



## **Stellungnahme des Verbandes Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen (VENRO) und des Deutschen Fundraising Verbandes (DFRV) zu den neuen DZI Spenden-Siegel Leitlinien**

Mit dem vorliegenden Dokument nehmen der Verband Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen (VENRO) und der Deutsche Fundraising Verband (DFRV) zum Entwurf der neuen DZI Spenden-Siegel Leitlinien Stellung. Unsere Stellungnahme gliedert sich in zwei Abschnitte: Teil A beinhaltet grundsätzliche Schwierigkeiten bei der Siegelvergabe und in der Kommunikation mit dem DZI; in Teil B werden anhand des vorliegenden Leitlinien-Entwurfs konkrete Änderungsvorschläge gemacht.

VENRO und der DFRV sowie deren Mitglieder haben es in den vergangenen Jahren sehr geschätzt, dass es eine unabhängige Institution wie das DZI gibt. Wir verstehen uns als zentrale Partner des DZI und möchten auf diesem Verständnis auch in Zukunft aufbauen. Das zentrale Anliegen der vorliegenden Stellungnahme ist daher die konstruktive und partnerschaftliche Beteiligung an der Weiterentwicklung der Leitlinien.

VENRO und der DFRV haben sich in den letzten zwei Jahren ausführlich mit bestehenden Transparenz- und Qualitätsstandards von NRO befasst. In einem intensiven Prozess hat VENRO einen auch im internationalen Vergleich herausragenden NRO-Verhaltenskodex entworfen, der Mindeststandards für die Organisationsführung, Betriebsführung, Kommunikation und Wirkungsbeobachtung aufstellt. Alle vier Themenbereiche sind auch Bestandteil der vorliegenden Siegel-Leitlinien. An den von VENRO erarbeiteten Standards haben sich 120 Experten aus 80 Organisationen beteiligt. Auch der Ausschuss für eine gute, ethische Fundraising-Praxis (Ethik-Ausschuss) des DFRV hat sich intensiv mit den Transparenz- und Qualitätsstandards von NRO beschäftigt. Das DZI war von Beginn an in die Prozesse eingebunden. Wir bringen diese Expertise in den Qualitätsentwicklungsprozess der Siegel-Leitlinien gerne ein.

## **Teil A: Siegel-Vergabe und Partizipation der Antragsteller**

Das DZI hat bisher mit den Spenden-Siegel Leitlinien – unabhängig und kompetent – einen Normenkonsens überprüft, der von den NRO miterarbeitet und deshalb mitgetragen wurde. Der vorliegende Leitlinienentwurf greift aber weit tiefer in die Organisationshoheit ein als sein Vorgänger. Aus unserer Sicht handelt es sich hierbei um einen Paradigmenwechsel, der auch das zunehmende Bewusstsein in der deutschen Zivilgesellschaft für die Notwendigkeit von überprüfbaren Transparenzstandards widerspiegelt.

Leider sind wir – trotz mehrfacher Anfragen – bisher nicht so an dem Prozess der Siegelerarbeitung beteiligt worden, wie es notwendig gewesen wäre. Dies trifft unsererseits auf Unverständnis, insbesondere weil wir die Siegelvergabe als eine Dienstleistung ansehen, die auf dem Konsens der beteiligten Organisationen beruht. Um die Partizipation der Zivilgesellschaft in Zukunft sicher zu stellen, fordern wir das DZI auf, einen zivilgesellschaftlichen Beirat zu gründen, der offene Fragen, laufende Konflikte und die Weiterentwicklung der Standards begleitet.

Aufgrund der Zunahme der zu prüfenden Kriterien ist es wichtig, auch die Regelungen für die Bearbeitung der Anträge und die Bewilligung des Siegels zu spezifizieren. Wir fordern das DZI deshalb auf, folgende Ergänzungen vorzunehmen:

- Es muss zukünftig **detaillierte Regelungen bezüglich der Anerkennungs- und Verfahrensdauer** geben. Dies betrifft vor allem die **Maximalbearbeitungszeit** – auch bei Erstanträgen – für die Bearbeitung der Anträge durch das DZI.
- Die verstärkten **Transparenzanforderungen müssen auch für das DZI** gelten. Informationen über die Prüfer, deren Hintergrund und ihre Erfahrungen müssen für alle Siegelanwärter auf der Webseite ersichtlich sein. Transparent gemacht werden muss auch, wie sich ein Prüfverfahren im Einzelnen gestaltet und welche Akteure eingebunden sind.
- Eine verstärkte **Rechtssicherheit** ist auch in Hinblick auf die **Aberkennung des Siegels** notwendig, so gibt es beispielsweise kein geregeltes und transparentes Beschwerdeverfahren im Falle einer Antragsablehnung.

Damit die Siegelvergabe für alle Beteiligten bei steigenden Transparenzstandards auch in Zukunft handhabbar (und bezahlbar) bleibt, sollte das Verfahren an anderer Stelle vereinfacht werden. Wir empfehlen deshalb

- die Gültigkeit des Siegels bei **Verlängerungsanträgen auf zwei Jahre** zu erweitern oder nach einer ersten intensiven Prüfung, eine vereinfachte Prüfung über einen Zeitraum von **vier Jahren** durchzuführen. Ein vereinfachtes Prüfverfahren entlastet das DZI in gleichem Maße wie die Organisationen und erlaubt uns dennoch, steigenden Qualitätsanforderungen gerecht zu werden.
- Technisch muss das Verfahren vereinfacht und modernisiert werden: Anträge und bestimmte **Unterlagen sollten online** eingereicht werden können.

Auch nach der Überarbeitung werden einige Kriterien weiterhin unspezifisch (und damit subjektiv interpretierbar) bleiben. Dies gilt insbesondere für den Bereich der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Ein institutionalisierter Arbeitskreis, der sich mit diesen laufenden Fragen auseinandersetzt, ist aus unserer Sicht unerlässlich.

## Teil B: Anmerkungen zum vorliegenden Entwurf

Die Anmerkungen sind in drei Spalten gegliedert. In der linken Spalte befinden sich die Regelungen aus dem DZI-Entwurf, in der Spalte in der Mitte stehen unsere Änderungsvorschläge, die wiederum in der rechten Spalte begründet werden. Es werden nicht alle Sätze der einzelnen Leitlinien vollständig wiedergegeben. Ist nichts anderes vermerkt, befürworten wir die entsprechenden Sätze.

<b>DZI-Vorschlag</b>	<b>Änderungsvorschlag</b>	<b>Begründung</b>
<p><b>II. 2. a. (1) Leitungsorgan</b></p> <p>1Dem Leitungsorgan gehören mindestens fünf Personen an, sofern es ganz oder teilweise aus ehrenamtlichen Mitgliedern besteht. 2Liegen die jährlichen Gesamteinnahmen der Organisation unter 1 Mio. EUR, so reicht eine Mindestzahl von drei Personen aus. 3Sind alle Mitglieder des Leitungsorgans hauptamtlich für die Organisation tätig, besteht es aus mindestens zwei Personen.</p>	<p><b>II. 2. a. (1) Leitungsorgan</b></p> <p>1Dem Leitungsorgan gehören mindestens fünf Personen an, sofern es ganz oder teilweise aus ehrenamtlichen Mitgliedern besteht. 2Liegen die jährlichen Gesamteinnahmen der Organisation unter 1 Mio. EUR, so reicht eine Mindestzahl von drei Personen aus.</p> <p><b>Satz drei entfällt.</b></p>	<p>Diese Vorgabe ist nicht realistisch, da dies bei relativ kleinen Budgets nicht finanzierbar ist, ohne den vertretbaren Anteil von Personalkosten zu überschreiten.</p> <p>Auch ist nicht ersichtlich, warum diese Mindestvorgabe von zwei Personen gemacht wurde. Das Vier-Augen-Prinzip lässt sich auch anders organisieren, in dem man zum Beispiel andere hauptamtliche Mitarbeiter, die nicht Leitungsorgan sind, einbezieht.</p>
<p><b>II. 2. b. (2) Aufsichtsorgan</b></p> <p>Das Aufsichtsorgan tritt jährlich mindestens einmal persönlich zusammen. Betragen die jährlichen Gesamterträge der Organisation mehr als 1 Mio. EUR, so tritt das Aufsichtsorgan oder ein von ihm gebildeter Ausschuss mindestens ein weiteres Mal zusammen, (...)</p>	<p><b>II. 2. b. (2) Aufsichtsorgan</b></p> <p>Das Aufsichtsorgan tritt jährlich mindestens einmal persönlich zusammen. Betragen die jährlichen Gesamterträge der Organisation mehr als <b>5 Mio. EUR</b>, so tritt das Aufsichtsorgan oder ein von ihm gebildeter Ausschuss mindestens ein weiteres Mal zusammen, (...)</p>	<p>Eine zweite Mitgliederversammlung im Jahr ist für Organisationen dieser Größe angesichts der damit verbundenen Belastungen und Aufwendungen (aus finanziellen, personellen und organisatorisch-logistischen Gründen) nicht zu verkraften. Der anfallende administrative Aufwand wird auch durch die Bildung eines Ausschusses nicht minimalisiert, da der anfallende Berichtsaufwand unverändert bleibt.</p> <p>Welches sind die zugrunde liegenden Kriterien für diese Größenangaben? Diese Frage muss transparent gelöst werden. Dies kann nach unserer Ansicht nur in einer gemeinsamen Arbeitsgruppe geschehen.</p>
<p><b>II. 2. b. (3) Aufsichtsorgan</b></p>	<p><b>Vorschlag streichen.</b></p>	<p>Die geforderte Übermittlung des Rechenschaftsberichts wird in</p>

