



David Carrington

Spenden mit Köpfchen



Spenden mit Köpfchen

von David Carrington

Redaktion

Forum for Active Philanthropy –
inform inspire impact gGmbH
Monbijouplatz 2 D-10178 Berlin
Phone +49 30 240 88 240
Email info@activephilanthropy.org
Web www.activephilanthropy.org

Autor

David Carrington

Übersetzung deutsche Ausgabe

Dr. Janina Gatzky, Graz, Österreich

Design

goldene Zeiten Berlin, Berlin
projektbarfuss, Andrea Riebe und
Raik Lüttke

Diese Veröffentlichung ist einschließlich
aller ihrer Teile urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung ohne vorherige schriftliche
Zustimmung von Active Philanthropy ist
unzulässig.

Copyright © 2008 Active Philanthropy
Alle Rechte vorbehalten

Vorwort _____ **04**

Was Sie als Neuspender schon immer
wissen wollten _____ **06**

Vier Spenden-Szenarien _____ **08**



Inhalt

Aller Anfang ... Was ist Ihnen wichtig? _____ **10**

Die Qual der Wahl _____ **12**

Wer „Ja“ sagt,
muss auch „Nein“ sagen können _____ **14**

Direktes Engagement
oder professionelle Vermittlung? _____ **16**

Spenden, und dann? – Leistungen für Spender _____ **18**

Spendenerfolg mit Spaßfaktor _____ **20**

Vorwort

Einige fast schon alltägliche Situationen: Auf der Straße werden Sie von einem Vertreter einer Spenden sammelnden Organisation angesprochen. Einer Ihrer Freunde fordert Sie auf, einen Beitrag für einen guten Zweck zu leisten. Über eine Zeitungsanzeige wird dringend um Ihre Hilfe gebeten. Ein Fernsehspot ruft zur Unterstützung eines Fonds zur Katastrophenhilfe auf. Diese und ähnliche Begegnungen lassen sich nahezu endlos fortsetzen, vor allem seitdem Organisationen der Zivilgesellschaft¹ verstärkt die digitalen Medien für ihr Fundraising einsetzen. Der vorliegende Leitfaden ist eine Art Kompass, der Sie durch die beschriebenen und ähnliche Situationen mit Organisationen der Zivilgesellschaft navigieren will. Der Autor, David Carrington aus Großbritannien, ist einer der führenden Experten und Berater im gemeinnützigen Bereich in Europa. Er lenkt Sie sicher durch das Dickicht der Spendenlandschaft und liefert Ihnen einfache Werkzeuge, um die Arbeit von

zivilgesellschaftlichen Organisationen besser zu verstehen. Dies ist besonders für diejenigen Spender und Stifterinnen² von Bedeutung, die ihrem gemeinnützigen Engagement (noch) nicht viel Zeit widmen können oder wollen und sich daher auf einmalige und kurz- bis mittelfristige Spenden beschränken möchten.

Diese Einführung in das Thema „Spenden“ ist Teil einer Serie von Veröffentlichungen über Methoden- und Management-Kompetenzen für Stifterinnen und Spender. Die Leitfäden sind zentraler Bestandteil der Active Philanthropy Toolbox und bieten praktische Ratschläge und Schritt-für-Schritt-Anleitungen im Feld der Philanthropie. Ergänzt werden die Leitfäden durch Veröffentlichungen über ausgewählte Förderthemen, wie z.B. Engagement für Kinder, Klimawandel oder Afrika. Diese Themenreports wollen Spenderinnen und Stiftern den Einstieg in ein Förderthema erleichtern und ihnen dabei helfen, ihre individuelle Nische zu finden.

¹ Organisation der Zivilgesellschaft: auch bekannt als NRO (Nichtregierungsorganisation) oder einfach gemeinnützige Organisation. Wir verwenden diesen Begriff, weil er unserer Meinung nach am umfassendsten die Vielfalt an Formen und Aufgaben der Organisationen beschreibt, die Ziele zum Wohle der Gesellschaft verfolgen.

² Im Sinne einer besseren Lesbarkeit werden in dieser Publikation weibliche und männliche Wortfassung nicht nebeneinander gestellt, sondern willkürlich alternativ genannt.

