philosophischer Sicht unterstützte. Der Unterschied zwischen Moral und Ethik wurde von ihm in der Zuordnung der Moral zur subjektiven Beurteilung, der Ethik als die der Beurteilung etwa von Organisationen adäquaten sprachlichen Definition bezeichnet. Ein Unterschied bestünde zwischen Almosen als individueller Zuwendung, Spende als Zuwendung zu einer Organisation und einer Schenkung etwa eines Gemäldes an eine Sammlung. Spende sei "ein aus privatem Vermögen geleisteter (Teil)-Beitrag zu einem gemeinnützigen Zwecke, wenn er selbstlos einer Vermittlung zugeführt wird, ohne daß eine sachfremde also nicht gemeinnützige Verwendung erfolgt". Die Identifizierung

des Gebers mit dem Zweck und die Freiwilligkeit seines Tuns mache eine Spende aus. Die Tagung war ein interessanter Diskurs auf hohem theoretischen Niveau, ohne den Bezug zu den praktischen Problemen von Fundraisern zu verlieren. Obwohl der Wunsch nach klaren ethischen Richtlinien verschiedentlich geäußert wurde, konnte doch in den Beiträgen und anschließenden Gesprächen herausgearbeitet werden, daß ein Regelkodex, etwa in Form von Ge- und Verboten, nicht festgeschrieben werden kann. "Deshalb sollten ... Gremien und Institutionen die Verhalten bewerten, bei divergierenden sittlichen Auffassungen ihre Entscheidung für eine bestimmte Auffassung sorgfältig begründen und öffentlich machen" fordert Prof. Holewa. Es wird Angelegenheit jeder spendensammelnden Organisation sein, die Verbindung zwischen Spender und den bedachten Projekten herzustellen und so viel wie möglich zur Identifizierung des Spenders mit den Spendenzielen der bedachten Organisation beizutragen.

Zu Bedauern bleibt, daß an der Tagung Journalisten nicht teilnahmen. Der Verfasser hält es für vordringliche Aufgaben des Spendenrates, einerseits die Basis seiner Mitglieder erheblich zu erweitern, andererseits verstärkt zur Kommunikation positiver Leistungen der spendensammelnden Organisationen beizutragen. Journalisten, oft unterstützt von vermeintlichen oder selbsternannten Wächtern über die Spendenorganisationen, neigen dazu, den Aufmerksamkeitswert von Nachrichten über schwarze Schafe und Pannen gegenüber positiven Meldungen zu überschätzen. Es wird ihnen aber auch zuwenig Material über die Erfolge der Spendenbewegung zur Verfügung gestellt. Dies abzustellen, könnte eine wichtige, zusätzliche Aufgabe des Spendenrates sein.

Marktanalyse zum Berufsbild des Fundraisers

Gestützt auf eine Befragung von Führungskräften von spendensammelnden Organisationen liegt nunmehr die Studie zur Ausbildungs- und Beschäftigungssituation von Fundraisern in Deutschland vor.* Die im Auftrag der BSM von MediaCompany, Bonn, durchgeführte Untersuchung ergibt ein deutliches Bild zu Struktur und Organisation von Fundraisingabteilungen, den Qualifikationsvoraussetzungen der mit Fundraising befaßten Mitarbeiter sowie den Erwartungen an Aus- und Weiterbildungsangebote.

Die Entwicklung eines klaren Berufsbildes für SpendenreferentInnen und SpendensachbearbeiterInnen gehört zu den vordringlichsten Aufgaben einer berufsständischen Organisation wie der BSM. Wir befinden uns in der Bundesrepublik Deutschland nicht in einer schwierigen Sackgasse des Spendenmarketing, sondern erst am Anfang eines Prozesses der dringend notwendigen Professionalisierung, wie sie in angelsächsischen Ländern längst vollzogen wurde. Viele Reibungsverluste und Schwierigkeiten beruhen oft darauf, daß insbesondere freiwillig tätige Spendenreferenten ungenügend ausgebildet und überfordert sind.

In dem Maß, in dem private Initiative staatlich nicht oder ungenügend betreute Bereiche des dritten Sektors immer stärker ersetzt wird, muß Spendenmarketing zu einer allseits anerkannten und verstandenen Tätigkeit, zu einem klaren Berufsbild werden. "Nur durch fundiertes Fachwissen und eine seriöse Ausbildung kann sich das Berufsbild des Spendensammlers/Mittelbeschaffers in der Öffentlichkeit etablieren und bestehen - besonders auf dem in Zukunft enger werdenden Spendenmarkt", so schreibt einer der Befragten. In die Ausbildung von Mitarbeitern zu investieren, ist eine unabdingbare Forderung an jede spendensammelnde Organisation. Die Entscheidungen hierzu werden bei den Vorständen und Geschäftsführern getroffen.

