

Pressemitteilung

Die wichtigsten Hintergrundinformationen zum Fundraising:

1. Was ist Fundraising?

Fundraising ist die Beschaffung von Geld-, Sach- und Dienstleistungen zur Verwirklichung von am Gemeinwohl orientierten Zwecken.

Die wissenschaftliche Definition nach Prof. Michael Urselmann lautet:

„Fundraising ist die systematische Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten einer Non-Profit-Organisation (NPO), welche darauf abzielen, alle für die Erfüllung des Satzungszwecks benötigten Ressourcen (Geld-, Sach- und Dienstleistungen) durch eine konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Ressourcenbereitsteller ohne marktadäquate materielle Gegenleistung zu beschaffen.

Die mit der Mittelbeschaffung für gemeinnützige Zwecke betrauten Personen werden Fundraiserinnen und Fundraiser genannt.“

2. Wie groß ist der Spendenmarkt in Deutschland?

Das Statistische Bundesamt bezieht die pro Jahr steuerlich geltend gemachten Spenden auf rund 5 Mrd. Euro. Dieser Wert bleibt trotz Wirtschaftskrisen seit Jahren weitgehend stabil.

3. Warum ist professionelles Fundraising für gemeinnützige Organisationen so wichtig?

Die staatlichen Leistungen und Förderungen z.B. im Sozialsystem und in der Entwicklungshilfe, aber auch im Kultursektor oder im Bildungsbereich werden seit Jahren geringer. Diese Lücke wird häufig von gemeinnützigen Organisationen gefüllt. Diese sind auf regelmäßige Einnahmen angewiesen um Ihre satzungsgemäßen Zwecke erfüllen und langfristige Projekte kontinuierlich durchführen zu können. Nur mit einem verlässlichen Budget können Maßnahmen effizient und zielführend geplant und umgesetzt werden. Gerade unpopuläre Projekte wie z.B. Obdachlosenhilfe sind ohne aktive Spendenwerbung kaum denkbar.

Gleichzeitig verschärfen sich die äußeren Rahmenbedingungen für den dritten Sektor. Seit Juni 2010 müssen gemeinnützige Organisationen beispielsweise 19 Prozent Mehrwertsteuer für den Versand ihrer Spendenbriefe an den Staat abführen. Da diese Spendenbriefe für viele Organisationen bis heute das erfolgreichste Fundraising-Instrument bilden, gibt es dazu keine günstigere Alternative. Die Bemühungen vieler Organisationen den Anteil der Werbe- und Verwaltungskosten zu senken werden so torpediert.

Gleichzeitig müssen alle NGOs immer stärker darum kämpfen, ihre Zielgruppen trotz starker medialer Konkurrenz der Wirtschaftsunternehmen zu erreichen.

4. Wieviel Personen sind im Fundraisingbereich angestellt?

Genaue Zahlen dazu liegen nicht vor. Der Deutsche Fundraising Verband schätzt, dass es in Deutschland ca. 3.000 professionell hauptamtlich arbeitende Fundraiserinnen und Fundraiser gibt. 1.300 Fundraiser sind Mitglied im Deutschen Fundraising Verband. Hinzu kommen die vielen ehrenamtlichen Fundraiser, die vor Ort um Spenden bitten, z.B. mit der „klassischen“ Sammeldose am Informationsstand.

5. **Wie viele Fundraising-Dienstleister gibt es in Deutschland?**

Es gibt circa 130 Dienstleister, die auf dem deutschen Fundraising-Markt tätig sind. Hinzu kommen zahlreiche freiberufliche Fundraiser, die von wechselnden Organisationen projektbezogen beauftragt werden. Die Tätigkeitsfelder reichen von der Organisationsberatung über Kreation und Produktion von Fundraising-Kampagnen bis zur direkten Spenderansprache. Full Service-Agenturen die sämtliche Fundraising-Tätigkeiten einer Organisation übernehmen sind eine seltene Ausnahme.

Eine Dienstleisterübersicht für die Fundraisingbranche (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) veröffentlicht der Deutsche Fundraising Verband auf seiner Homepage:

www.fundraisingverband.de/index.php?id=7

6. **Warum braucht eine gemeinnützige Organisation externe Dienstleister?**

Gerade kleinere Organisationen haben weder die personellen noch fachlichen Ressourcen um ein dauerhaft erfolgreiches Fundraising sicherstellen zu können. Externe Dienstleister führen viele Fundraisingmaßnahmen effizienter und somit kostengünstiger durch, während sich die Organisationen auf die Erfüllung ihre eigentlichen Hauptaufgaben, wie z.B. die Katastrophenhilfe oder die Kinder- und Jugendarbeit, konzentrieren können.

7. **Wie arbeitet ein Fundraising-Dienstleister?**

Fundraising-Dienstleister arbeiten immer in enger Abstimmung mit den Auftrag gebenden Organisationen zusammen. Alle Maßnahmen werden gemeinsam konzipiert und durch die Organisationen freigegeben. Die Zusammenarbeit und vor allem die Spenderansprache unterliegen dabei höchsten Datenschutzvorgaben. Ein Verkauf oder eine anderweitige Verwendung von Spenderadressen außerhalb der Vereinszwecke ist rechtlich unzulässig und zieht empfindliche Strafen nach sich. Die vollständige, insbesondere inhaltliche Verantwortung verbleibt vollständig bei der beauftragenden Organisation.