<p>Die Mitglieder des Aufsichtsorgans erhalten mit der Einladung zur jährlichen Zusammenkunft den Rechenschaftsbericht des Leitungsorgans einschließlich der Jahresrechnung sowie alle weiteren Informationen, die für die Vorbereitung der vorgesehenen Beschlüsse erforderlich sind.</p>		<p>den Organisationen unterschiedlich gehandhabt, je nachdem, wie es in der Satzung festgelegt ist.</p> <p>Einige Organisationen versenden eine Kurzfassung im Vorfeld, andere versenden den Rechenschaftsbericht erst im direkten Vorfeld der Versammlung, die Einladung aber aus terminlichen Gründen viel früher. Andere bringen einen ausführlichen Rechenschaftsbericht mündlich ein und protokollieren das Ergebnis.</p> <p>Die Kommunikation zwischen dem Aufsichtsgremium und dem Vorstand wird durch die Satzung geregelt und fällt damit in den Hoheitsbereich der Organisation.</p>
<p><b>II. 2. b. (4) Aufsichtsorgan</b></p> <p>1Bei den Versammlungen des Aufsichtsorgans sind entweder mindestens die Hälfte oder mindestens 20 seiner Mitglieder persönlich anwesend. 2Die Mitglieder des Leitungsorgans, ihnen persönlich verbundene Personen und Personen, die bei der Organisation selbst oder bei mit ihr verbundenen Einrichtungen angestellt oder auf Honorarbasis tätig sind, haben bei den Sitzungen keine Stimmenmehrheit.</p>	<p><b>II. 2. b. (4) Aufsichtsorgan</b></p> <p>1Bei den Versammlungen des Aufsichtsorgans sind entweder mindestens die Hälfte oder mindestens 20 seiner Mitglieder persönlich anwesend oder die anwesenden Mitglieder verfügen <b>durch Stimmübertragung</b> über mindestens 50% der Stimmen der Mitglieder. 2Die Mitglieder des Leitungsorgans sind bei den Sitzungen <b>persönlich nicht in der Überzahl</b>. 2Die Mitglieder des Leitungsorgans haben bei den Sitzungen keine Stimmenmehrheit.</p> <p><b>Halbsatz in Satz zwei wird gestrichen.</b></p>	<p>Insbesondere bei gemeinnützigen GmbHs setzt sich die Gesellschafterversammlung oft aus wenigen Personen zusammen, die als Familienmitglieder persönlich verbunden sein können.</p> <p>Durch unterschiedliche Gesellschaftsanteile der Gesellschafter ist es denkbar, dass ein einziger geschäftsführender Gesellschafter über eine Stimmenmehrheit in der Gesellschafterversammlung verfügt. Dies sollte entweder direkt in dieser Regelung berücksichtigt oder durch eine zusätzliche Regelung inklusive einer Differenzierung für Rechtsformen abgedeckt werden. Dem Anliegen einer Einbindung weiterer Personen wird über das „Besondere Aufsichtsorgan“ Rechnung getragen. Vorschriften hinsichtlich der Gesellschafterstruktur sind nicht akzeptabel, weil sie in den Kernbestand einer Gesellschaft eingreifen und damit faktisch zur Diskriminierung einer anerkannten Rechtsform führen.</p> <p>Diese Regelung beschreibt einen klassischen Verein mit vielen Mitgliedern. Sie trifft auf viele weitere Rechtsformen (Stiftungen, gGmbH) nicht zu. Dies sollte in einem entsprechenden Beirat differenziert und überarbeitet werden. Solange müsste die Zielgruppe dieser Regelung im Text durch das DZI verdeutlicht</p>

		werden.
<p><b>II. 2. b. (5) Aufsichtsorgan</b></p> <p>1Das Aufsichtsorgan entscheidet unter anderem über die Vergütung und pauschale Aufwandsentschädigungen von Mitgliedern des Leitungsorgans sowie jährlich über deren Entlastung für das jüngste abgeschlossene Geschäftsjahr. 2Die Mitglieder des Leitungsorgans nehmen an der Entscheidung über ihre Entlastung nicht teil.</p>	<p><b>II. 2. b. (5) Aufsichtsorgan</b></p> <p>1Das Aufsichtsorgan <b>bzw. das zwischengeschaltete Aufsichtsorgan</b> entscheidet unter anderem über die Vergütung und pauschale Aufwandsentschädigungen von Mitgliedern des Leitungsorgans sowie jährlich über deren Entlastung für das jüngste abgeschlossene Geschäftsjahr. 2Die Mitglieder des Leitungsorgans nehmen an der Entscheidung über ihre Entlastung nicht teil.</p>	<p>Ergänzung um „das zwischengeschaltete Aufsichtsorgan“, da diese Aufgabe in größeren Organisationen nicht allein von der Mitgliederversammlung durchgeführt werden kann.</p>
<p><b>II. 2. b. (8) Aufsichtsorgan</b></p> <p>Organisationen, deren jährliche Gesamterträge mehr als 1 Mio. EUR betragen, verfügen über ein Verfahren zur internen Beschwerdeführung.</p>	<p><b>II. 2. b (8) Aufsichtsorgan</b></p> <p>Organisationen, deren jährliche Gesamterträge mehr als 1 Mio. EUR betragen, verfügen über ein belegbares Verfahren, wie zum Beispiel eine Ombudsperson, um eine interne Beschwerdeführung zu ermöglichen.</p>	<p>Diese Regelung würden wir gerne konkreter gefasst wissen, um Missverständnisse oder Fehlinterpretationen auszuschließen.</p>
<p><b>II. 2. c. (1) Besonderes Aufsichtsorgan</b></p> <p>Die Organisation bestellt zusätzlich ein besonderes Aufsichtsorgan, wenn mindestens ein Mitglied ihres Leitungsorgans für die Organisation hauptamtlich tätig ist (vgl. Glossar) oder die jährlichen Gesamterträge mehr als 5 Mio. EUR betragen.</p>	<p><b>II. 2. c. (1) Besonderes Aufsichtsorgan</b></p> <p>Die Organisation bestellt zusätzlich ein besonderes Aufsichtsorgan, wenn sie über mehr als 50 hauptamtliche Mitarbeiter verfügt oder die jährlichen Gesamterträge <b>mindestens vier Jahre in Folge</b> mehr als <b>10 Mio. EUR</b> betragen.</p>	<p>Eine weitere Kontrollinstanz bei großen Organisationen wird auch von unseren Mitgliedern als sinnvoll erachtet.</p> <p>Ein besonderes Aufsichtsorgan ab fünf Millionen Euro Gesamteinnahmen einzusetzen, führt zu einem unverhältnismäßig hohen Verwaltungsaufwand. Insbesondere kleinere und mittlere Organisationen wären hiervon betroffen. Es entspricht weder den Vorgaben des VENRO-Verhaltenskodexes noch internationalen oder nationalen Standards (die ein solches Gremium zu meist ab einer Unternehmensgröße von 50 MitarbeiterInnen oder jährlichen Gesamteinnahmen von 10 Mio. Euro vorschreiben).</p> <p>Ein besonderes Aufsichtsorgan auch dann einzurichten, wenn</p>