Es wird eine vordringliche Aufgabe der BSM sein, mit speziellen Seminaren und Gesprächsrunden die Entscheider in den spendenwerbenden Organisationen zu erreichen und ihnen die Notwendigkeit der Investition in Ausstattung und Qualifikation der Mitarbeiter nahezubringen. Dabei spielt es nicht so eine große Rolle, ob Aus- oder Weiterbildungsangebote forciert werden. Wichtig ist, die Inhalte von Bildungsmaßnahmen flexibel dem raschen Wandel des Spendenmarktes anzupassen.

Der Vorstand der BSM hat daher beschlossen, die enge Kooperation zu Bildungsträgern zu suchen. Wir werden Ausbildungsangebote prüfen und die Institute auffordern, spezielle Angebote für den dritten Sektor zu entwickeln und anzubieten. In Zusammenarbeit mit dem Diakonie Colleg Bayern wurde ein erster Seminartypus "Spendenmarketing" entwickelt und mit einem BSM Zertifikat versehen.

Darüberhinaus wird es wichtig sein, einen klaren Katalog von Dienstleistungen zu entwickeln, den gerade kleine Organisationen von Agenturen und Beratern in Anspruch nehmen können. Die Zusammenarbeit mit Externen ist oft die einzige Chance, Qualifikationen für die Organisation zu nutzen, die im eigenen Haus nicht vorhanden sind. Hier zu Transparenz beizutragen wird eine weitere Aufgabe der BSM sein. Bleibt ein delikates Ergebnis der Umfrage. Unter dem Begriff "Sozialmarketing" können sich gerade einmal 3,5% der Befragten etwas vorstellen. Die BSM sollte sich in Bun-

Wohin treibt der Spendenrat?

„Der Austritt der Deutschen Herzstiftung hat vermutlich auf einige Mitgliedsorganisationen als Signal gewirkt, wegen der Untätigkeit des Deutschen Spendenrates ebenfalls auszutreten“. Der Deutsche Spendenrat habe diese Austritte zum Anlaß genommen, zurückzutreten. So steht es in der Einladung zu einer Mitgliederversammlung des Trägervereins des Deutschen Spendenrates, die am 26. September in Bonn über Fortbestand oder Auflösung der im Oktober 1993 gegründeten Organisation entscheiden soll.

Die Deutsche Herzstiftung hatte im April ihren Austritt erklärt, weil es der von dem Verein getragene Spendenrat zwei Jahre nach seiner Konstituierung noch nicht fertiggebracht habe, auch nur über eine einzige Beschwerde zu entscheiden. Dafür machte die Herzstiftung im wesentlichen den Vorstand des Trägervereins des Deutschen Spendenrates verantwortlich, der nach der Satzung die Mitglieder des Spendenrates beruft und dem es nicht gelungen sei, eine Arbeitsgrundlage zwischen Spendenrat, Geschäftsstelle und sich selber herzustellen.

Streitpunkte zwischen Trägerverein und Spendenrat waren der Wunsch des Spendenrates nach Freistellung von Schadensersatzansprüchen und nach Wahrnehmung der Sprecherrolle in grundsätzlichen Fragen der Spendenpraxis gegenüber der Öffentlichkeit. Hier wollte der Spendenrat dem Vorstand und der Geschäftsstelle offenbar nur ein beschränktes Äußerungsrecht zubilligen und sich selber alle grundsätzlichen Stellungnahmen, insbesondere zu Fragen der Spendenethik, vorbehalten. Nachdem die Mitgliederversammlung des Trägervereins Ende März das Haftungsproblem durch eine Satzungsänderung beiseite geräumt und Vermittler mit dem Spendenratsvorsitzenden, dem Düsseldorfer Wirtschaftsprüfer Dr. Horst Bitz, ein gewisses Einvernehmen erzielt hatten, kam der Rücktritt der fünf Spendenratsmitglieder im Juli einigermaßen überraschend.

