

Ethikleitfaden für das Großspenden- fundraising

*„Handle so, daß du die Menschheit,
sowohl in deiner Person,
als in der Person eines jeden andern,
jederzeit zugleich als Zweck,
niemals bloß als Mittel brauchest“*

Immanuel Kant, 1785, *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten*

ETHIK IM GROSSSPENDENFUNDRAISING

Dieser Leitfaden ist der guten, ethischen Fundraisingpraxis gewidmet. Er soll Fundraiser*innen, Organisationen und Spender*innen einige wichtige Fragen und kritische Punkte im Bereich von Großspenden zu bedenken geben. Um den unterschiedlichen Ansprüchen gerecht zu werden und nicht eine Perspektive über die anderen zu stellen, ist der Leitfaden in vier Bereiche aufgeteilt: „Perspektive Organisation“, „Perspektive Fundraiser*innen“, „Perspektive Großspender*innen“ sowie das alle Bereiche betreffende Thema „Datenschutz“.

Einleitung

Der Qualitätsleitfaden Großspendenfundraising ergänzt die „19 Grundregeln für eine gute, ethische Fundraisingpraxis“ und fußt somit ebenfalls auf den Kodizes des dritten Sektors, wie den Leitlinien des DZI, dem VENRO-Verhaltenskodex, den Ethikregeln des Journalismus und dem Code d’Athene.

Er dient der Förderung einer guten, ethischen Fundraisingpraxis. Mit diesem Selbstverständnis sollen Fundraiser*innen die hier geschilderten Überlegungen in ihre Berufspraxis integrieren können, indem sie beispielsweise ihre Vorgesetzten und Kolleg*innen davon in Kenntnis setzen. Unternehmenskooperationen, Sponsoring, staatliche Fördermittel und Parteispenden stehen nicht im Zentrum der Reflexion, obgleich sie von den diskutierten Praxis-Beispielen in bedingtem Maße betroffen sein können.

In diesem Sinne beleuchten die hier geschilderten Überlegungen verschiedene Perspektiven und mögliche Konfliktpunkte im Bereich von Großspenden für gemeinnützige Projekte. Dazu gehören die Perspektive einzelner Fundraiser*innen, die Erwartungen von Spender*innen und von Organisationen sowie der breiten Öffentlichkeit. Das geschieht vor dem Hintergrund, dass moralische Forderungen und Wertungen stets individuell abzuwägen sind.

Die Handreichung wurde basierend auf Experteninterviews mit Vertreter*innen verschiedener Organisationen erstellt. Dazu zählen Umweltschutzorganisationen, kirchliche und karitative Einrichtungen, Kampagnenorganisationen, Entwicklungs- und Nothilfeorganisationen sowie Stiftungen.

Der Grund für die Erstellung dieser Handreichung liegt in der Notwendigkeit, Großspenden verantwortungsvoll einzuwerben und vor dem Hintergrund, dass im Bereich von Großspenden ein erhöhtes Risikopotenzial beobachtet werden kann. Weiterführend adressiert sie das wachsende Interesse am Großspendenfundraising. Mit der Bereitstellung von Großspenden kann Einfluss auf die inhaltliche Arbeit von Nicht-Regierungs-Organisationen und die Ziele des strukturierten, zivilgesellschaftlichen Engagements genommen werden. Weiterhin verlangt die verantwortungsvolle Suche nach und die Betreuung von Großspender*innen ein besonderes Vertrauensverhältnis zwischen Fundraiser*innen, Organisationen und Spender*innen. Insofern ist diese Handreichung nicht nur professionellen Fundraiser*innen gewidmet, sondern soll auch Geldgeber*innen sowie der weiteren Öffentlichkeit nützen.

All dies im Sinne der Förderung einer starken Kultur des Gebens und einer lebendigeren, weil nachhaltig solidarischen Gesellschaft.

I) Perspektive Organisation

I.I) Umgang mit Zielvorgaben

Ohne Planung können Organisationen nicht arbeiten. Zielvorgaben für das Großspendenfundraising werden häufig als Planungshilfe verwendet, in der Regel in Form einer 3-Jahres-Prognose. Wenn Ziele nicht erreicht werden, müssen Ursachen analysiert und die Strategien gegebenenfalls angepasst werden. Fundraiser*innen dürfen nicht unter Druck gesetzt werden, weil das dazu führen kann, dass ethische Standards im Umgang mit Spender*innen missachtet werden können.