Die Leitfäden gliedern die Inhalte zu den methodischen Fragen des Stiftens und Spendens in übersichtliche Teilaspekte, ohne dabei die Komplexität der Themen aus dem Auge zu verlieren. Sie basieren entweder auf Geschichten und gelungenen Beispielen von aktiven Stifterinnen und Spendern, die ihre Erfahrungen und Empfehlungen an Interessierte weitergeben wollen, oder auf Ratschlägen und Anleitungen von Experten aus dem jeweiligen Themengebiet.

Active Philanthropy ist ein gemeinnütziges Forum, das Familien und Einzelne bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer Stiftungs- und Spendenstrategie unterstützt. Das Forum bietet einen geschützten Ort, an dem Stifter und Spenderinnen sich austauschen, voneinander lernen und kooperieren können und wo sie praktische Anweisungen für effektiv(er)es Stiften und Spenden finden. Ermöglicht wird dies durch eine ganze Bandbreite von Dienstleistungen: von einführenden Reports in Förderthemen und Leitfäden über Workshops und Field Trips bis zur Unterstützung bei der Stiftungsverwaltung und der individuellen Beratung. Das Augenmerk liegt dabei auf der Vermittlung von praxisnahen Erfahrungen, die Stifterinnen und Spender direkt in ihre eigene Arbeit einfließen lassen können.

Die Leitfäden sind neutral und nehmen keine Position ein, doch spiegeln einige Beispiele und Empfehlungen die persönlichen Erfahrungen des Autors wider. Bitte berücksichtigen Sie, dass die vorgestellten Ansätze und die Auswahl der Organisationen weder umfassend oder vollständig sein können, noch unterliegen sie einer Bewertung durch Active Philanthropy oder den Autor.

Wir danken David Carrington dafür, dass er die Erfahrungen aus seiner langjährigen Tätigkeit im gemeinnützigen Sektor in diese Publikation eingebracht hat. Ebenso danken wir den Stifterinnen und Spendern, die den Leitfaden im Entwurfsstadium gelesen haben. Ihre konstruktiven Anregungen und Hinweise haben wesentlich zu der Publikation beigetragen. Wir würden uns freuen, wenn dieser Leitfaden für viele Spender und Stifterinnen zum Ausgangspunkt für ein (noch) aktive(re)s Engagement und damit zu einem Bestandteil für die Lösung einiger der drängenden globalen Herausforderungen wird.



Dr. Felicitas von Peter
Geschäftsführende Gesellschafterin



Michael Alberg-Seberich
Stellvertretender Geschäftsführer

Was Sie als Neuspender schon immer wissen wollten

1. Wie kann ich sichergehen, dass die Gelder, die ich einer Organisation der Zivilgesellschaft spende, wirklich sinnvoll und wirksam eingesetzt werden?
2. Ich höre immer wieder, ich sollte mich strategisch engagieren – reicht es nicht, sich auf das eigene Urteil zu verlassen?
3. Einige Spender durchlaufen einen komplizierten Entscheidungsprozess und brauchen lange, bevor sie sich entschieden haben zu spenden. Manche stellen sogar Profis ein. Gibt es da nicht einfachere und weniger kostenintensive Wege?
4. Ich habe gehört, Organisationen der Zivilgesellschaft verschwenden mitunter Gelder. Wie kann ich vermeiden, dass meine Spendengelder buchstäblich im Sande versickern?

Schon die alten Griechen wussten – einfach ist es nicht:
„Geld zu spenden, ist ein Kinderspiel. Das kann jeder. Aber zu entscheiden, wer es in welcher Höhe, wann, zu welchem Zweck und wie erhalten soll – ist weder einfach noch etwas für jedermann.“ (Aristoteles)



Kann man Gelder vertrauensvoll für einen wirksamen Zweck spenden und die Sache trotzdem einfach und unkompliziert halten, so dass der Spaß dabei nicht auf der Strecke bleibt?

Ja – dieser Leitfaden soll Ihnen genau dabei helfen:

- Er beschreibt typische Situationen, denen Spenderinnen mitunter begegnen, und gibt Ihnen einige praktische Tipps zum erfolgreichen Umgang an die Hand.
- Er zeigt einfache Schritte auf, die Ihnen helfen, Schwerpunkte in Ihrem Engagement als Spender zu setzen.
- Er erklärt, wie Sie unter den vielen wohltätigen Organisationen, die um Spenden werben, die für Sie passende auswählen.
- Er empfiehlt Möglichkeiten, wie Sie mit den zivilgesellschaftlichen Organisationen, die Sie gern unterstützen möchten, in Kontakt bleiben bzw. wie Sie jenen absagen, gegen die Sie sich entschieden haben.