Auslöser des Austritts der Deutschen Herzstiftung war die Handhabung der zur Mitgliederversammlung am 15. März fälligen Rechnungsprüfung durch den Vorstand des Trägervereins. Einer der beiden Rechnungsprüfer war unbekannt verzogen und dem anderen, Dr. Christoph Müllerleile, wollte der Trägervereinsvorstand die Rechnungsunterlagen nicht vorlegen, weil dieser aus den Diensten der Umweltstiftung WWF Deutschland ausgeschieden und damit keinem Trägervereinsmitglied mehr zugehörig war. Müllerleile, der auf der Versammlung als nichteingeladener Gast auftrat, wies darauf hin, daß die Satzung die Qualifikation von Rechnungsprüfern der Entscheidung der Mitgliederversammlung überlasse und es nicht ins Belieben des Vorstands gestellt sei, Kassenprüfer von sich aus zu disqualifizieren. Wegen der noch ausstehenden Kassenprüfung wurde die Entlastung des Vorstandes vertagt, und die Versammlung wählte neue Kassenprüfer.

Gerügt hatte die Deutsche Herzstiftung in ihrem Austrittsschreiben auch die verzögerte Entwicklung von Richtlinien des Trägervereins zur Rechnungslegung gemeinnütziger Organisationen und zur Gestaltung von Rechenschaftsberichten, den Ausfall eines geplanten Seminars zum Thema Verwaltungskosten, den „dürftigen“ Rechenschaftsbericht 1995 des Vorstands auf der Mitgliederversammlung, das Fehlen der in der Satzung vorgegebenen Wahrung gemeinsamer Interessen der Mitgliedsorganisationen bei der Mittelbeschaffung und Mängel bei der Informationsarbeit nach innen. „Einen Spendenrat als Tummelplatz persönlicher Eitelkeiten und Interessen oder gar als Gemeinschaft von DZI-Geschädigten können wir aus Spendengeldern unmöglich finanzieren“, erklärten Müllerleile und Mitgeschäftsführerin Patt in dem Brief. Zugleich kritisierten sie die Teilnehmer der Mitgliederversammlung, weil sie sich, bis auf vereinzelte kritische Stimmen, mit dem zufrieden gegeben hätten, „was ihnen der Vorstand vorsetzte“.

Trägervereinsvorsitzender Dieter Eppenstein wies in einem Schreiben an den Vorstand der Deutschen Herzstiftung die Vorwürfe zurück. In Fragen der Rechnungsprüfung habe die Mitgliederversammlung der vom Vorstand einstimmig vertretenen Auffassung zugestimmt, daß sie „in Ermangelung von legitimierten Rechnungsprüfern“ nicht stattfinden konnte.

Trotz der bekundeten Einmütigkeit des Vorstands traten innerhalb weniger Wochen nach der Mitgliederversammlung der stellvertretende Vorsitzende und der Schatzmeister des Trägervereins von ihren Ämtern zurück. 10 Organisationen (bei nur 2 neu eingetretenen) verließen bis Mitte Juli den Trägerverein, darunter BUND, Deutscher Naturschutzring, Greenpeace und NABU, deren Repräsentanten, wie auch Müllerleile selber, zu den Initiatoren des Spendenrates gehört hatten.

Das Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) in Berlin, das im Spendenrat stets einen Konkurrenten gesehen hatte, gab sich besorgt. Das DZI habe „sich von dieser Neugründung Anregung und Herausforderung erhofft“, schrieb DZI-Mitarbeiter Burkhard Wilke in einem Leserbrief an die „Stuttgarter Zeitung“. Das Ergebnis sei „die Verwirrung des Spenders, also das Gegenteil der vorgegebenen Transparenz“. Unter Bezug auf den Selbstkontrollanspruch des Trägervereins meint Wilke, die Erfahrungen mit dem Trägerverein bestätigten, daß „die Mehrzahl der Spender sich nicht irre machen läßt, sondern die unabhängig geprüfte Transparenz und Förderungswürdigkeit, z.B. wie sie sich im

**Bäume behindern
die freie Sicht**

**Und Umweltschutz
ist überflüssig**

Wir machen weiter.

Jetzt anrufen, informieren, mitreden.
 Infoline: 0180 - 55 0 95
 Fax: 040/306 18 - 100
 T-Online: greenpeace#
 E-Mail: mail@greenpeace.de
 Internet: http://www.greenpeace.de
 Greenpeace e.V., 22745 Hamburg

GREENPEACE
 • 25 Jahre Taten statt Warten •

Wir machen weiter.

Jetzt anrufen, informieren, mitreden.
 Infoline: 0180 - 55 0 95
 Fax: 040/306 18 - 100
 T-Online: greenpeace#
 E-Mail: mail@greenpeace.de
 Internet: http://www.greenpeace.de
 Greenpeace e.V., 22745 Hamburg

GREENPEACE

• 25 Jahre Taten statt Warten •

Informieren Sie mich, wie ich Greenpeace unterstützen kann.

Vorname/Name

Straße/Hausnummer

PLZ/Ort

Telefon

01201

DZI-Spenden-Siegel darstellt, einer einseitigen, ungeprüften Unschuldsbeteuerung vorzieht“.