Ziele werden in der Praxis meist von Fundraiser*innen in Abstimmung mit Vorgesetzten, Abteilungsleitung oder deren Dachverband erarbeitet. Die Fundraiser*innen sind bei der Planung einzubinden, um unrealistische Annahmen zu vermeiden. Als Maßstab für Zielvorgaben wird häufig ein Durchschnittswert der vergangenen drei bis fünf Jahre verwendet. Gerade im Großspendenfundraising dient eine langfristige Planung über mehrere Jahre dem Ausgleich von Unwägbarkeiten und Schwankungen. Ein einzelnes erfolgreiches Vorjahr kann nicht als Maßstab gelten. Ein ausgewogener Finanzierungsmix dient dem Ausgleich von Schwankungen.

In vielen gemeinnützigen Organisationen gehören neben den monetären Zielen auch die Zahl der aktiven Spender*innen, Zahl der Neuspender*innen, die allgemeine Spendenhöhe oder durchgeführte Veranstaltungen zu den Performance Indikatoren. Welche Indikatoren, bzw. welcher Spendenmix sinnvoll sind, entscheidet jede Organisation für sich. Dabei werden monetäre Ziele im Erbschaftsfundraising mit Vorsicht behandelt.

I.II) Gibt es spezifische Ethik-Leitlinien in Ihrer Organisation?

Im Großspendenfundraising bieten Ethik-Leitlinien eine wichtige Orientierung. Organisationen nutzen z.B. Compliance Regeln, Codes of Conduct, Betriebsvereinbarungen oder organisationsübergreifende Fundraisingstandards. Diese Regeln können auch seitens eines Dachverbandes vorliegen. Orientierung bieten die Selbstverpflichtung der Initiative Transparente Zivilgesellschaft (ITZ), die DZI-Richtlinien, der VENRO-Kodex und die Ethikregeln des DFRV. Kontrollgremien, wie das Kuratorium oder der Vorstand, sollten bei ethischen Herausforderungen unterstützend wirken.

Wenn ein neues Großspenden-Programm aufgesetzt wird, ist es empfehlenswert, Regelwerke, z.B. Betriebsvereinbarungen oder einen Code of Conduct, zu erarbeiten. Das kann besonders neuen Mitarbeiter*innen Orientierung und Sicherheit geben. Den wertschätzenden Umgang mit Spenden und Spender*innen schriftlich in Regeln und Standards verbindlich zu machen, hilft alle Mitarbeiter*innen mitzunehmen und niemanden zu übergehen.

Damit können Fehler in sensiblen Kontexten verhindert werden. Ein Beispiel hierfür ist, dass in Pflegeeinrichtungen ausdrücklich von Spendenbitten abzuraten und diesbezüglich der Schutz der Betreuten sicherzustellen ist. Ein weiteres Beispiel ist eine ausdrückliche Regelung im Umgang mit Geschenken.

Neben Vorgaben im Arbeitsvertrag helfen Ethik- oder Compliance-Regeln, die positiven Elemente in der gelebten Organisationskultur zu stärken und persönliche Beziehungen zwischen Mitarbeiter*innen und Spender*innen auf einer professionellen Ebene zu halten. So kann es hilfreich sein, Gespräche mit Großspender*innen grundsätzlich zu zweit zu führen, um die Neutralität der Beteiligten sicherzustellen.

Zur Schaffung von Rollenklarheit kann zudem festgelegt werden, in welchen Gremien Verstöße gegen Compliance Regeln, z.B. Sponsoring-Angebote aus zweifelhafter Motivation wie Greenwashing, behandelt werden. Gerade solche Fälle helfen, die eigenen ethischen Standards weiter zu entwickeln.

Quellen: <https://www.stiftungsbildung.com/verhaltenskodex/>

I.III) Einflussnahme durch Großspender*innen?

Wenn größere Summen zur Diskussion stehen, besteht die Gefahr einer gewollten oder ungewollten Einflussnahme von Spender*innen auf die Tätigkeit einer Organisation. Einerseits ist der Wille der Spender*innen zu respektieren und Freiwilligkeit muss gewahrt werden. Der Zweck von gebundenen Spenden muss zum Organisationszweck passen. Wenn die Vorstellungen von Spender*innen zu weit von diesem abweichen, muss von der Annahme von Spenden abgesehen werden.