Vier Spenden-Szenarien



Im Folgenden finden Sie vier typische Situationen, die viele Spender schon einmal erlebt haben. Dazu geben wir Ihnen einige praktische Tipps, wie Sie sinnvoll in solchen Situationen agieren können.

1. Eine Freundin ruft an, um Sie um eine Spende für eine zivilgesellschaftliche Organisation zu bitten, deren Arbeit ihr besonders am Herzen liegt. Das Thema sagt Ihnen zu, aber Sie haben noch nie von dieser Organisation gehört und wissen, dass Ihre Bekannte viele wohltätige Organisationen unterstützt. Was können Sie tun, ohne die Freundschaft aufs Spiel zu setzen?

Fragen Sie nach! Erkundigen Sie sich nach dem Engagement Ihrer Freundin für die Organisation: Wie lange engagiert sie sich schon? Wie genau sieht dieses Engagement aus? Spendet sie regelmäßig? Welche Informationen erhält sie und welche Anerkennung erfährt sie von der Organisation? Was ist nach Meinung Ihrer Freundin das beste Projekt, das die Organisation im vergangenen Jahr durchgeführt hat? Gibt es ein bestimmtes Projekt oder Programm, für das Sie spenden sollen? Wenn ja, was ist daran besonders?

• Beantwortet Ihre Freundin alle Ihre Fragen aus innerer Überzeugung und mit Begeisterung? Wenn ja, bitten Sie Ihre Freundin, die Organisation zu kontaktieren, damit diese Ihnen weitere Informationen zusendet.

• Konnte Ihre Freundin Sie nicht überzeugen, aber Sie möchten dennoch nicht unhöflich sein, so können Sie folgende Strategie anwenden: Legen Sie einen Teil der Ihnen zur Verfügung stehenden Gelder für Anfragen von Freunden beiseite. Weitere Informationen dazu finden Sie auf Seite 11 bei der Beantwortung folgender Frage: „Wenn ich mich ausschließlich auf meine eigenen Prioritäten als Spenderin konzentriere, wie reagiere ich dann auf Bitten von Freunden?“

2. Sie sehen einen Beitrag im Fernsehen oder lesen einen Artikel in der Zeitung, der Sie dazu bewegt, sich als Spenderin engagieren zu wollen. Sie kontaktieren die betreffende Organisation. Wie schnell reagiert diese? Wendet sich ein Mitarbeiter persönlich an Sie oder erhalten Sie nur einen Stapel gefühlsgeladener Informationen? Berichtet die Organisation über konkrete Ergebnisse, beispielsweise darüber, was getan wurde, um ein bestimmtes Problem zu lösen? Oder präsentiert man Ihnen nur umfangreiche Statistiken, die belegen, wie dringend Hilfe gebraucht wird? Sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Organisation bereit, Ihre Fragen zu beantworten? Und werden Sie im Gegenzug nach Ihren speziellen Interessen gefragt? Bietet die Organisation an, Ihnen themenrelevante Informationen zuzusenden?

• Wird die Botschaft wirksam und persönlich übermittelt und ist ersichtlich, dass Fähigkeiten, Kenntnisse und eine überzeugende Erfolgsgeschichte dahinter stecken? – Dann bleiben Sie dran!

• Braucht die Botschaft eine Weile, um zu Ihnen zu gelangen und enthält wenig aussagekräftige Informationen zu konkreten Ergebnissen, aber um die Dringlichkeit des Anliegens wird viel Aufheben gemacht? – Dann lassen Sie lieber die Finger davon!

3. Die Informationen, die eine lokale Organisation der Zivilgesellschaft Ihnen zugeschickt hat, sprechen Sie an. Sie beschließen, das Büro der Organisation zu besuchen. Wie werden Sie empfangen? Sind die Räumlichkeiten sauber und gepflegt? Sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Sie begrüßen, freundlich und umfassend über die Arbeit der Organisation informiert? Bedenken Sie Folgendes: Wenn Sie in einem Hotel unfreundlich, unhöflich oder inkompetent begrüßt werden, haben Sie bereits Ihr Urteil gefällt, noch bevor Sie überhaupt Ihr Zimmer gesehen haben. Das Gleiche gilt auch hier: Der erste Eindruck zählt! Wenn die erste Begegnung mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einer Organisation stark zu wünschen übrig lässt, tun Sie gut daran, die Organisation an sich mit Vorsicht zu behandeln.