		<p>eine Person aus dem Leitungsorgan hauptamtlich tätig ist führt zu einem unverhältnismäßigen Verwaltungsaufwand. Warum sollte z.B. eine kleine Stiftung mit einem hauptamtlichen Vorstand aus einer Person und einem Aufsichtsorgan aus neun Personen noch ein zusätzliches besonderes Aufsichtsorgan einrichten?</p> <p>Welches sind die zugrunde liegenden Kriterien für diese Größenangaben? Diese Frage muss transparent gelöst werden. Dies kann nach unserer Ansicht nur in einer gemeinsamen Arbeitsgruppe geschehen.</p>
<p><b>II. 2. c. (5) Besonderes Aufsichtsorgan</b>  <sup>1</sup>Die Mitglieder des besonderen Aufsichtsorgans stehen in keinem Abhängigkeitsverhältnis zu der Organisation oder den Mitgliedern des Leitungsorgans und sind frei von Interessenkonflikten. <sup>2</sup>Dem besonderen Aufsichtsorgan gehören insbesondere keine Personen an, die</p> <p>a) dem Leitungsorgan angehören,  b) mit Mitgliedern des Leitungsorgans persönlich verbunden sind,  c) für die Organisation oder mit ihr verbundene Organisationen oder Unternehmen als Angestellte oder Honorarkräfte tätig sind,  d) von der Organisation mit Beratungen oder Prüfungen beauftragt wurden oder bei solchen Auftragnehmern beschäftigt sind, z.B. bei Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften.</p>	<p><b>II. 2. c. (5) Besonderes Aufsichtsorgan</b>  <sup>1</sup>Mögliche Interessenskonflikte, sollten solche bestehen, zwischen dem den Mitgliedern des besonderen Aufsichtsorgans oder den Mitgliedern des Leitungsorgans <b>sind offen zu legen.</b> <sup>2</sup>Dem besonderen Aufsichtsorgan gehören insbesondere keine Personen an, die</p> <p>a) dem Leitungsorgan angehören,  b) mit Mitgliedern des Leitungsorgans persönlich verbunden sind,  c) für die Organisation oder mit ihr <b>rechtlich</b> verbundene Organisationen oder Unternehmen als Angestellte oder Honorarkräfte tätig sind,  d) von der Organisation mit Beratungen oder Prüfungen beauftragt wurden oder bei solchen Auftragnehmern beschäftigt sind, z.B. bei Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften.</p>	<p>Interessenskonflikte können unterschiedlichster Art sein und auch dann bestehen, wenn man zuvor zentrale Maßnahmen getroffen hat, diese zu verhindern. Da es keine allgemein gültige Definition gibt, wann ein Interessenskonflikt vorliegt, plädieren wir dafür, hier die Transparenz sicher zu stellen. Wir sind überzeugt, dass unter transparenten Bedingungen, Entscheidungskonflikte zugunsten aller Beteiligten aufgelöst werden können. Eine Konkretisierung erscheint uns auch für Punkt c) notwendig: Mit der Organisation „verbunden“ lässt Spielraum für diverse Konstellationen, die weder alle durchschaubar noch wünschenswert sind.</p>

<p><b>II. 2. c. (6) Besonderes Aufsichtsorgan</b> Die Amtsperioden der Mitglieder des besonderen Aufsichtsorgans betragen höchstens fünf Jahre. Eine Wiederwahl ist möglich. <sup>3</sup>Die Mehrzahl der Mitglieder des besonderen Aufsichtsorgans darf diesem jedoch nicht länger als zehn Jahre angehören.</p>	<p><b>II. 2. c. (6) Besonderes Aufsichtsorgan</b> Die Amtsperioden der Mitglieder des besonderen Aufsichtsorgans betragen höchstens fünf Jahre. Wiederwahl ist möglich. <b>Satz drei entfällt.</b></p>	<p>Der dritte Satz sollte gestrichen werden, da sich die ehrenamtlich tätigen Aufsichtsratsmitglieder ohnehin alle fünf Jahre einer Wiederwahl stellen müssen. Wenn diese engagierten Personen nach Ablauf von 10 Jahren für die Organisation nicht mehr tätig werden dürfen, kann dies zu einem schwerwiegenden Verlust von Wissen und Erfahrung führen. Daher plädieren wir dafür, die Amtszeit bis zur Wiederwahl zu begrenzen, nicht aber die Gesamtdauer solch einer Tätigkeit.</p>
<p><b>II. 2. c. (7) Besonderes Aufsichtsorgan</b> Das besondere Aufsichtsorgan tritt regelmäßig und mindestens viermal im Jahr zusammen.</p>	<p><b>II. 2. c. (7) Besonderes Aufsichtsorgan</b> Das besondere Aufsichtsorgan <b>konferiert</b> regelmäßig und mindestens <b>dreimal</b> im Jahr.</p>	<p>Aufgrund der internationalen Besetzung von Aufsichtsgremien ist es in vielen Organisationen nicht möglich, persönlich zusammenzutreffen. Telefon- und Skypekonferenzen sind aber eine zeitgemäße Alternative.  Da es sich bei den DZI Siegel-Leitlinien außerdem um Mindeststandards handelt, verstehen wir nicht, dass das DZI bei der Anzahl der Treffen über den Konsens im VENRO-Verhaltenskodex hinaus gehen will.</p>
<p><b>II. 3. a. (2) Klarheit</b> Missverständliche Darstellungen in Wort und Bild werden unterlassen</p>	<p><b>II. 3. a. (2) Satz 1 Klarheit</b> Missverständliche Darstellungen in Wort und Bild werden unterlassen, um (1) eine <b>Verwechslungsgefahr</b> mit dem Namen und Auftreten anderer Personen, Organisationen oder Institutionen zu vermeiden und/oder (2) den Charakter der Mittelverwendung der erbetenen Spenden nicht zu <b>verschleiern</b>.</p>	<p>Die Vorgaben in den Leitlinien sind nicht konkret genug, die Bewertung der Materialien ist damit im gewissen Maße der willkürlichen Beurteilung der Sachbearbeiter ausgesetzt.</p>
<p><b>II. 3. c. (2) Sachlichkeit</b> Die Umworbenen werden in ihrer unabhängigen, sachbezogenen Meinungsbildung und Entscheidungsfindung nicht be-</p>	<p><b>II. 3. c. (2) Satz 2 Sachlichkeit</b> Die Umworbenen werden in ihrer Meinungsbildung und Entscheidungsfindung nicht durch unangemessen emotionalisierende oder bedrängende Darstellungen in</p>	<p>Bei Spendenwerbung (im Sinne der klassischen Werbung in Print- und TV-Medien) und Öffentlichkeitsarbeit handelt es sich um unterschiedliche Kommunikationsmodi. Öffentlichkeitsarbeit (inklusive Informationsmaterial in Mailings) informiert primär, Spendenwerbung zielt darauf ab, eine Handlung bei dem</p>

<p>hindert. Unangemessen emotionalisierende oder bedrängende Darstellungen in Wort und Bild werden unterlassen.</p>	<p>Wort und Bild behindert. Unangemessen sind übertriebene Darstellungen in Wort und Bild, wenn (1) Spendern <b>Schuldgefühle</b> für die Verursachung und /oder die Behebung des Spendenzwecks aufgebürdet werden; (2) eine übertriebene zeitlich unterstellte <b>Dringlichkeit</b> der erfragten Zuwendung <b>sachlich nicht hinreichend</b> begründet wird.</p>	<p>Rezipienten auszulösen. Dieser Unterscheidung sollten auch die Leitlinien gerecht werden. Spendenentscheidungen werden nicht allein kognitiv gefällt. Die Empathie mit den Betroffenen und schnelle Hilfe in Notlagen sind grundlegende und legitime Bestandteile von Spendenentscheidungen. Trotzdem sollten die Spender vor Manipulation geschützt werden, eine umfassende Information kann die Spendenwerbung aber nicht vornehmen.</p>
<p><b>II. 3. e. (3) Achtung der Würde</b> Eine katalogähnliche Auswahl oder ein „Tausch“ von zu unterstützenden Personen wird nicht ermöglicht.</p>	<p><b>II. 3. e. (3) Achtung der Würde</b> Eine katalogähnliche Auswahl oder ein <b>willkürlicher</b> „Tausch“ von zu unterstützenden Einzelpersonen wird nicht ermöglicht.</p>	<p>Es ist unklar, was mit der DZI-Vorlage gemeint ist. Wir gehen davon aus, dass es sich hier in erster Linie um Kinderpatenschaften handelt – im Gegensatz zu zum Beispiel „Dorfpatenschaften“, „Partnerstädte“ etc. Unklar ist auch, ob die Regelung sich auch auf Angaben in Spendenshops bezieht, bei denen einzelne beispielhafte Personen gezeigt werden. Eine Definition (z.B. im Glossar) wäre wünschenswert. Auch bei Kinderpatenschaften kann es inhaltliche Gründe geben, sich nach einer ersten Kontaktaufnahme für eine andere Patenschaft zu entscheiden; zum Beispiel, weil eine persönliche Bindung zu einem bestimmten Land besteht, die zuvor nicht verdeutlicht wurde. Zentral ist deshalb, dass kein willkürlicher Tausch stattfindet.</p>
<p><b>II. 3. e. (4) Achtung der Würde</b> Die Darstellung von Not und Elend der Betroffenen steht in einem angemessenen Verhältnis zu den vermittelten Sachinformationen und wird nicht zur Erhöhung der Spendenbereitschaft instrumentalisiert.</p>	<p><b>II. 3. e. (4) Achtung der Würde</b> Die Darstellung von Not und Elend der Betroffenen steht in einem angemessenen Verhältnis zu den vermittelten Informationen über die Vorhaben und Maßnahmen der werbenden Organisation sowie – soweit darstellbar – der Partizipation der Betroffenen. <b>Halbsatz zwei wird gestrichen.</b></p>	<p>Die Konkretisierung und das Weglassen des Nachsatzes haben zum Ziel, Menschen nicht zu Objekten der Hilfe zu degradieren und Spendern die Möglichkeit geben, sich für konkrete Angebote der Überwindung einer Notsituation entscheiden zu können. Es gibt humanitäre Situationen, bei denen die aktive Mitwirkung der Betroffenen nicht oder kaum möglich ist. Angesichts der Tatsache, dass in einer größeren Notsituation die ersten Tage oder Wochen für den Spendenzufluss maßgeblich sind – sie hängen vor allem von der Berichterstattung der Medien ab –</p>