Die BSM hat ihre Überzeugung bekräftigt, daß „der Deutsche Spendenrat nicht nur ein fester Part in der Spendenlandschaft ist, sondern wichtige Funktionen in der öffentlichen Präsenz durch den Deutschen Spendenrat besetzt werden müssen“. In einem Schreiben, das der stellvertretende Vorsitzende Patrick Tapp im Auftrag des Vorstands an die Spendenrats-Geschäftsstelle richtete, heißt es, der Vorstand der BSM wünsche sich einen starken Spendenrat, der seine Energie nach außen entfalte und als „merkbarer Advokat seriöser Spenden- und Organisationskontrolle“ auftrete.

LOGO-S in Konkurs - DSK und Softwareanwender „nicht betroffen“

Nach rund sechs Jahren Tätigkeit für spendensammelnde Organisationen ist am 22. Juli das Konkursverfahren über das Vermögen des Krefelder Fundraising-Unternehmens LOGO-S Software, Consulting & Service GmbH eröffnet worden.

Ausgelöst wurde der Konkurs, so LOGO-S-Geschäftsführer und BSM-Mitglied Christoph Brocks, durch ein Urteil des Landesarbeitsgerichts Düsseldorf, das die Beratungsfirma in zweiter Instanz ohne Revisionsmöglichkeit zur Zahlung von über 100.000 Mark an den früheren Marketing-Leiter, Wolfgang Strömich, verpflichtete, dem Anfang 1995 gekündigt worden war. Zusammen mit darauf fälligen Sozialabgaben und anteiligen Verfahrenskosten habe sich eine außerplanmäßige Belastung von rund 150.000 DM ergeben, für die dem ansonsten gesunden Unternehmen keine ausreichenden Reserven zur Verfügung gestanden hätten.

Nachdem anschließende Verhandlungen zwischen beiden Parteien, zu denen auch Dr. Christoph Müllerleile, Vorsitzender der Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing, vermittelnd hinzugezogen wurde, scheiterten, sei der Gang zum Konkursgericht unausweichlich gewesen. Fünf Mitarbeiter hätten hierdurch ihren Arbeitsplatz verloren.

Die 1995 durch LOGO-S gegründete „Deutsches Spendeninstitut Krefeld gemeinnützige GmbH“ (DSK) sei nicht betroffen, da zuvor mit DSK-Fachbeirat Peter Vermeulen (Culturplan GmbH) bereits ein weiterer Gesellschafter aufgenommen und die restlichen gemeinnützigen GmbH-Anteile inzwischen durch den Konkursverwalter auf Brocks übertragen worden seien. Schon seit längerem sei geplant gewesen, so DSK-Geschäftsführer Brocks, den Trägerkreis des DSK noch weiter zu ergänzen. Das DSK hatte erst wenige Wochen vor dem LOGO-S Konkurs Rechtsfähigkeit und Gemeinnützigkeit erlangt.

Die jüngste Meldung der Zeitschrift „Verein & Management“, die Krefelder Büroräume des DSK ständen verlassen und leer, bezeichnete Brocks als „Zeitungs-Ente“: das DSK arbeite unverändert am Dießemer Bruch 150 in Krefeld. Das 16.800 Seiten starke Internetinformationsangebot des Instituts werde demnächst seine 400.000te Abfrage durchlaufen, und das „Register Deutscher Spendenorganisationen“ dokumentiere inzwischen rund 5.200 spendensammelnde Organisationen, darunter 141 mit einem Gesamtjahresumsatz von knapp 1 Mrd DM, die bereits sehr detailreiche Informa-

**Entscheidende
Mitglieder-
versammlung
am 15. Nov. '96**

**Strategie-
kommission
gebildet**

**Zukünftig nur
noch Kontrolle
des ethischen
Verhaltens?**

**Leitlinien
überarbeitet**

**Von
170 Anträgen
111 erfolgreich**

Überlebt der Deutsche Spendenrat?

Am 15. November entscheidet sich das Schicksal des Deutschen Spendenrates. Dann nämlich findet die entscheidende Mitgliederversammlung in Bonn statt, die die letzte sein könnte. Eine Strategiekommission bemüht sich unterdessen, eine neue Konzeption zu finden und - wichtiger noch - Personen, die sie umzusetzen bereit sind.