Dies gilt auch für Erbschaften, die eine Zweckbindung haben. Ggf. bedarf es einer Klärung der rechtlichen Sachverhalte. Sind mehrere Erben eingesetzt, sind klärende Gespräche unerlässlich. Dies gilt insbesondere auch für die Abwicklung.

Bei Unternehmenskooperationen ist ebenfalls auf Einflussnahme und Absicht (Greenwashing) zu achten. Bei Kooperationen muss festgelegt werden, wie die Unterstützung der Organisation durch Unternehmen in deren PR eingesetzt werden darf. Es ist zu empfehlen, dass jede Organisation hierzu klare Regeln aufgestellt hat, um unsachgemäße oder schädigende Werbemaßnahmen zu vermeiden.

Bei Gesprächen mit potenziellen Erblasser*innen und Unternehmenskooperationen ist es empfehlenswert, einen Justiziar einzubinden, um Fehler zu vermeiden.

Themen, mit denen Großspender- und Erbschaftsfundraiser*innen sich auseinandersetzen müssen, sind unter anderem:

- Bei Erbschaften geht es z.B. um betreuungspflichtige Kinder oder die Versorgung der Haustiere, die Grabpflege des Erblassers oder der Erblasserin, oder die Auflösung des Haushaltes.
- Bei Unternehmenskooperationen müssen Organisationen, die im Bildungsbereich oder in der Jugendarbeit tätig sind, die Verwendung von Logos auf Lehrmaterialien oder den Kontakt zwischen Geber*innen und Kindern sorgfältig prüfen. Eine gewünschte Beteiligung der Geber*innen an der Auswahl von Stipendiaten kann kritisch sein.
- Bei Projektbesuchen im entwicklungspolitischen und sozialen Bereich im In- und Ausland sind die Interessen und der Schutz der Empfänger*innen zu berücksichtigen. Dies gilt insbesondere für besonders schutzbedürftige Gruppen, z.B. Kinder. Im Bereich Umwelt- und Naturschutz oder im Kulturbereich sind Projektbesuche selten problematisch.

Jegliche Ansprüche, welche mit Spenden verknüpft sind, müssen für jeden Bereich unterschiedlich bewertet werden.

Ein regelmäßiger Austausch mit Kolleg*innen ist für alle Fundraiser*innen ein wichtiger Teil ihrer Arbeit. Oft werden gemeinsam Lösungen entwickelt und wertvolle Ratschläge gegeben. Sollte eine Fundraisingabteilung bei gravierenden Problemen keine Lösung finden, müssen die nächsthöhere Ebene bzw. die als verantwortlich festgelegten Gremien konsultiert werden. Erhält der Vorstand als höchste Instanz direkte Beschwerden von Großspender*innen, sind diese immer in Rücksprache mit den entsprechenden Mitarbeiter*innen zu beantworten.

Institutionelle Regeln entbinden die einzelnen Fundraiser*innen nicht von ihrer individuellen Verantwortung, sondern sollen ihre Sensibilität fördern. Gerade für neue Mitarbeiter*innen sind solche internen Standards eine Hilfe. Nicht selten geht es um das Thema Distanz zwischen Fundraiser*in und Spender*in. Externe Schulungen zum Thema „Distanz“ helfen insbesondere bei seelsorgerischen Ansprüchen im Kontakt mit Spender*innen. Auch die Dauer eines Treffens zwischen Spender*in und Fundraiser*in ist immer wieder ein Thema. Deshalb ist eine vorherige Absprache einer zeitlichen Begrenzung bei Treffen hilfreich.

Fragen für Einsteiger*innen ins Großspendenfundraising:

- Gibt es Ethik-Leitlinien in der Organisation? Was ist darin festgeschrieben?
- Welche Grenzen setzt die Organisation mit Blick auf Erwartungen/Anforderungen von Großspender*innen?
- Wer setzt die Grenzen innerhalb der Organisation?
- Mit wem können Fundraiser*innen bei Problemen Rücksprache halten?
- Welche Unterstützung gibt es bei Spannungen zwischen Großspender*in und Fundraiser*in?
- Wer erarbeitet die Ziele im Großspendenfundraising?
- Welche Zielvorgaben sind für die Organisation sinnvoll (Anzahl der Personen für die Neugewinnung, Upgrading, Spendensumme)?
- Was passiert, wenn Ziele nicht erreicht werden?