4. Sie werden auf der Straße von einem Vertreter einer bekannten Organisation der Zivilgesellschaft angesprochen. Es handelt sich um ein „Anliegen“, das Sie zwar bislang nicht gefördert haben, aber das Thema interessiert Sie. Sollten Sie sich auf ein Gespräch einlassen, fragen Sie nach einer Broschüre über die Organisation und versichern Sie, diese zu Hause in Ruhe zu lesen, um dann zu entscheiden, ob Sie die Einrichtung und ihre Vorhaben fördern möchten (Geben Sie Spendensammlerinnen nicht Ihren Namen, Ihre Adresse oder Telefonnummer). Alternativ bzw. wenn Sie es gerade eilig haben und sich nicht aufhalten möchten, können Sie sich den Namen der Organisation merken und zu Hause im Internet recherchieren. Bestärken die gefundenen Informationen Ihr Interesse, wenden Sie sich direkt an die Organisation mit der Bitte um weiteres Infomaterial. (Hat der Spendensammler keine schriftlichen Informationen parat, die Sie mitnehmen können – gehen Sie weiter).

Aller Anfang ... Was ist Ihnen wichtig?

Wenn Sie sich erstmalig als Spender engagieren wollen, kann es hilfreich sein, sich – und Ihrer Familie, wenn diese Ihr Engagement teilt – drei grundlegende Fragen zu stellen. Diese sollen Ihnen helfen, den Fokus Ihrer Spende in der Flut von Spendenanfragen und -aufrufen zu präzisieren, die wahrscheinlich bei Ihnen eingehen.

1. Welche Leitlinien bestimmen mein/unser Leben?

Ihr Engagement als Spenderin wird dann von Erfolg gekrönt sein, wenn dadurch jene Dinge Bestätigung erfahren und in die Realität umgesetzt werden, die für Sie einen besonderen Stellenwert haben:

- Vielleicht ist es Ihnen besonders wichtig, mehr Bildungsmöglichkeiten zu schaffen oder Unternehmen und Unternehmertum zu stärken.
- Vielleicht leiten Sie grundlegende persönliche Werte aus Ihrem Glauben oder dem Vorbild Ihrer Eltern oder eines bestimmten persönlichen Mentors ab.

• Vielleicht haben für Sie bestimmte persönliche oder gemeinschaftliche Verhaltensweisen besondere Bedeutung.

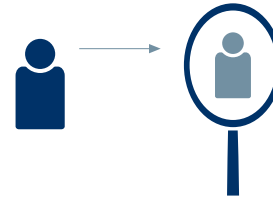
Finden Sie heraus, ob sich eine bestimmte Organisation der Zivilgesellschaft in genau diesem Bereich und für die Umsetzung derselben Werte und Ziele engagiert. Dies kann ein nützlicher Anhaltspunkt für Ihre Entscheidung sein. Ist für Sie kein Bezug erkennbar, überlassen Sie anderen das Feld und sparen Sie Ihre Energie für Organisationen, die Ihnen mehr am Herzen liegen.

2. Wo liegt der Schwerpunkt meines Interesses?

Die folgenden drei Fragen sollen Ihnen als Entscheidungshilfen dienen:

- Will ich mich auf Hilfsprojekte konzentrieren, die lokal angesiedelt sind? Oder möchte ich mich für nationale zivilgesellschaftliche Organisationen engagieren oder internationale Entwicklungsarbeit in anderen Ländern oder auf anderen Kontinenten fördern? (Oder wäre eine Kombination aller drei Bereiche das Richtige für mich?)³

³ Zur Frage der Entscheidung für lokales, nationales oder internationales Engagement siehe: Burkhard Gnärig, „Arbeit mit Organisationen der Zivilgesellschaft – Wie finde ich die Organisation, die ich unterstützen möchte?“, Active Philanthropy, Berlin, 2008.