Ursprünglich hatte der Trägerverein des Deutschen Spendenrates bereits am 26. September über Weiterbestehen oder Auflösung entscheiden wollen. Zu Beginn der Sitzung stand die Tendenz eher auf Auflösung, zumal die anwesenden Vorstandsmitglieder Apel, Eppenstein und Nickel erkennen ließen, daß sie nicht mehr weitermachen wollten. Die übrigen hatten den Vorstand bereits verlassen oder am Vereinsgeschehen nicht mehr partizipiert. Doch eine Gruppe von Teilnehmern, die sich überwiegend aus den diakonischen und anderen der evangelischen Kirche nahestehenden Sektoren gebildet hatte, plädierte für einen Neuanfang. So entstand die Strategiekommission, die bis zur geplanten nächsten Mitgliederversammlung am 18. Dezember eine Konzeption ausarbeiten sollte.

Doch schon kurz nach der Versammlung bekam der alte Vorstand kalte Füße, weil er nur noch aus einem vertretungsberechtigten Vorstandsmitglied, nämlich Dieter Eppenstein, bestand, während die anderen im Vereinsregister eingetragenen Vertretungsberechtigten, Hüser und Rosemund, aus dem Vorstand ausgeschieden waren. Somit lief der Vorstand Gefahr, unter gewissen rechtlichen Konstellationen als nicht handlungsfähig angesehen zu werden, was zu dieser vorgezogenen außerordentlichen Mitgliederversammlung führte. Wenn am 15. November kein entscheidungsfähiger Vorstand gewählt werden kann, bleibt nur die Bestellung eines Notvorstandes und die Auflösung.

Bei Redaktionsschluß dieses BSM-Newsletters bestand noch Hoffnung: Der Strategiekommission schwebt vor, daß sich der Deutsche Spendenrat nur auf die Kontrolle des ethischen Verhaltens der Mitglieder des Trägervereins konzentriert, also nicht mehr Beschwerdemöglichkeiten gegen Spendenwerbung jeder Art anbietet. Dieses Angebot war auch von der Bevölkerung kaum angenommen worden. Dafür sollten die dem Trägerverein angehörenden Organisationen aber verstärkt Dienstleistungen des Trägervereins in Anspruch nehmen dürfen und stärker in die Lobbyarbeit eingeschaltet werden. Diese Lobbyarbeit soll sich vor allem auf Bereiche richten, in denen der Spendenfluß in Zukunft gefährdet sein könnte: Steuerwesen, Datenschutz, Bankenbereich, Post- und Telekommunikation. Dazu soll der Spendenrat Träger einer lockeren Arbeitsgemeinschaft Spendenwesen in Deutschland werden, dem das Deutsche Zentralinstitut für Soziale Fragen (DZI) für den Verbraucherschutz, die BSM als Berufsverband der Fundraiser, fachlich mit dem Spendenwesen befaßte Organisationen wie Bund der Steuerzahler, das Institut der Wirtschaftsprüfer und schließlich Vertreter der Hilfeempfänger wie BAG Nichtseßhafter, Kinderschutz etc. angehören könnten. Durch die Zusammenarbeit mit anderen Organisationen sollten die Bürokosten so weit gesenkt werden, daß der Mitgliedsbeitrag für alle Beteiligten erschwinglich würde. (C.M.)

Spenden-Siegel setzt sich durch

Das Anfang 1992 geschaffene Spenden-Siegel des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI) in Berlin hat sich gemauert. Aufgrund vierjähriger Erfahrungen wurden die Leitlinien und Ausführungsbestimmungen des Siegels im Februar 1996 überarbeitet. Das DZI-Hausorgan „DZI Transparent“ zieht in seiner August-Ausgabe 1996 Bilanz. Seit Einführung des Spenden-Siegels hätten 170 Organisationen dessen Zuerkennung beantragt und nur 111 Anträge Erfolg gehabt. Der Eindruck dieser relativ hohen Ablehnungsrate werde noch verstärkt durch die Tatsache, daß die Beantragung in der Regel nur dann gewagt werde, wenn die Organisation nach eigenem Eindruck auch sicher sei, die Prüfung zu bestehen, schreibt DZI-Mitarbeiter Burkhard Wilke. Auch die in den Leitlinien verankerte strikte Vertraulichkeit abgelehnter Anträge könne diese offenbar hohe Hemmschwelle nicht entscheidend senken.

Einschließlich der Verlängerungsanträge habe das DZI bisher mehr als 370 Spenden-Siegel-Anträge bearbeitet. Der Berufungsausschuß habe nur in einem einzigen Fall tätig werden müssen und dabei im August 1995 einstimmig das Prüfungsergebnis des DZI bestätigt.