II) Perspektive Fundraiser*in

II.1) Beziehungsarbeit und persönliche Belastung

Im Großspendenfundraising sind eine besonders intensive Beziehung zwischen Spender*innen und Fundraiser*innen, sowie gegenseitiges Vertrauen gewünscht. Allerdings sollte der Kontakt nicht ins Private abkippen, sondern dem Zweck der Organisation verschrieben bleiben. Private Kontaktdaten herauszugeben, private Feiern zu besuchen oder Übernachtungsangebote anzunehmen, kann zum Problem werden. Wenn Organisationen ein familiäres Verhältnis pflegen, kann eine derartige Kontaktpflege jedoch begründet sein. Grundsätzlich sollte es Fundraiser*innen überlassen werden, eigene Grenzen zu setzen, z.B. durch weiche Faktoren wie Dresscodes oder einen förmlichen Umgangston. Den eigenen Freundeskreis anzusprechen sollte von Fundraiser*innen zum Beispiel nicht eingefordert werden.

Wenn die Erwartungen der Spender*innen an die Beziehung zu intensiv werden, raten erfahrene Großspendefundraiser*innen die Notbremse zu ziehen. Dies kann durch Verkürzen der Gespräche, seltenere Kontaktaufnahme oder den Hinweis auf die berufliche Natur der Beziehung geschehen.

Grundsätzlich gehören die Kontakte und Daten der Spender*innen der Organisation und nicht den Fundraiser*innen, auch wenn diese die Organisation verlassen.

Wenn Fundraiser*innen über längere Zeit Kontakt zu Unterstützer*innen hatten, ist es wichtig, bei einem Verlassen der Organisation diese Personen zu informieren und den*die Nachfolger*in vorzustellen. Es kommt vor, dass Spender*innen „ihrer“ Fundraiser*in beim Organisationswechsel folgen. Hier liegt ein Konfliktpotenzial, auf das die Fundraiser*in und die Organisation sich vorbereiten sollten, um einen echten Konflikt zu vermeiden.

Verlangt ein*eine neue*r Arbeitgeber*in Zugang zu persönlichen Kontakten der Fundraiser*in, muss dem widersprochen werden.

Der individuelle Umgang mit Großspender*innen hängt von der gelebten Organisationskultur ab. Klarheit über gültige Normen und Regeln helfen allen Beteiligten - auch wenn diese nicht zwingend in schriftliche Verhaltensvorgaben münden müssen.

Fundraiser*innen sind auch Teil der Organisation, wenn sie privat unterwegs sind. Ihr Auftreten und das Einhalten von Organisationsstandards wird in solchen Situationen als deren Job verstanden. Von Mitarbeiter*innen hingegen zu verlangen, ihre Arbeit zum Mittelpunkt ihres gesamten Lebens zu machen, geht zu weit. Fundraiser*innen sollten daher ihrer Organisation gegenüber klarstellen, wie weit sie sich der gelebten Kultur anpassen wollen oder können. Beispielsweise kann es bei Stiftungsgründungen oder auf dem Weg befindlichen Großspenden gefordert sein, dass Fundraiser*innen außerhalb der üblichen Arbeitszeiten oder sogar am Wochenende erreichbar sind.

Im persönlichen Kontakt mit Spender*innen können Ereignisse auftreten, die die eigene persönliche Kompetenz überschreiten. In diesen Fällen sind die entsprechenden Stellen zu informieren und zu Rate zu ziehen. In der Praxis kam es beispielsweise schon zur Androhung von Suizid oder der Bitte um aktive Sterbehilfe. In derartigen Fällen muss die Polizei informiert bzw. an den Hausarzt verwiesen werden. Weitere Erwartungen von Spender*innen mit denen Fundraiser*innen konfrontiert werden, sind z.B. eine ständige Erreichbarkeit auf dem privaten Handy, das Kümmern um private Dinge, oder sogar der*die Gesellschafter*in zu sein. Falsche Hoffnungen auf derart persönliche Betreuung zu wecken, ist tabu.

Bedrängnisse und Übergriffe durch Spender*innen sind in keinem Fall zu tolerieren. Wenn sie auftreten, sind die Vorgesetzten zu konsultieren. Im Zweifelsfall muss der Kontakt abgebrochen oder die Ansprechpartner*in ausgetauscht werden. Ob und wann Vorgesetzte reagieren bzw. externe Unterstützung eingeholt werden kann, darf nicht von der Stellung der Fundraiser*innen in der Organisation abhängig sein, sondern muss klar geregelt sein.