Organisationen die das DZI-Siegel tragen müssen diese Anforderungen selbstverständlich auch im Umgang mit externen Dienstleistern erfüllen. Die meisten Agenturen richten sich deshalb automatisch nach den Regeln des DZI und erfüllen damit auch die 19 Grundregeln des DFRV für ein gutes, ethisches Fundraising.

8. **Welche Fundraising-Instrumente sind am erfolgreichsten?**

Erhebungen der Gesellschaft für Konsumforschung zeigen, dass der adressierte Spendenbrief trotz aller Kritik bis heute zur erfolgreichsten Spendenmotivation gehört. In der Gewinnung von neuen Fördermitgliedern und Spendern ist das face-to-face-Fundraising, z.B. im Rahmen eines Tür-zur-Tür-Fundraisings oder einer Standwerbung, nach wie vor am erfolgreichsten. Aber auch Beiträge und Spendenaufrufe im TV werden immer häufiger als Spendenauslöser genannt. Die vergleichsweise kostengünstigen Spendenaufrufe im Internet sorgen bislang nur für einen sehr geringen Teil der Gesamteinnahmen.

9. **Welche Kosten entstehen im Fundraising? Wie viel von meinem Geld kommt im Projekt an?**

Diese Zahlen sind häufig unterschiedlich, sollten aber die Vorgaben des DZI (maximal 35 Prozent Werbe- und Verwaltungskosten) möglichst nicht überschreiten. Seriöse Organisationen machen ihre Kostenstruktur im Jahresbericht transparent und geben auch auf Anfrage selbstverständlich Auskunft. Grundsätzlich ist die Bitte um Spenden und die effiziente Verwaltung einer Non-Profit-Organisation immer auch mit Kosten verbunden. Organisationen, die damit werben keinerlei Verwaltungskosten zu haben, stellen Ihre Einnahmen und Ausgaben nicht korrekt dar.

10. Warum tragen nicht alle Organisationen ein Spendensiegel?

Die externe Prüfung der gemeinnützigen Organisationen erfolgt zusätzlich zu den Kontrollen des Finanzamtes und ist mit erheblichem personellen, administrativen und finanziellem Aufwand verbunden. Die große Mehrheit der deutschen Organisationen entscheidet sich deshalb gegen ein Spendensiegel. Viele NGOs unterwerfen sich stattdessen einer alternativen Selbstverpflichtung, wie zum Beispiel den Vorgaben der Initiative Transparente Zivilgesellschaft, den 19 Grundregeln des Deutschen Fundraising Verbandes oder im Rahmen einer Mitgliedschaft im Deutschen Spendenrat.

11. Wie erkennt ein Spender seriöse Organisationen?

Seriöse Hilfswerke informieren regelmäßig über ihre Arbeit, üben keinen Druck aus und machen die Verwendung ihrer Spendengelder auf der Internetseite und/oder im Jahresbericht transparent. Weitere Orientierungshilfen bilden die Logos der oben genannten Organisationen und Initiativen.

12. Was sollte man beim Spenden beachten?

Wählen Sie Arbeitsbereiche die Ihnen besonders am Herzen liegen und beschränken Sie sich zunächst auf wenige Organisationen. Informieren Sie sich über deren Projekte, prüfen Sie die Jahresberichte und orientieren Sie sich ggf. an vorhandenen Spendensiegeln. Auch Organisationen ohne Spendensiegel können vertrauenswürdig sein! Seriöse Hilfswerke informieren regelmäßig über ihre Arbeit und machen die Verwendung ihrer Spendengelder transparent. Für Spender, die ihr jährliches Spendenbudget „streuen“ möchten, ergibt sich so nach und nach eine Liste persönlich vertrauenswürdiger Einrichtungen und Organisationen.

Weitere Hinweise zum richtigen Spenden finden Sie in den angehängten DFRV-Spendentipps.

13. Welchen Hintergrund hat CharityWatch.de?

CharityWatch.de ist keine Prüforganisation, sondern eine private Initiative des Journalisten Stephan Loipfinger. Empfehlungen und Warnungen beruhen auf der persönlichen Einschätzung des Autors. Einheitliche und transparente Prüfkriterien sind leider nicht erkennbar.

14. Wo finde ich unabhängige und kompetente Ansprechpartner zum Thema Spenden und Fundraising?

Deutscher Fundraising Verband
Chausseestraße 5
10115 Berlin
Tel.: 030 / 30 88 31 800
Fax: 030 / 30 88 31 805
info@fundraisingverband.de
www.fundraisingverband.de

Pressekontakt:

Dr. Thomas Röhr
1. Stv. Vorsitzender / Pressesprecher im Deutschen Fundraising Verband
Tel.: 0173 / 379 21 21
röhr@fundraisingverband.de

Weitere kompetente Ansprechpartner sind der Deutsche Spendenrat (www.spendenrat.de) und das Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen / DZI (www.dzi.de).

15. Was ist der Deutsche Fundraising Verband?

Der Deutsche Fundraising Verband e.V. ist der bundesweite Fachverband für das Non-Profit-Marketing und Spendenwesen. Zu seinen über 1.300 Mitgliedern zählen die Spendenexperten aller großen Non-Profit-Organisationen in Deutschland. Der DFRV vertritt die Interessen des Fundraisings in Politik und Öffentlichkeit, fördert die Professionalisierung des Berufszweigs sowie die Umsetzung ethischer Prinzipien in der Branche.