		wäre es nicht verantwortlich, auf eine Mobilisierung der Bevölkerung auch in der Phase des Projektaufbaus von Strukturen auf die Darstellung der Lage der Betroffenen zu verzichten.
<p><b>II. 3. g. (1) Werbegespräche</b> Form und Inhalt von Werbegesprächen regelt ein von der Organisation zu verfassender Leitfad.</p>	<p><b>II. 3. g. (1) Werbegespräche</b> Eine Organisation entweder über eine schriftlich festgehaltene Policy, die Form und Inhalt von Werbegesprächen <b>im Rahmen der Dialogwerbung</b> regelt. Oder es besteht eine schriftlich verpflichtende Erklärung zur Anerkennung und Praktizierung bestehender Leitfäden oder Kodizes der Branche. Diese Dokumente sind öffentlich zugänglich (z.B. auf Website).</p>	<p>Ein eigener Leitfaden steigert Verwaltungskosten. Es gibt bereits Standards der Kommunikation, diese sollten nicht von jeder Organisation neu geschrieben werden müssen.</p> <p>Außerdem sollte hier deutlich gemacht werden, dass dieser Leitfaden nur für Organisationen zutreffend ist, die Verfahren des Dialogmarketings praktizieren.</p> <p>Gegebenenfalls könnte ein gemeinsames Gremium (bestehend aus VENRO und DFRV-Mitgliedern sowie dem DZI) einen Musterleitfaden ausarbeiten.</p>
<p><b>II. 3. h. Kooperation mit Unternehmen</b> (1) <sup>1</sup>Sofern eine Organisation ihren Namen oder ihr Logo einem Unternehmen für gewerbliche Zwecke zur Verfügung stellt, wird die Art der Kooperation für die Umworbenen klar dargestellt. <sup>2</sup>Sie werden insbesondere eindeutig darüber informiert, in welchem finanziellen Umfang die Organisation von der Kooperation profitiert. (2) Die Leistungen, die die Organisation im Rahmen der Kooperation von dem Unternehmen erhält, stehen in einem angemessenen Verhältnis zur werblichen Verwendung ihres Namens oder Logos durch das Unternehmen. (3) <sup>1</sup>Die Kooperation wird schriftlich vereinbart. <sup>2</sup>Dabei werden die Modalitäten des Leistungsaustauschs eindeutig und für bei-</p>	<p><b>In der derzeitigen Form sollte diese Regelung entfallen (vgl. Begründung anbei).</b></p>	<p>Begründung zu Punkt (1) und (3): Eine schriftliche Vereinbarung ist selbstverständlich, kann aber von den Organisationen nicht detailliert überprüft werden. Hier wäre es notwendig, Leitlinien für Unternehmen zu entwerfen und diese zu prüfen. Das können die Organisationen alleine nicht übernehmen. Nicht zuletzt sehen wir dieses auch nicht als unseren zentralen Auftrag an. Sollte sich diese Regelung lediglich auf die Offenlegung der Kooperation beziehen so würden wir das DZI bitten, dies entsprechend zu formulieren.</p> <p>Begründung zu Punkt (2): Beim Sponsoring ist es nicht relevant, ob Leistung und Gegenleistung übereinstimmen. Nicht zuletzt sind die für das Unternehmen primär ideellen Gegenleistungen nicht Geldwerten Leistungen ausdrückbar.</p> <p>Standards zur Kooperation von NRO, Unternehmen und Medien aber auch mögliche Sponsoringrichtlinien empfinden wir als wichtig und sollten in einer angemessenen Form in einer partizipativen Arbeitsgruppe erstellt werden.</p>

de Seiten überprüfbar festgelegt.		
<p><b>II. 3. i. (1) Satz 1 Beauftragung von Dienstleistern</b></p> <p>Sofern die Organisation für Spendenwerbung und Öffentlichkeitsarbeit einen Dienstleister (Werbeagentur, Callcenter etc.) beauftragt, wird die Zusammenarbeit schriftlich geregelt.</p>	<p><b>II. 3. i. (1) Satz 1 Beauftragung von Dienstleistern</b></p> <p>Sofern die Organisation für Spendenwerbung und Öffentlichkeitsarbeit Dienstleister beauftragt, wird die Zusammenarbeit <b>dokumentiert</b>.</p>	<p>Ein Vertrag mit einem Dienstleister kommt auch ohne schriftlichen Vertragsabschluss zustande. Entscheidend bleibt, dass die für das DZI wichtigen Kriterien für die Vergabe des Siegels aus der Dokumentation der Zusammenarbeit hervorgehen.</p>
<p><b>II. 3. i. (2) Satz 1 Beauftragung von Dienstleistern</b></p> <p>Das Auftragsverhältnis mit dem Dienstleister ist für Außenstehende klar erkennbar. Insbesondere werden dazu alle Werbemedien (Briefe, Spots, Broschüren, Faltblätter, Werbestände etc.) mit entsprechenden Hinweisen versehen.</p>	<p><b>II. 3. i. (2) Satz 1 Beauftragung von Dienstleistern</b></p> <p>Tritt der Dienstleister <b>eigenständig als Akteur öffentlich in Erscheinung</b>, ist das Auftragsverhältnis für Außenstehende klar erkennbar.</p> <p>Auf Anfrage wird über die generelle Zusammenarbeit mit dem Dienstleister Auskunft erteilt.</p>	<p>Das Auftragsverhältnis zwischen Organisation und Dienstleister ist nur dann offen zu legen, wenn der Dienstleister als Akteur handelnd Kontakt zu Spendern aufnimmt. In diesen Fällen müssen die Spender unterscheiden können, ob die Organisation selbst handelt oder einen Auftrag an einen Dienstleister erteilt hat.</p> <p>Die Impressumspflicht i.S. des Pressegesetzes verlangt nicht die Dokumentation des Namens der Druckerei oder des Graphikers, sondern die Angaben des verantwortlichen Herausgebers. Dienstleister erbringen die Leistung nicht im eigenen Namen, sondern im Namen des Auftraggebers.</p>
<p><b>II. 3. i. (3) Beauftragung von Dienstleistern</b></p> <p>Die durch Dritte eingeworbenen Mittel sollen nur von den Organisationen selbst und unmittelbar auf ihrem eigenen Konto vereinnahmt werden.</p>	<p><b>II. 3. i. (3) Beauftragung von Dienstleistern</b></p> <p>Wenn die durch Dienstleister eingeworbenen Mittel nicht unmittelbar auf dem Organisationseigenem Konto vereinnahmt werden, so sollte <b>der Prozess der Mittelweiterleitung transparent an den Spender kommuniziert</b> werden.</p>	<p>Es gibt Sammlungen zugunsten von Organisationen, die von Dritten durchgeführt werden. Hierbei werden die Spenden zunächst auf einem dritten Konto verbucht und danach als Endsumme an die Organisation überwiesen. Dieses Verfahren wird sowohl von kleinen Ortsgruppen, die durch lokale Aktionen viele Kleinspenden zunächst bündeln, angewendet als auch von bestimmten Spendenplattformen im Internet. Da diese Dritten oft auch als eigenständiger Akteur auftreten, halten wir das, wenn Transparenzstandards gewahrt sind, für vertretbar.</p>
<p><b>II. 3. i. (4) Beauftragung von Dienstleistern</b></p> <p>Die bei der Zusammenarbeit mit dem</p>	<p><b>II. 3. i. (4) Beauftragung von Dienstleistern</b></p> <p>Über die Nutzung der durch Dienstleister</p>	<p>Ähnlich wie bei Punkt II. 3. i. (3) möchten wir hier auf die Autonomie der Dritten hinweisen. Wichtig ist für uns, dass die getroffene Regelung transparent dargestellt wird.</p>