Wenn Spender*innen eigenständig Projektreisen durchführen, können negative Konsequenzen entstehen und das Vertrauen von Projektpartnern schädigen. Solchen unkontrollierten Eingriffen in die Arbeit einer Organisation ist vorzubeugen, z.B. durch schriftliche Vereinbarungen.

Fragen, die für Großspendend fundraiser*innen relevant sind:

- Wie können Sie Beruf und Privatleben trennen?
- Welche Grenzen können Sie selbst setzen, wenn keine organisationsinternen Vorgaben existieren?
- Wie gehen Sie mit Situationen um, die emotional belastend sind?

III) Perspektive Großspender*in

In einigen Organisationen gibt es die Vorgabe, dass Spender*innen keinerlei Einfluss auf die Themen und Projekte ausüben dürfen. Unabhängigkeit in der inhaltlichen Arbeit ist ein hohes Gut aller NGOs. Andererseits ist es das gute Recht von Spender*innen, Erwartungen und Wünsche zu formulieren. In gemeinsamen Gesprächen kann geklärt werden, was möglich ist und was nicht. Greifen die Erwartungen in den Auftrag der Organisation unverhältnismäßig ein, sind Spenden im Zweifelsfall abzulehnen.

Wünsche von Spender*innen sind in der Regel von guten, in manchen Fällen jedoch auch von nicht durchdachten Überlegungen geleitet. Zum Beispiel hat ein Arzt, der in einer bestimmten Region eine kleine Klinik aufbauen möchte, möglicherweise nicht bedacht, dass ein solches Vorhaben nicht den Zwecken der angesprochenen Organisation entspricht. Hinter solchen Ideen und Vorschlägen stecken meistens gute Absichten und nicht der Wille manipulativ auf die Organisation einzuwirken.

Bei Großspenden sind häufiger Zweckbindungen erwünscht. Wenn deren Auslegung nicht zu eng gefasst ist, können sie in der Regel erfüllt werden. Zu beachten ist die Zweckbindung besonders bei Stiftungsgründungen. Zwecke, die heute sinnvoll scheinen, können schon in wenigen Jahren oder Jahrzehnten obsolet werden.

Ein plakatives Beispiel ist die Stiftung, die den Zweck verfolgen soll, die Witwen von Seefahrern mit wollener Unterwäsche zu versorgen. Das war vor einigen Jahrhunderten sinnvoll und wünschenswert, heute allerdings der effizienten Unterstützung und Förderung der Zielgruppe abträglich. Auch der Zweck einer neueren Stiftung kann schon in wenigen Jahrzehnten beispielsweise zum Aufgabenbereich von Verwaltungsapparaten gehören und somit hinfällig sein. Insofern sollte bei Testamenten und der Errichtung von Stiftungen darauf geachtet werden, die gewünschten Zwecke nicht zu eng zu fassen. Auch wenn die Aufsichtsbehörden einen möglichst engen Stiftungszweck sehen wollen, lohnt es sich, einen intensiven Diskurs zu pflegen.

Wenn Organisationen als Rechtsnachfolger eingesetzt werden, sollten ihnen größtmögliche Verwendungsfreiräume zugestanden werden. Auch bei Wünschen zur Anlage von Geldern ist darauf zu achten, dass dies dem Zweck der Organisation nicht entgegenwirken.

Beispiel: Wenn einer sozialen Organisation Immobilien zu deren Finanzierung überschrieben werden, könnte es deren Zweck und/oder Leitbilder konterkarieren, die Immobilie mit höchstmöglichen Mieten zu betreiben. Mitunter sind die Wechselwirkungen nicht so offensichtlich wie im genannten Beispiel, weshalb die Möglichkeit zur Anpassung und zur Reaktion auf veränderte Bedingungen gewahrt bleiben sollte.

Organisationen sind verpflichtet die Mitwirkung und Einflussnahme von Großspender*innen kritisch zu prüfen, insbesondere in Kooperation mit Unternehmen. Problematisch werden die Wünsche von Spender*innen zum Beispiel dann, wenn sie einen ausgrenzenden Charakter haben. Klärende Gespräche sind das A und O.

Ein Beispiel: „Wir hatten einmal den Fall, dass ein Grossspender unbedingt für ein Kinderhospiz spenden wollte. Da wir ein Hospiz für Erwachsene haben, stellte ich ihm unsere Kindertrauerarbeit vor und die Idee fand er sehr gut. Somit konnte er Kindern helfen, was sein Wunsch war und wir habeneine Spende für unsere Arbeit erhalten.“ Lisa Tembrink-Sorino. Johannesstift Berlin.