- Gibt es bestimmte Themen, die für mich absolute Priorität haben? Vielleicht gibt es einen Bereich, zu dem Sie oder Familienangehörige einen sehr persönlichen Bezug haben, wie z.B. eine Krankheit, die ein enger Freund, eine gute Freundin oder ein Familienmitglied durchgemacht hat. Oder eine Unternehmung, die Ihre Begeisterung weckt, wie z.B. der Ablauf von Katastrophenhilfe, oder möchten Sie sich für Gemeinschaften stark machen, denen sich Ihre Familie schon immer sehr verbunden gefühlt hat, wie beispielsweise Fischerdörfer, Flüchtlinge oder arme Stadtviertel bzw. eine Altersgruppe, die Ihrer Meinung nach besonders benachteiligt ist?

- Möchte ich viele verschiedene Organisationen der Zivilgesellschaft unterstützen oder mich auf einige wenige konzentrieren und alle anderen zurückweisen?

Auf diese Fragen gibt es keine „richtige“ Antwort, aber eine Standortbestimmung kann nützlich sein, wenn Sie sich durch den Dschungel der Spendenaufrufe von zivilgesellschaftlichen Organisationen kämpfen.

3. Wenn ich mich ausschließlich auf meine eigenen Prioritäten als Spenderin konzentriere, wie reagiere ich dann auf Bitten von Freunden?

- Sie werden immer wieder Anfragen von Freunden erhalten, für jene Organisationen zu spenden, für die sich Ihre Freunde engagieren. Vor diesem Hintergrund macht es sicher Sinn, solche Spenden nicht mit denen zu vermischen, die Ihrem eigenen Spenderherz näher liegen.

Darum empfehlen wir, einen geringen Teil (ca. 10 – 15 %) Ihrer für Spenden vorgesehenen Mittel zur Seite zu legen, damit Sie in der Lage sind, kleinere Beträge schnell und spontan in Reaktion auf Bitten von Freunden zu spenden. Spenden dieser Art stellen kein langfristiges bzw. substanzielles Engagement dar, sind aber für Ihre Freunde ein geschätztes Zeichen Ihrer unkomplizierten Großzügigkeit. Und vielleicht reagieren diese gleichermaßen auf künftige ähnliche Anfragen Ihrerseits für zivilgesellschaftliche Organisationen, deren Anliegen Ihnen persönlich wichtiger ist!

Die Qual der Wahl

Sie werden überrascht sein, in welchem Maße sich Organisationen der Zivilgesellschaft unterscheiden: sei es ihr Anliegen oder ihre Arbeitsweise, ihr Aufbau oder ihre Struktur. Dennoch gibt es einige Charakteristika, anhand derer sich die Besten von den Guten unterscheiden. Auf die folgenden sechs Merkmale sollten Sie bei der Wahl der passenden zivilgesellschaftlichen Organisation achten:

1. Nennt die Organisation klar und deutlich ihre Ziele?

Einige Organisationen sprechen eine Sprache, die nur schwer verständlich ist. Manche erstellen lange Listen all ihrer Aktivitäten, ohne darauf einzugehen, welche Ziele damit erreicht werden sollen. Gute Organisationen sind in der Lage, in einer klaren Sprache Ziele und Erwartungen zu kommunizieren. Sie können beschreiben, wie ihre Arbeit das Leben der Menschen und Gemeinschaften verändern soll, zu deren Zweck es die Organisation gibt. Sie können Ihnen informative und lebendige Erlebnisberichte schildern und belegen, wie sich ihre Arbeit bereits ausgewirkt hat.

2. Ist die Führung überzeugend?

„Menschen geben Menschen“ – so lautet der Schlüssel zu zielgerichtetem und wirksamem Spendenengagement. Sie sollten Vertrauen in die Qualitäten und persönlichen Stärken der Menschen haben, die das jeweilige Projekt bzw. die betreffende Organisation leiten. Eine gute Organisation der Zivilgesellschaft möchte, dass Sie etwas über deren Führung wissen und warum Sie gerade ihr vertrauen können. Die Organisation will Sie davon überzeugen, dass sie mit entsprechenden Mitteln ausgestattet und in der Lage ist, vorzeigbare Ergebnisse zu erreichen⁴.

3. Wie belastbar ist eine Organisation der Zivilgesellschaft?

Zivilgesellschaftliche Organisationen stellen sich großen sozialen Herausforderungen, wobei ihnen oft nur begrenzte Ressourcen zur Verfügung stehen und sie unter schwierigen Umständen arbeiten. Eine gute Organisation der Zivilgesellschaft ist in der Lage, Ihnen darzustellen, wie sie Hindernisse überwunden, trotz unzureichender Mittel erfolgreich gearbeitet oder unter widrigen Umständen weitergekämpft hat.