<p>Dienstleister gewonnenen Spenderdaten sind Eigentum der Organisation. Der Dienstleister ist außerdem nicht berechtigt, die Spenderdaten außerhalb des Auftragsverhältnisses zu nutzen oder weiterzugeben.</p>		
<p><b>II. 3. 1. (1) Telemarketing</b> Eine Kontaktaufnahme mittels Telemarketing (z.B. Telefon, Fax, e-Mail, SMS etc.) erfolgt nur mit vorherigem Einverständnis der Angesprochenen.</p>	<p><b>Entfällt.</b></p>	<p>Diese Regelung würde bei Spendern auch Dankanrufe untersagen, die ein tragendes Element im Aufbau und in der Gestaltung von Spenderbeziehungen darstellen. Die Leitlinien des DZI sollten nicht die bestehende Rechtslage überbieten und dem Fundraising nur noch Methoden des „permission marketing“ gestatten. Hier reichen die rechtlichen Rahmenbedingungen, wie das UWG, das Tele-Mediengesetz und das Datenschutzgesetz völlig aus.</p>
<p><b>II. 4. a. (2) Zweckgerichtete Mittelverwendung</b> Wirbt eine Organisation für einen konkret benannten Zweck, so werden die erworbenen Mittel für diesen verwendet. Stehen dem zweckentsprechenden Mitteleinsatz nachvollziehbare Gründe entgegen, so wird über eine anderweitige Verwendung angemessen entschieden und öffentlich berichtet.</p>	<p><b>Entfällt.</b></p>	<p>Dies ist rechtlich geregelt. Die DZI Leitlinien gehen nicht über diese hinaus und haben aus unserer Sicht keinen Mehrwert. Auch sind die Termini „angemessen“ und „öffentlich berichtet“ zu vage gefasst.</p>
<p><b>II. 4. b. (1) Satz 1 Wirtschaftliche und sparsame Mittelverwendung</b> Die Werbe- und Verwaltungsausgaben betragen höchstens 30 Prozent der jährlichen Gesamtausgaben.</p>	<p><b>II. 4. b. (1) Satz 1 Wirtschaftliche und sparsame Mittelverwendung</b> Die Werbe- und Verwaltungsausgaben betragen <b>höchstens 35 Prozent</b> der jährlichen Gesamtausgaben.</p>	<p>Das DZI sollte die anerkannten Grenzen der Gemeinnützigkeit hinsichtlich der Prozentsätze nicht unterschreiten. Auch hinsichtlich der Bestimmungen der vom Gemeinnützigkeitsrecht berücksichtigten Aufbauphase rückt das DZI komplett ab. Damit verschärft das DZI die Debatte um die zulässige Höhe von Betriebsausgaben: Die Höhe und der Prozentanteil der Be-</p>

	<p>Während der „<b>Aufbauphase</b>“ einer Organisation, die vom DZI grundsätzlich mit drei Jahren angesetzt wird, werden im Rahmen einer Rechnungslegung nach Einnahmen-/Ausgabenprinzip erstmalige und unvermeidbare Investitionsausgaben gesondert berücksichtigt.</p>	<p>triebsausgaben bekommen durch eine deutliche Absenkung eine unverhältnismäßig hohe Bedeutung. Betriebsausgaben sagen nur unspezifisches etwas über die Qualität der Leistungen einer Organisation aus (siehe 4C). Zum Thema Qualität der Satzungsrealisierung legt das DZI hingegen keine operationalisierbaren Kriterien vor. Außerdem müssen in Zukunft Organisationen mehr für den Erhalt und den Neugewinn von Spendern investieren, ganz gleich wie qualitativ hochwertig sie ansonsten ihre satzungsgemäßen Aufgaben verwirklicht.</p> <p>Nicht zuletzt arbeitet das DZI mit unterschiedlichen Klassen. Ggf. kann es sinnvoll sein, über eine neue Klassenbildung nachdenken.</p> <p>Wir bitten das DZI in diesem Zusammenhang auch zu klären, wie Vorhalteleistungen in Deutschland zu bewerten sind. Fallen diese unter Projektbegleitkosten oder handelt es sich hierbei um Verwaltungskosten?</p>
<p><b>II. 4. b. (2) Wirtschaftliche und sparsame Mittelverwendung</b></p> <p>Die Ausgaben für Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit (Werbeausgaben) betragen im Regelfall höchstens 30 Prozent der jährlichen Sammlungseinnahmen.</p>	<p><b>Entfällt.</b></p>	<p>Dies wird abhängig vom satzungsgemäßen Vereins-/Organisationszweck variieren und kann daher nicht einheitlich für alle Organisationen gelten. Auch ist uns der Mehrwert dieser Regelung für den Spender nicht ersichtlich. Welche Regelung würde beispielsweise für Lobby- und Advocacy-Organisationen gelten?</p> <p>Werbungs- und Öffentlichkeitsausgaben können zudem nicht nur auf das Sammlungsergebnis bezogen werden – schließlich muss auch für die Projekte, die von öffentlichen Gebern unterstützt werden eine geeignete Öffentlichkeitsarbeit geleistet werden. Daher sollten die Ausgaben in Relation zum Gesamtergebnis einer Organisation stehen.</p> <p>Ob sich ggf. eine neue Maßzahl finden lässt, sollte das DZI in einem Prozess mit Experten, VENRO und DFRV-Mitgliedern sowie weiteren gemeinnützigen Organisationen diskutieren.</p>

		Relativgrößen sollten aber auf die Ausgaben (und nicht auf die Einnahmen) bezogen werden.
<p><b>II. 4. c. (1) Wirksame Mittelverwendung</b> Die Organisation überprüft die Wirkungen ihrer Aktivitäten und zieht die dadurch gewonnenen Erkenntnisse zur Steuerung des künftigen Mitteleinsatzes heran. Zur Wirkungsbeobachtung erarbeitet sie geeignete Verfahren. Methodik, Umfang und Häufigkeit der Wirkungsbeobachtung orientieren sich am Fördervolumen, an der Dauer sowie der Komplexität der Aktivitäten. Kosten und Nutzen der Wirkungsbeobachtung stehen in einem angemessenen Verhältnis zueinander. Die Ergebnisse der Wirkungsbeobachtung und die Umsetzung der daraus abgeleiteten Erkenntnisse werden <b>schriftlich dokumentiert und veröffentlicht</b>.</p>	<p><b>II. 4. c. (1) Wirksame Mittelverwendung</b> Die Organisation überprüft regelmäßig die Wirkungen ihrer Aktivitäten und erarbeitet dafür geeignete Verfahren der Qualitätssicherung. Die Organisation informiert auf Anfrage das DZI über Mittel und Methoden der Wirkungsbeobachtung.</p>	<p>Das DZI kann fachlich nicht die Qualität der Arbeit der Organisationen überprüfen, sondern muss sich auf die Beschreibung der Prozessabläufe, auf externe Testate und Qualitätskontrollen verlassen. Den Organisationen sollte auch überlassen bleiben, was sie hierzu veröffentlichen wollen.</p> <p>Besonders Berichte zu den Wirkungen im Bereich der Lobby- und Kampagnenarbeit könnten den zukünftigen Handlungsspielraum einer Organisation gefährden.</p>
<p><b>II. 5. Vergütung</b> 1Bei der Vergütung der in ihrem Dienst stehenden Personen berücksichtigt die Organisation ihre eigene Gemeinnützigkeit, die Qualifikation und Verantwortung der jeweiligen Position und bewegt sich im branchenüblichen Rahmen. 2Höhe und Struktur der Vergütung legt die Organisation transparent dar und veröffentlicht sie im Jahresbericht – auf der Basis der Jahresgesamtbezüge. 3Erfolgsabhängige Vergütungen im Bereich der Mittelbeschaf-</p>	<p><b>II. 5. Vergütung</b> 1Bei der Vergütung der <b>in ihrem Dienst stehenden Personen</b> berücksichtigt die Organisation ihre eigene Gemeinnützigkeit, die Qualifikation und Verantwortung der jeweiligen Position und bewegt sich im branchenüblichen Rahmen. 2Höhe und Struktur der Vergütung legt die Organisation transparent dar und veröffentlicht sie im Jahresbericht – auf der Basis der Jahresgesamtbezüge. 3Erfolgsabhängige Vergütungen im Bereich der Mittelbeschaf-</p>	<p>Es ist nicht eindeutig, was das DZI mit „in ihrem Dienst stehenden Personen“ meint. Bezieht sich dieses nur auf die Mitarbeiter der Organisationen oder auch auf andere Dienstleister, wie Berater oder Agenturen, die über einen gewissen Zeitraum für eine Organisation arbeiten? Hier würden wir uns eine Erläuterung im Glossar wünschen.</p>