Eingriffe in die Projektarbeit oder Engagements, die ohne Absprache mit der Organisation erfolgen, können zu Problemen führen und müssen angesprochen werden. Wenn beispielsweise der Wunsch besteht, ein unterstütztes Projekt persönlich zu besuchen, müssen derartige Reisen mit der Organisation abgesprochen werden, da andernfalls das Vertrauen von Partner*innen vor Ort geschädigt werden kann. Dies gilt insbesondere bei Kinderpatenschaften, da die Organisation für deren Schutz verantwortlich ist.

Fragen zur Perspektive von Großspender*innen:

- Haben Sie Situationen erlebt, in denen Spender*inneninteressen mit denen der Organisation, nicht im Einklang standen?
- Gab es unangemessene Eingriffe in die Projektarbeit?
- Gab es unangemessene oder ausgrenzende Erwartungen oder Bedingungen von Spender*innen, Spender*innendominanz, Druck seitens der Spender*innen? Wie gehen Organisationen und Spender*innen damit um?

IV) Datenschutz

Ohne eine Datenbank ist erfolgreiches Fundraising kaum möglich, denn sie ist die Grundlage für das Customer Relationship Management (CRM). Hier wird die Verwaltung der Daten von Spender*innen und Unterstützer*innen sowie deren Kontakthistorie organisiert.

Der Umgang mit personenbezogenen Daten stellt eine Gratwanderung dar. Es gibt ein Spannungsfeld zwischen Spender*in und Fundraiser*in. Der*die Spender*in erwartet, dass der*die Fundraiser*in sich an alle Gesprächsinhalte erinnert. Der*die Fundraiser*in darf die Inhalte aber nur nach den Regeln der Datensparsamkeit abspeichern. Der rechtliche Rahmen ist die DSGVO. Diese gilt auch für Vereine und Stiftungen. Eine entscheidende Vorgabe ist die Datensparsamkeit. Es muss deshalb gut überlegt werden, welche Informationen über Spender*innen und Unterstützer*innen für die Organisation relevant sind. Der Umgang mit personenbezogenen Daten kann von Organisation zu Organisation unterschiedlich sein.

So können in einer kleineren Organisation alle Angestellten mit einzelnen Spender*innen in Kontakt stehen und entsprechend über viele Informationen zu einer Person verfügen. In großen Organisationen mit verschiedenen Fundraising-Abteilungen hingegen ist es wichtig, dass nicht alle Angestellten über persönliche Details von Spender*innen oder Mitarbeiter*innen in Kenntnis gesetzt werden.

Die Hinterlegung persönlicher Informationen in einer Datenbank ist sparsam zu erfolgen. Vertrauliche und sensible Daten dürfen nur in Datenbanken, als Dokumente auf einem Server oder in Papierform gespeichert werden, wenn gesichert ist, dass nur die dafür vorgesehenen Personen sie einsehen können. Die individuelle Kommunikation mit Erblasser*innen sowie Großspender*innen sollte nicht so abgespeichert werden, dass sie für ganze Abteilungen sichtbar ist. Wenn Organisationen ins Großspendenfundraising einsteigen, ist eine entsprechende Anpassungen in ihrer Spender*innendatenbank vorzunehmen, um den besonderen Schutz sensibler Daten zu gewährleisten.

Informationen, deren Hinterlegung im Sinne der Spender*innen sind und deren Spendenwunsch unterstützen, dürfen als Memo hinterlegt werden, zum Beispiel wenn eine Person nicht gut hört und beim persönlichen Kontakt auf deutliche Sprache geachtet werden muss. Wenn Kontakte aufgebaut werden, dürfen solche Informationen hinterlegt sein. Der Weitergabe von Daten muss ausdrücklich zugestimmt werden – auch bei interner Nutzung.

Mit den Zugriffsrechten auf Datenbanken ist streng umzugehen. Es muss geregelt sein, wie die Weitergabe von Daten im Krankheitsfall oder bei Personalwechsel innerhalb der Organisation erfolgt, damit die Fortführung der Arbeit mit den Großspender*innen gewährleistet bleibt. Vorsicht ist bei gemeinsam verwendeten Kalendern und anderen Hilfsmitteln geboten. Entsprechende Hierarchien in der Verwaltung von Zugriffsrechten einzurichten, hilft in vielen Fällen.