⁴ Hängt die gesamte Organisation nur von einer Person ab, sollte Ihnen das zu denken geben. Ist sie dagegen das Produkt von einem Team, seien Sie unbesorgt – wie Margaret Mead bereits bemerkte: „Zweifle nie daran, dass eine kleine Gruppe überzeugter und engagierter Bürger die Welt verändern kann. Es war noch nie anders!“

⁵ Die Frage, wie die Finanzen einer zivilgesellschaftlichen Organisation überprüft werden können, wird in einem separaten Leitfaden behandelt.



4. Lernt die Organisation aus früheren Erfahrungen und Fehlern?
Egal, ob eine Organisation in ihrer Arbeit bewährte Methoden anwendet oder innovative Wege geht und neue Ideen entwickelt – Organisationen der Zivilgesellschaft sollten immer nach Möglichkeiten suchen, ihre Arbeit zu verbessern, Qualität und Leistungsfähigkeit zu erhöhen. Gute Organisationen können Ihnen aufzeigen, wie sie aus früheren Erfahrungen und Fehlern lernen und die gelernten Lektionen anwenden, wie sie mit den Menschen und Gemeinschaften reden, für die sie sich engagieren, oder sich mit Kolleginnen und Kollegen anderer Organisationen austauschen, die sich für ähnliche Anliegen einsetzen und/oder im selben Bereich tätig sind.

5. Wie offen und transparent ist die Organisation?
Gemeinnützige Organisationen existieren für das Wohl der Gesellschaft. Guten Organisationen ist es ein Bedürfnis aufzuzeigen, dass sie offen und transparent arbeiten. Als künftiger Spender, der noch neu in diesem Feld ist, können Sie die Probe aufs Exempel machen: Schauen Sie sich die Liste der Spenderinnen und Stifter im Jahresbericht der Organisation an. Kennen Sie jemanden? Wenn ja, nehmen Sie Kontakt mit der betreffenden Person auf und erkundigen

Sie sich, warum er oder sie die zivilgesellschaftliche Organisation unterstützt und welchen Eindruck die betreffende Person von der Arbeit der Organisation hat. Alternativ können Sie auch die Organisation der Zivilgesellschaft bitten, einige ihrer Spender und Stifterinnen zu kontaktieren, um diese zu fragen, ob Sie sich an die genannten Personen wenden dürften, um ihnen ein paar Fragen zu stellen. Denn schließlich würden Sie auch keinen Klempner oder Bauleiter beauftragen, ohne vorher Empfehlungen früherer Auftraggeber einzuholen. Eine ähnliche Taktik könnte hier ebenso sinnvoll sein.

6. Sehen die Finanzen gut aus?
Zentral für die Beurteilung einer zivilgesellschaftlichen Organisation ist Ihr Eindruck von der Finanzstruktur⁵. Eine Organisation der Zivilgesellschaft sollte nicht von Ihnen erwarten, sich durch die offiziell geprüften (und sicher langen) Abschlüsse der Organisation zu quälen, um einen Eindruck ihrer Finanzlage zu bekommen. Die Organisation sollte in der Lage sein, spontan einen allgemein verständlichen Überblick darüber zu geben, woher die Organisation Gelder bekommt, wofür sie Mittel ausgibt und wie ihre finanziellen Ressourcen erhalten bzw. nachhaltig gestärkt werden sollen.

Wer „Ja“ sagt, muss auch „Nein“ sagen können



Wenn Sie sich dazu entschlossen haben zu spenden, stellen Sie sicher, dass klar ist, wofür Sie sich engagieren und ob Sie erwarten, dass die Gelder in einer bestimmten Weise eingesetzt werden:

- Wenn Sie anonym spenden wollen, sagen Sie dies klar und deutlich.
- Wenn Ihre Spende mit keinerlei Auflagen verbunden ist⁶, wird die Organisation erfreut sein. Sind die Gelder zweckgebunden für eine bestimmte Aktivität, Leistung oder Veranstaltung, machen Sie dies deutlich, damit die zivilgesellschaftliche Organisation Ihnen gegenüber entsprechend Rechenschaft ablegen kann.