<p>fung werden nur unter bestimmten Voraussetzungen geleistet.</p>	<p>fung werden nur unter bestimmten Voraussetzungen geleistet.</p>	
<p><b>II. 5. b. (1) Erfolgsabhängige Vergütung bei der Mittelbeschaffung</b> Eine ausschließlich erfolgsabhängige Vergütung wird nicht gewährt.</p>	<p><b>II. 5. b. (1) Erfolgsabhängige Vergütung bei der Mittelbeschaffung</b> Eine ausschließlich erfolgsabhängige Vergütung wird nicht gewährt, wenn Mitarbeiter, Auftragnehmer oder Spender dadurch <b>unverhältnismäßig</b> unter Druck gesetzt werden.</p>	<p>Wir unterstützen das Anliegen, die Gefahr von „Drückerkolonnen“ zu minimieren. Dennoch gibt es gerade im medialen Bereich viele sehr gut funktionierende erfolgsabhängige Vergütungen. Dies bezieht sich insbesondere auf webbasierte Instrumente und betrifft beispielsweise Absprachen zwischen Amazone, Ebay oder anderen Anbietern. Die Vergütung ist hier rein erfolgsabhängig, ohne das die Gefahr bestünde, dass der Nutzer unverhältnismäßig unter Druck gesetzt würde.</p> <p>Es bleibt zu überlegen, ob Punkt „(5) Vergütung“ den Bereich der neuen Medien genügend abdeckt. Neue Medien verändern die Kommunikation dergestalt, dass die alten Regelungen nicht mehr einfach übernommen werden können.</p>
<p><b>II. 5. b. (2) Erfolgsabhängige Vergütung bei der Mittelbeschaffung</b> Der erfolgsabhängige Anteil beträgt höchstens 50 Prozent der Gesamtvergütung.</p>	<p><b>II. 5. b. (2) Erfolgsabhängige Vergütung bei der Mittelbeschaffung</b> Der erfolgsabhängige Anteil der Gesamtvergütung von Mitarbeitern der Organisation beträgt höchstens 50 Prozent. Sofern die Organisation für Spendenwerbung und <b>Öffentlichkeitsarbeit Dienstleister beauftragt, beträgt der erfolgsabhängige Anteil der Vergütung höchstens 30 Prozent</b> aller so gewonnenen Spenden. Die Organisation belegt dies in Form einer einfach nachvollziehbaren Nebenrechnung.</p>	<p>Hier handelt es sich um Dienstleister, die nicht selbst als Akteur in Erscheinung treten. Dies sollte auch im Glossar noch einmal verdeutlicht werden.</p>
<p><b>II. 6. a. (1) Allgemeine Anforderungen</b> Die Rechnungslegung erfolgt nach den einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen, den Grundsätzen ordnungsgemäßer Buchführung sowie etwaigen Satzungsvorgaben</p>	<p><b>II. 6. a. (1) Allgemeine Anforderungen</b> Die Rechnungslegung erfolgt nach den einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen, den Grundsätzen ordnungsgemäßer Buchführung sowie etwaigen Satzungsvorgaben</p>	<p>Wirtschaftsprüfer orientieren sich an den allgemeinen Standards des IDW. Wir möchten einen Querverweis an dieser Stelle aber vermeiden, da es weder in der Hand des DZI noch in der Hand von VENRO und des DFRV liegt, in welche Richtung sich die IDW-Standards zukünftig entwickeln werden.</p>

<p>und Sondervorschriften. 2Darüber hinaus sollte sie sich an den Stellungnahmen des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V. (IDW), Düsseldorf, orientieren.</p>	<p>und Sondervorschriften <b>Satz zwei entfällt.</b></p>	
<p><b>II. 6. a. (2) Allgemeine Anforderungen</b> Die Rechnungslegung vermittelt unter angemessener Berücksichtigung der Größe und Komplexität der Organisation einen klaren, differenzierten und zutreffenden Überblick über die Mittelherkunft, die Mittelverwendung und die Vermögenslage.</p>	<p><b>Entfällt.</b></p>	<p>Dieser Absatz ist sehr unspezifisch. Sollten hiermit über die unter II. 6. a. (1) und (3) bis (9) genannten Punkte noch weitere Regelungen gemeint sein, möchten wir das DZI bitten, diese auszuformulieren, um Missverständnisse zu vermeiden.</p>
<p><b>II. 6. a. (4) Allgemeine Anforderungen</b> Innerhalb des ideellen Bereichs werden zumindest folgende Einnahmen bzw. Erträge getrennt ausgewiesen: Geldspenden, Nachlässe, Zustiftungen, Mitgliedsbeiträge, Bußgelder, Zuwendungen der öffentlichen Hand sowie Zuwendungen anderer Organisationen. Etwaige Zweckbindungen werden dargelegt. Sachspenden werden berücksichtigt, wenn für sie steuerliche Zuwendungsbestätigungen ausgestellt wurden oder wenn ein vereidigter Buchprüfer bzw. ein Wirtschaftsprüfer ihre ordnungsgemäße Bewertung bestätigt hat.</p>	<p><b>II. 6. a. (4) Allgemeine Anforderungen</b> Innerhalb des ideellen Bereichs werden die folgenden Einnahmen bzw. Erträge dann getrennt ausgewiesen, wenn <b>sie über zehn Prozent der Gesamterträge/Einnahmen</b> ausmachen: Geldspenden, Nachlässe, Zustiftungen, Mitgliedsbeiträge, Bußgelder, Zuwendungen der öffentlichen Hand sowie Zuwendungen anderer Organisationen. Etwaige Zweckbindungen werden dargelegt. Sachspenden werden berücksichtigt, wenn für sie steuerliche Zuwendungsbestätigungen ausgestellt wurden oder wenn ein vereidigter Buchprüfer bzw. ein Wirtschaftsprüfer ihre ordnungsgemäße Bewertung bestätigt hat. <b>Soweit die Rechnungslegung nach dem Gesamtkostenverfahren erfolgt, ist eine Herleitung dieser Positionen aus der</b></p>	<p>Eine detaillierte Rechnungslegung der Einnahmen im ideellen Bereich ist erst ab einer bestimmten Bagatellgrenze sinnvoll. Alle darunter fallenden Erträgen sollten in einem Posten „Sontiges“ zusammengefasst werden. Die Gliederung der Kostenarten gleicht derjenigen, die durch das Umsatzkostenverfahren vorgegeben wird. Viele Organisationen orientieren sich nach wie vor am Gesamtkostenverfahren. Da dem rechtlich nichts entgegen steht, sollte auch das DZI dies in den Leitlinien berücksichtigen.</p>