Persönliche Daten zu Krankheiten abzuspeichern ist nicht erlaubt. Einige Daten, wie z.B. der Name eines Haustieres, sind unverfänglich. Absprachen zu Testamenten und deren Abwicklung – alle Dokumente, die für das Nachlassfundraising relevant sind – sind ggf. in einem verschließbaren Schrank besser aufbewahrt als in der Datenbank.

Fundraiser*innen erhalten oft sensible Informationen über die Spender*innen. Deshalb ist es wichtig, dass Organisationen Richtlinien für den Umgang mit solchen sensiblen Daten entwickeln. Bei Gesprächsnotizen entscheidet der*die Spender*in, welche Daten zur Weitergabe bestimmt sind. Diese Dokumentationen können im Zweifelsfall offengelegt werden.

Wenn Regelungen zum Umgang mit vertraulichen Daten erarbeitet sind, können diese in Vertraulichkeitsklauseln im Arbeitsvertrag oder als Datenschutzbestimmungen in dessen Anlage festgehalten werden. Solche Klauseln bieten den Arbeitgeber*innen Rechtssicherheit, auch bei Beendigung eines Arbeitsverhältnisses.

Wenn im Rahmen der Tätigkeit persönliche Kontakte über soziale Netzwerke entstehen, kann von scheidenden Fundraiser*innen nicht erwartet werden, dass diese Kontakte gelöscht werden. Bei Kontakten, die sich der Kontrolle der Organisation entziehen, sollten Fundraiser*innen einen gewissenhaften und redlichen Umgang mit diesen verantworten. Wurden aus Datenschutzgründen Informationen in einem Notizbuch festgehalten, sind diese Schriftstücke zu vernichten.

Bei Unsicherheiten zu Fragen des Datenschutzes hilft eine enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem*der Datenschutzbeauftragten. Datenschutzrelevante Angelegenheiten sollten mit dem*der Datenschutzbeauftragten immer entsprechend abgestimmt werden.

Fragen, die im Umgang mit personenbezogenen Daten relevant sind:

- Wie gehen Sie mit persönlichen Informationen zum*zur Großspender*in um, die Sie im vertraulichen Gespräch erhalten haben?
- Erstellen Sie Notizen zu Gesprächen? Wie steht es um die Weitergabe an Kolleg*innen und sichere Aufbewahrung?
- Welche Daten werden auf einem Server gespeichert und wie werden Zugangsrechte geregelt?
- Gibt es in Ihrer Organisation Richtlinien für den Fall, dass Fundraiser*innen die Organisation verlassen? Sind Standards zum Verbleib von vertraulichen Informationen festgelegt?

Erläuterungen

Compliance Regeln

Compliance Regeln sind Maßnahmen, Strukturen und Prozesse in einer Organisation, die helfen Regelkonformität sicherzustellen. Auch rechtsverbindliche und ethische Regeln können hierunter fallen. Grundelemente können der im Jahre 2014 veröffentlichten generischen Norm „DIN ISO 19600 Compliance Management System“ entnommen werden.

Code of Conduct

Verhaltensregeln, die auf Freiwilligkeit beruhen; freiwillige Selbstkontrolle

Initiative Transparente Zivilgesellschaft (ITZ)

Für zivilrechtliche Organisation gibt es in Deutschland keine einheitlichen Veröffentlichungspflichten.

Auf Initiative von Transparency International Deutschland e.V. haben im Jahr 2010 zahlreiche Akteur*innen aus der Zivilgesellschaft und Wissenschaft, zehn grundlegende Punkte definiert, die jede zivilgesellschaftliche Organisation der Öffentlichkeit zugänglich machen sollte. Dazu zählen unter anderem die Satzung, die Namen der wesentlichen Entscheidungsträger*innen sowie Angaben über Mittelherkunft, Mittelverwendung und Personalstruktur. Bisher haben sich weit über tausend Organisationen der Initiative angeschlossen. **Information entnommen:**

<https://www.transparency.de/>

DZI-Stiftung Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen

Das DZI informiert die Öffentlichkeit über die Seriosität von Spendenorganisationen und warnt vor unlauteren Praktiken. Das **DZI Spenden-Siegel** ist ein Gütesiegel für seriöse Spendenorganisationen.

VENRO-Kodex

VENRO-Verband Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe deutscher Nichtregierungsorganisationen e.V.