Deutscher Spendenrat vor Neuanfang

Er scheint gerettet

Haarscharf an seiner Auflösung vorbeigeschlittert ist der Trägerverein des Deutschen Spendenrates bei seiner Mitgliederversammlung am 15. November 1996. Doch nun scheint er gerettet. Neue Leute haben sich zur Wahl in den Vorstand gefunden. An der Spitze Lothar Schulz von der Evangelischen Stiftung Alsterdorf, als sein Stellvertreter Günther Bitzer von World Vision. Die Kasse führt Pastor Walter Schröder von den von Bodelschwingschen Anstalten Bethel in Bielefeld. Beisitzer ist Willi Haas von den Rummelsberger Anstalten. Vom bisherigen Vorstand, der ohnehin nur noch aus drei Köpfen bestand, trat niemand mehr an.

Konzentration auf Mitgliedsorganisationen

Einige Neuerungen wurden andiskutiert und durchaus kontrovers abgestimmt. Einig, bis auf eine Gegenstimme, waren sich die teilnehmenden Organisationen über die Beschränkung der Zuständigkeit des Spendenrates auf die Mitgliedsorganisationen. Beschwerden gegen Organisationen, die nicht dem Trägerverein angehören, werden weiterverwiesen. Die Mitglieder stellten damit auch klar, daß sich der Trägerverein nicht als Ersatz für das Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen in Berlin sieht, sondern als eine Gemeinschaft von spendensammelnden Organisationen, die sich streng an von ihnen selber aufgestellte Richtlinien zum Spendenwesen halten. An der Spitze steht dabei die Selbstverpflichtungserklärung. Der künftige Spendenrat, der von den Organisationen getragen wird, soll verstärkt Richtlinien verabschieden, nach Möglichkeit in Abstimmung mit anderen Einrichtungen des Spendenwesens, auch dem DZI. Der Trägerverein nähert sich damit eher dem Modell der seit 1934 erfolgreich arbeitenden schweizerischen ZEWÖ an, die starken Einfluß auf die Mittelbeschaffung und die Formen der Spendenwerbung schweizerischer Organisationen nimmt. Allerdings sind hier fast alle größeren Organisationen Mitglied.

Kein Ersatz für das DZI

Der Vorteil einer Mitgliedschaft im Trägerverein soll auch im regen Informationsaustausch und in der Mitgestaltung der Lobbyarbeit im Sinne der Mitglieder bestehen. So macht es durchaus einen Unterschied, in welcher Weise Einfluß auf Gesetze und Verordnungen im Steuerbereich, Regelungen im Bankenwesen und Datenschutz und bei der Post genommen wird.

Die zum Zeitpunkt der Mitgliederversammlung 26 Mitglieder - von ursprünglich mehr als 50 - sind allerdings zunächst nicht mehr in der Lage, eine vollbesetzte Geschäftsstelle zu tragen. Hier hat sich der Vorstand verpflichtet, kostensparende Modelle zu finden, zum Beispiel Anschluß an Geschäftsstellen einer oder mehrerer Spendenorganisationen. Auch eine gemeinsame Geschäftsstelle mit der BSM ist im Gespräch. Die bisherige Geschäftsstelle am Bonner Hofgarten wurde zum Jahresende geschlossen. Noch auf der Mitgliederversammlung wurde die Kündigung des zweiköpfigen Personals aus finanziellen Gründen ausgesprochen.

Deutsche Herzstiftung wieder beigetreten

Die Deutsche Herzstiftung, die Auslöser des Exodus der Mitgliedsorganisationen war, ist dem Trägerverein inzwischen wieder beigetreten. Begründet hat sie dies mit den neuen Zielen und dem neuen Vorstand des Trägervereins, die neues Vertrauen in die Zukunft des Spendenrates rechtfertigten. Im übrigen habe die Deutsche Herzstiftung, so erklärte deren Geschäftsführer Dr. Christoph Müllerleile, eine solche Reaktion auf ihren Austritt nach der Mitgliederversammlung im März 1996 keinesfalls gewollt. Seinerzeit sei es ihr nur darum gegangen, sich verhärtende Strukturen aufzuweichen und den Spendenrat vor dem „absehbaren Niedergang“ zu bewahren.