	<b>Kostenrechnung vorzulegen.</b>	
<b>II. 6. a. (8) Allgemeine Anforderungen</b> Auf der Grundlage der schriftlichen Prüfungsberichte gemäß Spenden-Siegel-Standard Nr. 6.b besprechen die Prüfer die Prüfungsergebnisse auch in mündlicher Form mit dem Aufsichtsorgan.	<b>II. 6. a. (8) Allgemeine Anforderungen</b> Auf der Grundlage der schriftlichen Prüfungsberichte gemäß Spenden-Siegel-Standard Nr. 6.b <b>kann</b> das Aufsichtsorgan fordern, die Prüfungsergebnisse mit den Prüfern auch in mündlicher Form zu besprechen.	Da die Rechnungslegung und der Wirtschaftsprüferbericht den Mitgliedern zur Jahresversammlung schriftlich vorliegt, sollte diese Regelung nicht verpflichtend sein und es den Organisationen überlassen bleiben, ob sie zur Jahresversammlung auch mündliche Berichte der Wirtschaftsprüfer für notwendig erachten.
<b>II. 6. b. (4) Größenabhängige Mindestanforderungen</b> Organisationen, deren jährliche Gesamterträge mehr als 5 Mio. EUR betragen, erstellen einen handelsrechtlichen Jahresabschluss gemäß den Bestimmungen für Kapitalgesellschaften mit Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang sowie einen <b>Lagebericht</b> .	<b>II. 6. b. (4) Größenabhängige Mindestanforderungen</b> Organisationen, deren jährliche Gesamterträge mehr als 5 Mio. EUR betragen, erstellen <b>grundsätzlich</b> einen handelsrechtlichen Jahresabschluss gemäß den Bestimmungen für Kapitalgesellschaften mit Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung inklusive Anhang.	Ein Lagebericht liegt im Ermessen der Organisation, da beispielsweise Organisationen, die keine öffentliche Mittel erhalten, auch nicht verpflichtet sind, einen solchen zu erstellen. Ein Mehrwert für das DZI erschließt sich für uns dabei nicht, da das DZI im Rahmen der Spendensiegelanträge ohnehin sämtliche notwendigen Informationen zur Beurteilung einer Lage erhält. Die Institutionalisierung im Jahresabschlussprüferbericht verteuert aber den Bericht und hilft letztlich nur den Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, nicht aber einer möglichst objektiven Bewertung durch das DZI.
<b>II. 7 Transparenz</b> <sup>1</sup> Die Organisation berichtet offen und umfassend über ihre Arbeit, Strukturen und Finanzen. <sup>2</sup> Sie beantwortet Anfragen und Beschwerden zeitnah und sachgerecht. <sup>3</sup> Die Organisation unterhält eine Website und veröffentlicht spätestens neun Monate nach Abschluss ihres Geschäftsjahres einen aussagekräftigen Jahresbericht. <sup>4</sup> Website und Jahresbericht sind klar und verständlich gestaltet und haben einen der Komplexität der Organisation angemessenen Umfang. <sup>5</sup> Die Organisation legt dem	<b>II. 7 Transparenz</b> <sup>1</sup> Die Organisation berichtet offen und umfassend über ihre Arbeit, Strukturen und Finanzen. <sup>2</sup> Sie beantwortet Anfragen und Beschwerden zeitnah und sachgerecht. <b>Die Organisation veröffentlicht nach Abschluss ihres Geschäftsjahres einen Jahresbericht und unterhält eine Webseite.</b> <sup>4</sup> Website und Jahresbericht sind klar und verständlich gestaltet und haben einen der Komplexität der Organisation angemessenen Umfang. <sup>5</sup> Die Organisation legt dem DZI alle Unterlagen vor und erteilt ihm	Die Veröffentlichung eines Jahresberichts sollte in der gesetzlich vorgegebenen Ein-Jahresfrist geschehen. Es gibt Organisationen, die ihre Mitgliederversammlungen traditionell erst Ende des Jahres veranstalten, da der Vorstand aber vor Veröffentlichung des Jahresberichts entlastet werden sollte, kollidiert dies mit der DZI-Regelung. Ein Jahresbericht muss nicht nur informativ sondern auch gut lesbar sein. Er informiert in der Regel den allgemeinen Spender. Dieser sollte von dem gedruckten Werk nicht erschlagen werden sondern einen repräsentativen und übersichtlichen Eindruck von der Arbeit der Organisation erhalten. Ein Jahresbericht verursacht zudem wesentlich höhere Kosten als die Darstellung derselben Informationen auf der Webseite.



<p>DZI alle Unterlagen vor und erteilt ihm alle Auskünfte, die es ermöglichen, die Einhaltung der Spenden-Siegel-Standards zu prüfen.</p>	<p>alle Auskünfte, die es ermöglichen, die Einhaltung der Spenden-Siegel-Standards zu prüfen.</p> <p><b>Die folgenden Informationen sollten entweder im Jahresbericht oder auf der Webseite verfügbar gemacht werden. Sind sie ausführlich nur auf der Webseite zu finden, so sollte der Jahresbericht einen Verweis auf die Information und die Informationsquelle enthalten.</b></p>	<p>Webseiten entsprechen nicht zuletzt auch stärker den aktuellen Kommunikationsmodi.</p> <p>Wir stimmen mit dem DZI überein, dass der interessierte Spender/die interessierte Öffentlichkeit Zugang zu den relevanten Informationen haben sollte. Dies kann aber genauso über das Massenmedium Internet geschehen.</p>
<p><b>II. 7. a. (4) Jahresbericht</b></p> <p>Die Organisation berichtet <b>vollständig</b> und in angemessener Detailliertheit über die im Berichtszeitraum unterstützten Projekte und Programmbereiche. Dabei <b>bezieht</b> sie die <b>jeweils</b> aufgewendeten Mittel, stellt Erfolge und Misserfolge sachgerecht dar, nennt wichtige Projekt- oder Finanzierungspartner und stellt Informationen zum Controlling, zur Wirkungsbeobachtung sowie zur Zukunftsplanung bereit.</p>	<p><b>II. 7. a. (4) Jahresbericht und Webseite</b></p> <p>Die Organisation berichtet <b>exemplarisch und zusammenfassend</b> über die im Berichtszeitraum unterstützten Projekte und Programmbereiche. Dabei bezieht sie die aufgewendeten Mittel, nennt wichtige Projekt- oder Finanzierungspartner und stellt Informationen zum Controlling, zur Wirkungsbeobachtung sowie zur Zukunftsplanung bereit.</p>	<p>Es ist aus den Leitlinien nicht ersichtlich, ob die Kriterien des inhaltlichen Jahresberichts gegenüber dem DZI mit den Kriterien des zu veröffentlichten Jahresberichts identisch sind.</p> <p>Der vom DZI vorgestellte Vorschlag würde zur Überfrachtung der Jahresberichte durch eine mit Kapitalgesellschaften vergleichbare verschärfte Publizitätspflicht gegenüber der Öffentlichkeit führen.</p>
<p><b>II. 7. a. (6) Jahresbericht</b></p> <p>Die Organisation beschreibt ihre allgemeine Vergütungsstruktur und veröffentlicht unter Nennung der einzelnen Funktionen die drei höchsten Jahresgesamtbezüge im Berichtsjahr.</p>	<p><b>II. 7. a. (6) Jahresbericht und Webseite</b></p> <p>Die Organisation beschreibt ihre <b>Vergütungsstruktur</b>.</p> <p><b>Rest entfällt.</b></p>	<p>Es ist ausreichend, die allgemeine Vergütungsstruktur darzulegen. Die Darstellung einzelner Gehälter kann zu Missverständnissen führen, insbesondere da dem Leser des Berichts die interne Organisationsstruktur und die organisationalen Voraussetzungen oft nicht klar sind.</p>
<p><b>II. 7. a. (7) Jahresbericht</b></p> <p>Die Organisation veröffentlicht unter Nen-</p>	<p><b>II. 7. a. (7) Jahresbericht und Webseite</b></p> <p>Die Organisation veröffentlicht die Struk-</p>	<p>Argumentation siehe Punkt II. 7. a. (6)</p>

<p>nung der jeweiligen Funktionen die Höhe der an Organmitglieder gegebenenfalls geleisteten jährlichen Aufwandsentschädigungen. <sup>2</sup>Stehen der Einzelveröffentlichung Gründe entgegen, so werden diese von der Organisation erläutert und es werden lediglich die Gesamtsumme der für das jeweilige Organ geleisteten Aufwandsentschädigungen sowie die jeweilige Anzahl der betreffenden Personen veröffentlicht.</p>	<p>tur der an Organmitglieder gegebenenfalls geleisteten jährlichen Aufwandsentschädigungen. <b>Rest entfällt.</b></p>	
<p><b>II. 7. a. (8) Jahresbericht</b> Die Organisation informiert über die entgeltliche Zusammenarbeit mit freien Beratern, anderen Dienstleistern und Unternehmen.</p>	<p><b>Entfällt.</b></p>	<p>Der Spendenmarkt ist genau wie jeder andere Markt durch Konkurrenz geprägt. Eine Information über Berater und Dienstleister (vor allem in dieser sehr unspezifisch geforderten Form) würde dieses Prinzip unterlaufen und der Organisation einen Wettbewerbsnachteil verschaffen.</p>
<p><b>II. 7. a. (9) Jahresbericht</b> Die Organisation veröffentlicht und erläutert Art und Höhe der im Rahmen der Mittelbeschaffung geleisteten <b>erfolgsabhängigen</b> Vergütungen.</p>	<p><b>Entfällt.</b></p>	<p>Diese Regelungen sind nicht nur mit Rücksicht auf die mitwirkenden Partner, sondern auch zur Wahrung von Betriebsheimnissen abzulehnen. Mit der Durchsetzung solcher Kriterien würde jede Form von Wettbewerb unterbunden. Ein begründetes Interesse am Spender- bzw. Verbraucherschutz ist bei diesen Kriterien nicht mehr erkennbar.</p>
<p><b>II. 7. a. (11) Jahresbericht</b> Die Organisation erläutert die von ihr genutzten <b>Werbeformen</b> hinsichtlich deren Ziele, Gestaltung und Wirkung.</p>	<p><b>Entfällt.</b></p>	<p>Vgl. Argumentation Punkt II. 7. a. (8) und (9).</p>
<p><b>II. 7. a. (13) Jahresbericht</b> <sup>1</sup>Leitet eine Organisation mehr als die Hälfte ihrer Projektausgaben an eine einzige andere Organisation zur weiteren Disposition weiter, so werden im Jahresbericht</p>	<p><b>II. 7. a. (13) Jahresbericht und Webseite</b> <sup>1</sup>Leitet eine Organisation mehr als die Hälfte ihrer Projektausgaben an eine einzige andere Organisation zur weiteren Disposition weiter, <b>so informiert sie darüber</b></p>	<p>Der Jahresbericht muss übersichtlich bleiben. Eine Information an den Spender, dass Mittel an andere Organisationen weitergeleitet werden und wo weitere Informationen über diese Organisation zu finden sind, ist deshalb ausreichend. Es kann nicht unser Anliegen sein, die Jahresberichte unlesbar</p>