Aktuell zählt der Verband 141 Mitglieder

VENRO-Verhaltenskodex - zu Transparenz, Organisationsführung und Kontrolle

VENRO-Verhaltenskodex - zu Entwicklungsbezogene Öffentlichkeitsarbeit

VENRO-Kodex Kinderrechte

Downloads unter: <https://venro.org/ueber-venro/kodizes>

Ethikregeln des Deutschen Fundraisingverbandes (DFRV)

Der DFRV hat zwei sich ergänzende Regelwerke für gutes ethisches Fundraising erarbeitet: Die „19 Grundregeln für eine gute, ethische Fundraising-Praxis“ und die „Charta der Spenderrechte“. **Informationen entnommen:** <https://www.dfrv.de/fundraising-branche/ethik-im-fundraising>

Jedes Mitglied des Deutschen Fundraising Verbandes verpflichtet sich, die vom Verband erarbeiteten Ethikregeln einzuhalten. Sollten Sie Verstöße oder unseriöse Geschäftspraktiken feststellen, senden Sie bitte eine entsprechende Nachricht an unsere Schiedskommission: schiedskommission@dfrv.de.

Greenwashing

Greenwashing bezeichnet den Versuch von Unternehmen, durch Marketing- und PR-Maßnahmen ein „grünes Image“ zu erlangen, ohne jedoch entsprechende Maßnahmen im Rahmen der Wertschöpfung zu implementieren. Somit führt Greenwashing Verbraucher*innen in die Irre, denn es gaukelt ökologisches Handeln vor.

Customer Relationship Management (CRM)

Organisationen, die ein CRM nutzen, stellen die Beziehungen ihrer Organisation zu einzelnen Personen in den Mittelpunkt. Seien es Spender*innen, Kund*innen, Service-Nutzer*innen oder auch Kolleg*innen. Ein gutes CRM benötigt eine entsprechende Software. Hier werden die Informationen zu den Kontakten mit Spender*innen und Kund*innen erfasst sowie die Kontakthistorie, Spenden, E-Mails, Telefonate und Profile auf den Websites sozialer Netzwerke. Bei der Nutzung einer CRM Software ist immer auch die Datensparsamkeit zu beachten.

DSGVO - Datenschutz-Grundverordnung

Die DSGVO ist eine Verordnung der Europäischen Union, mit der die Regeln zur Verarbeitung personenbezogener Daten durch die meisten Datenverarbeiter*innen, sowohl private wie öffentliche, EU-weit vereinheitlicht werden. Diese Grundverordnung ist am 25. Mai 2018 in der Europäischen Union in Kraft getreten.

DANKSAGUNG

Die vorliegende Ausführung zum Thema Großspenden und Erbschaften wäre ohne die Bereitschaft einzelner Fundraiser*innen, die in diesen Bereichen tätig sind oder waren, Fragen zu den vier Themenfeldern zu beantworten, so nicht möglich gewesen. Alle Interviews wurden im Jahr 2019 geführt.

Unser großer Dank gilt folgenden Personen – in alphabetischer Reihenfolge:

Czech, Irmgard, Caritasverband München und Freising

Fischer, Christiane, SOS Kinderdörfer weltweit

Heidbüchel, Katrin, Misereor, Aachen

Hintze, Katja, Stiftung Bildung, Berlin

Höwner, Olaf, ifaw

Jacobsohn, Michaela, Jüdischen Nationalfonds e.V.

Kliment, Cornelia, Deutscher Hochschulverband

Orizu, Michaela, Reporter ohne Grenzen, Berlin

Tembrink-Soriono, Lisa, WWF Deutschland

Vocke-Neumann, Ingmar, Greenpeace, Hamburg

Von Lacroix, Jeanine, SOS Kinderdörfer, München

Willich, Monika, UNO-Flüchtlingshilfe, Bonn

Winterhalter, Birgit, Caritas International, Freiburg.

IMPRESSUM

Herausgeber Deutscher Fundraising Verband e.V.
Brüderstraße 13 | 10178 Berlin

Telefon 030 / 30 88 318 - 00

Fax 030 / 30 88 318 - 05

E-Mail info@dfrv.de

Redaktion Ethikausschuss des DFRV:

Lisa Tembrink-Sorino (Vorsitzende)

Ingrid Alken, Sonja Becker

Andreas Berg, Dr. Matthias Lehmann

Andrea Soth, Dr. Paul Stadelhofer

Annette Urban-Engels, Gerhard Wallmeyer

Gestaltung Andrea Draeger, monkimia.de

Druck Onlineprinters GmbH