Bei der nächsten Mitgliederversammlung des Deutschen Spendenrates am 19. März in Bonn soll den neuen Entwicklungen mit Satzungsänderungen Rechnung getragen werden. So soll der bisherige und eigentlich gescheiterte Spendenrat innerhalb des Trägervereins in „Schiedsausschuß“ umbenannt werden, der von der Mitgliederversammlung berufen werden und aus fünf Vertretern der Mitgliedsorganisationen sowie Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens bestehen soll. Sie dürfen nicht Mitglied des Vorstands sein. Der Schiedsausschuß soll durch jede/n bei Mißständen im Umgang mit der Einwerbung oder Verwendung von Spenden durch Mitgliedsorganisationen des Trägervereins angerufen werden können. Es ist also nicht mehr so, daß sich die Bürger beim Spendenrat über

Mit dem richtigen Riecher ist Ihre Spenden- mark Einsfünfzig wert



Anspruchsvolle Projekte erfordern satt gefüllte Spendenkassen. Damit der Aufwand für Ihre Mailings nicht an den wertvollen Einnahmen nagt, brauchen Sie kein Glück. Sondern einen im Fundraising erfahrenen und engagierten Produzenten an Ihrer Seite.

Erfolgreiches Direktmarketing beginnt mit dem richtigen Riecher. Fundraiser mit Spürnase schnüffeln bei GHP. Und nutzen unseren Full Service von der Produktionsberatung über die Abwicklung bis zur maßgeschneiderten Finanzierungslösung für Spendenorganisationen. Schnüffeln Sie mal bei uns rein.



Hansa Werbung

**SCHNELLER. PERFEKTER.
PERSÖNLICHER.**

Hansa Werbung GmbH
Kronacher Straße 70 • 96052 Bamberg
Tel.: 09 31/94 26-422 • Fax: 09 31/94 26-493

jede anstößige Spendenwerbung beschweren können. Dies hatte den bisherigen Spendenrat heillos überfordert.

Der Schiedsausschuß soll die Beschwerden prüfen und in begründeten Fällen Mißbilligungen und Rügen aussprechen. Er soll auch über Beschwerden über vereinsschädigendes Verhalten von Mitgliedsorganisationen entscheiden und kann Vorstand und Mitgliederversammlung bei gegebenem Anlaß den Vereinsausschuß eines Mitglieds vorschlagen. Er ist auch bei Auseinandersetzungen zwischen Mitgliedsorganisationen anzurufen, bevor mit dem Streitfall ein ordentliches Gericht befaßt wird.

Der Trägerverein will also nach diesen Satzungsänderungen deutlich mehr für die eigenen Mitglieder und weniger für eine diffuse Allgemeinheit der Spendenorganisationen tun. Dies ist auch notwendig, weil für Trittbrettfahrer niemand zahlen möchte. C.M.

„FundraisingMagazin“ auf dem Markt

Im November erschien die Nullnummer des FundraisingMagazins, ein neues Produkt des NonProfit Verlag & Service in Bietigheim-Bissingen. Die von Wolfgang Happes im Dezember 1994 gegründete Einzelfirma ist seit 1992 bereits mit „Verein & Management“ auf dem Markt. Die neue Zeitschrift erscheint seit Januar alle zwei Monate im Wechsel mit dem ebenfalls achtwöchig erscheinenden „Verein & Management“. Das neue Magazin kann zum Jahresabonnementspreis von 50 DM einschl. MwSt. und Versand, Ausland 60 DM, bezogen werden bei FundraisingMagazin, Postfach 1455, 74304 Bietigheim-Bissingen.

Zu den weiteren Unternehmungen des Verlages gehört unter dem Vorsitz von Wolfgang Strömich der gemeinnützige „Förderverein für NonProfit-Organisationen e.V.“, der wiederum Trägerverein der mit dem Verlag verbundenen „AVV - Akademie für Vereins- und Verbandsmanagement“ ist. Zwischen Verein und Verlag besteht allerdings keine finanzielle Abhängigkeit.

Der Verlag gibt neben den beiden Zeitschriften Vereinszeitschriften, Vereinspublikationen und Fachbücher heraus. Unter anderem erscheint dort seit Herbst vergangenen Jahres die BSM-Schriftenreihe. Außerdem produziert die Firma Mailings und hat sich in Zusammenarbeit mit der ESB - Europäische Sponsoring-Börse (St. Gallen / Schweiz) 1996 ein Congressbüro zugelegt, das Fachkongresse und Fachforen für Non-Profit-Organisationen anbietet. Seit September 1996 bildet der Verlag auch aus.

kundenfreundlich den richtigen Empfängern zugeordnet werden, wenn Namen, Straßen oder Postleitzahlen einmal falsch geschrieben sein sollten. Ein solches Revierbuch kann insbesondere Vertretern von Postzustellern, die ihren Zustellbezirk nicht so gut kennen wie das Stammpersonal, eine große Hilfe sein.