<p>auch die wesentlichen Finanzdaten (Erträge/Aufwendungen) dieser Empfängerorganisation veröffentlicht. 2Dies gilt in analoger Weise auch für eine Organisation, die mehr als die Hälfte ihrer Mittel von einer einzigen anderen gemeinnützigen Organisation erhält.</p>	<p><b>und stellt dem DZI die wesentlichen Finanzdaten (Erträge/Aufwendungen) dieser Empfängerorganisation zur Verfügung.</b> 2Dies gilt in analoger Weise auch für eine Organisation, die mehr als die Hälfte ihrer Mittel von einer einzigen anderen gemeinnützigen Organisation erhält.</p>	<p>zu machen und zu überfrachten. Eine transparente Informationspolitik, gemacht für jene Spender und die Öffentlichkeit, die sich tatsächlich dafür interessieren, ist aus unserer Sicht wesentlich zielführender als ein überladenes Dokument. Dem Leser muss ein Gesamtüberblick ermöglicht werden, nach dessen Lektüre er dann selbstständig auswählen kann, welche zusätzlichen Informationen für ihn relevant sind.</p>
<p><b>II. 7. d. Verwendung des Spendensiegels</b> Die Organisation informiert die Öffentlichkeit in angemessener Weise über die Zuerkennung des Spendensiegels. Dazu wird das Siegel-Emblem in allen wichtigen Informationsmaterialien verwendet.</p>	<p><b>Entfällt.</b></p>	<p>Über die eigene Veröffentlichung der Zuerkennung des DZI-Siegels sollten Organisationen autonom entscheiden.</p>
<p><b>III. 3. Unterlagen und Nachfragen</b> Vorlage der: - Protokolle über die jüngsten Sitzungen des Leitungsorgans und der Aufsichtsorgane</p>	<p><b>Entfällt.</b></p>	<p>Da es sich um interne Zusammenfassungen von strategischen und inhaltlichen Diskussionen aus den Führungsebenen handelt, ist nicht nachvollziehbar, wofür das DZI diese braucht.</p>
<p><b>III. 3. Unterlagen und Nachfragen</b> Vorlage der: - Belegexemplare aller in den vorangegangenen zwölf Monaten eingesetzten Werbe und Informationsmedien.</p>	<p><b>III. 3. Unterlagen und Nachfragen</b> Vorlage der: - Belegexemplare <b>einer repräsentativen Auswahl</b> der in den letzten zwölf Monaten eingesetzten Werbe und Informationsmedien. Auf Nachfrage werden alle Materialien zur Verfügung gestellt.</p>	<p>Alle eingesetzten Materialien vorzulegen ist unrealistisch und nicht nachvollziehbar. Dies gilt insbesondere für die Informationsmedien. Offen ist, wie mit Webseiten und weiteren digitalen Informationen umgegangen werden soll. Hierzu sollten in der neuen Arbeitsgruppe Regelungen erstellt werden.</p>
<p><b>III. 3. Unterlagen und Nachfragen</b> Vorlage der: - Verträge und schriftliche Vereinbarungen mit Dienstleistern und Unterneh-</p>	<p><b>Entfällt.</b></p>	<p>Vgl. Argumentation unter II. 7. A. (8) – (11)</p>

<p>men gemäß Spenden-Siegel-Standard Nr. 3,</p>		
<p><b>III. 8. Satz 2, Siegel-Ablehnung</b> Eine erneute Antragstellung ist erst nach Ablauf von zwei Jahren nach der Ablehnung möglich.</p>	<p><b>III. 8. Satz 2, Siegel-Ablehnung</b> Eine erneute Antragstellung ist <b>erst ein Jahr nach</b> der Ablehnung wieder möglich.</p>	<p>Es ist nicht verständlich, warum das DZI hier von seiner vorherigen Regelung abweicht. Eine Organisation kann durchaus bereits nach einem Jahr Veränderungen vorgenommen haben, die es ihr ermöglichen, das SpendenSiegel erneut zu tragen. Diese Möglichkeit sollte der Organisation nicht genommen werden.</p>
<p><b>III. 12. (2) Prüfgebühren</b>  <sup>1</sup>Die Bearbeitungsgebühr setzt sich zusammen aus einem Grundbetrag in Höhe von 500 EUR und einem Zusatzbetrag in <b>Höhe von 0,035 Prozent der Gesamteinnahmen</b> im zu prüfenden Geschäftsjahr.  <sup>2</sup>Bei der erstmaligen Beantragung wird außerdem einmalig eine Erstantragsgebühr von 1.000 EUR erhoben. <sup>3</sup>Die Bearbeitungsgebühr für die Prüfung beträgt insgesamt höchstens 10.000 EUR. <sup>4</sup>Die genannten Gebührensätze verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.</p>	<p><b>III. 12. (2) Prüfgebühren</b>  <sup>1</sup>Die Bearbeitungsgebühr setzt sich zusammen aus einem Grundbetrag in Höhe von 500 EUR und einem Zusatzbetrag in <b>Höhe von 0,035 Prozent des „Sammlungsergebnisses“</b> im zu prüfenden Geschäftsjahr. <sup>2</sup>Bei der erstmaligen Beantragung wird außerdem einmalig eine Erstantragsgebühr von 1.000 EUR erhoben. <sup>3</sup>Die Bearbeitungsgebühr für die Prüfung beträgt insgesamt höchstens 10.000 EUR. <sup>4</sup>Die genannten Gebührensätze verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.</p>	<p>An dieser Stelle würden wir das DZI bitten, noch einmal zu prüfen, ob das Verfahren nicht generell vereinfacht werden kann. Hierzu haben wir in Teil B unserer Stellungnahmen einige Vorschläge gemacht, die auch die Kosten für das DZI deutlich senken würden.</p> <p>Aus unserer Sicht ist eine qualitative Steigerung der Siegelvergabe gemäß internationalen und nationalen Standards wünschenswert, dies sollte sich aber weder für das DZI noch für die Organisationen in einem erhöhten Verwaltungsaufwand niederschlagen.</p> <p>Nicht zuletzt hätte die vom DZI vorgeschlagene Neuerung nur für die kleinen und mittleren Organisationen eine Steigerung der Kosten zur Folge. Dies widerspricht unserem Verständnis von einer gerechten Lastenverteilung.</p>

Berlin/Bonn, 09.04.2010

**Herausgeber:**

Verband Entwicklungspolitik deutscher  
Nichtregierungsorganisationen e.V. (VENRO)  
Dr. Werner-Schuster-Haus  
Kaiserstraße 201  
53113 Bonn  
Tel.: 0228/9 46 77 0  
Fax: 0228/9 46 77 99  
E-Mail: [sekretariat@venro.org](mailto:sekretariat@venro.org)  
Internet: [www.venro.org](http://www.venro.org)

Deutscher Fundraising Verband e.V.  
Chausseestr. 5  
10115 Berlin  
Tel.: 030/30 88 31 800  
Fax: 030/30 88 31 805  
E-Mail: [info@fundraisingverband.de](mailto:info@fundraisingverband.de)  
Internet: [www.fundraisingverband.de](http://www.fundraisingverband.de)