Auch 1997 EMNID-Spendenmonitor

Der seit 1995 bestehende EMNID-Spendenmonitor wird 1997 in nahezu unveränderter Form fortgeführt. Erfragt werden

- die Einstellung der Deutschen zum Spenden
- die Wertschätzung der wichtigsten Spendenorganisationen in der Bevölkerung
- die aktuellen Kritikpunkte der Spender an den unterstützten Organisationen
- das Image und die Positionierung für alle sich beteiligenden Organisationen
- die soziodemografische Beschreibung relevanter Spendergruppen.

Das Frageninventar wurde in Zusammenarbeit mit Vertretern namhafter Spendenorganisationen entwickelt. Es soll verlässliche, handlungsrelevante Informationsquelle für die konkrete Arbeit von Spendenorganisationen sein. Die Befragung wird wieder im Zeitraum Juli/August durchgeführt. Teilnahme schluß ist der 1. Juli 1997. Es besteht die Möglichkeit, Exklusivfragen einzuschalten, deren Ergebnisse nur den jeweiligen Auftraggebern zur Verfügung stehen. Die Beteiligungskosten betragen DM 6.500 zuzüglich 15 % MwSt. Anmeldungen an Dr. Helmut Apel, EMNID, Stieghorster Str. 90, 33605 Bielefeld, Tel. (0521) 9257-0, Fax 9257-333.

Deutscher Spendenrat konsolidiert sich

Nach zähem Ringen hat sich der Deutsche Spendenrat am 19. März mit zahlreichen Satzungsänderungen ein anderes Profil bei gleichem Anspruch an den Vereinszweck gegeben. Künftig will die Organisation nur noch Beschwerden gegen die Spendenpraxis der eigenen Mitgliedsorganisationen entgegennehmen. Statt des bisherigen Spendenrats, den der Vorstand berief, beruft die Mitgliederversammlung zur Entscheidung über Beschwerden einen Schiedsausschuß, der aus fünf Vertretern der Mitglieder und bis zu drei Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens bestehen soll. Der Schiedsausschuß kann bei Beschwerden zum Umgang mit der Spendenwerbung der Mitglieder durch jeden angerufen werden und Sanktionen verhängen.

Da der Spendenrat in der bisherigen Form nicht mehr existiert, konnte sich der „Trägerverein des Deutschen Spendenrates e.V.“ in „Deutscher Spendenrat e.V.“ umbenennen. Die Organisation umfaßt heute nur noch 27 der einstmals mehr als 50 Organisationen. Im Dezember wurde der Mitgliedsbeitrag gesenkt. Der Bonner Rechtsanwalt Bernd Beder leitet das Spendenratsbüro, das jetzt eine andere Adresse hat: Deutscher Spendenrat e.V., Simrockallee 27, 53173 Bonn, Tel. (02 28) 93 55 70, Fax 9 35 57 99.

DRK-Generalsekretär beklagt dramatischen Spendeneinbruch

Die Bundesrepublik und die Gesellschaft stehen nach Einschätzung des Generalsekretärs des Deutschen Roten Kreuzes, Johann Wilhelm Römer, vor bisher nicht gekannten Schwierigkeiten und Herausforderungen. Als Beispiele nannte Römer beim Neujahrsempfang des Kreisverbandes des Roten Kreuzes Offenbach Mitte Januar in Langen die Auflösung traditioneller Gemeinschaften bis hin zur Familie, die wirtschaftlichen Schwierigkeiten, die Verschuldung der öffentlichen Hand. An die Stelle von Miteinander, Hilfsbe-

Wertvolle Informationen für die Tagesarbeit

Nur noch Beschwerden über Mitgliedsorganisationen möglich



direct marketing · fund raising
special projects

Danken

Danken ist mehr als eine Tugend:
Für die Bereitschaft sich mit Ihrem Anliegen zu befassen, zu spenden und Sie weiterhin zu unterstützen...

Dank ist eine Grundhaltung, die Spendenwerbung erst möglich macht. Ich danke Ihnen schon jetzt für das Lesen dieser Anzeige und Ihr Interesse an meinem Angebot: Konzeption, Text und Layout von Maßnahmen zur Spendenakquise – von Mailings, Prospekten, Beilagen und Mitteilungen – in Neuspenderaktionen; Event-, Incentive- und Database-Konzepten; Aktivierungs- und Reaktivierungsaktionen sowie Telefon-Marketing; mit Zielgruppenberatung, Strategie und Realisierung.

Mein Dank gilt allen, die mir Vertrauen schenken und die mein Angebot nutzen!

KLAUS M. DIETERICH · Creative Consultant
IM HAUSE DIE CREW
Maybachstraße 8 · Am Killesberg
70469 Stuttgart
Telefon 0711/135 45 59
Autotelefon/Handy 0161/2 73 39 56
Fax 0711/135 45 92