• Wenn Sie über den Fortschritt eines Projekts informiert werden wollen, stellen Sie sicher, dass die Organisation weiß, in welchem Umfang Sie Informationen erhalten möchten und zu welchem Zeitpunkt. Erkundigen Sie sich jedoch bei der Organisation, ob Ihre Forderung keine allzu große Belastung darstellt. Vielleicht hat die Organisation Ideen, wie sie Ihnen gegenüber sinnvoll Bericht erstatten kann, ohne dass dadurch ein zu großer Arbeits- und Zeitaufwand entsteht.

⁶ „Ohne Auflagen“ bedeutet uneingeschränkte Spenden für eine Organisation ohne Vorgaben hinsichtlich der Verwendung der Mittel.



• Wenn Sie möchten, dass auch andere „Ihre“ Organisation der Zivilgesellschaft unterstützen (selbst wenn Sie keine Zeit haben, persönlich für die Organisation die Werbetrommel zu rühren), lassen Sie die Organisation wissen, ob Sie damit einverstanden sind, dass die Organisation Ihre Entscheidung als Botschaft einsetzt, um andere zu überzeugen, selbst als Spenderin aktiv zu werden – Ihre Entscheidung kann andere motivieren oder inspirieren!

Sagen Sie lieber nicht „Ja“, nur weil es manchmal schwerer fällt, „Nein“ zu sagen.

Nein – Wenn Sie nicht bereit sind, eine bestimmte Organisation der Zivilgesellschaft zu fördern, die betreffende Organisation sich aber sehr um Ihre Unterstützung bemüht hat, teilen Sie Ihre Entscheidung umgehend mit. Vermeiden Sie ausschweifende Erklärungen, stellen Sie jedoch sicher, dass die Organisation weiß, ob Sie ihre Arbeit eventuell zu einem späteren Zeitpunkt ggf. doch unterstützen wollen. Anderenfalls machen Sie unmissverständlich deutlich, dass weitere Werbeversuche sinnlos sind. Schickt man Ihnen allerdings lediglich ein allgemein formuliertes Sammelschreiben, und Sie möchten wiederum vermeiden, dass unnützlich Gelder verschwendet werden, dann lohnt es sich meist, das erhaltene Werbematerial mit einer klar formulierten Absage Ihrerseits zurückzusenden. So kann die betreffende Organisation künftig Kosten sparen. Außerdem freut sich die Umwelt!

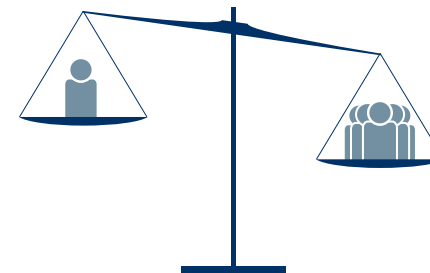
Direktes Engagement oder professionelle Vermittlung?

Spenden müssen nicht zwangsläufig direkt erfolgen. Es gibt gute Gründe, warum Ihr soziales Engagement wirkungsvoller sein kann, wenn Sie mit einer auf die Vermittlung von Spendengeldern spezialisierten gemeinnützigen Organisation zusammenarbeiten. Konkret bedeutet dies: Sie spenden der Mittlerorganisation, um einen Aspekt ihrer Arbeit zu fördern. Diese wiederum spendet die Gelder weiter und kümmert sich um die Organisationen oder Unternehmen vor Ort, die Sie fördern möchten. Sie können die Wirksamkeit und Langfristigkeit Ihres Engagements darüber hinaus noch erhöhen, indem Sie mithilfe einer Vermittlerorganisation Ihre Mittel mit denen anderer Spenderinnen zusammenlegen. Die folgenden beiden Beispiele verdeutlichen dies:

•Die produktivste und kostenwirksamste Art, den ärmsten Gemeinden in Afrika zu helfen, besteht unter Umständen darin, eine der großen internationalen Hilfsorganisationen zu unterstützen. Diese Organisationen, wie beispielsweise Oxfam, verfügen über das erforderliche Know-how, die nötigen Fähigkeiten und die Beziehungen vor Ort. Zudem haben sie die entsprechenden Systeme etabliert, durch die sichergestellt ist, dass Ihre Mittel wirklich für die Ziele verwendet werden, die Ihre Interessen repräsentieren.

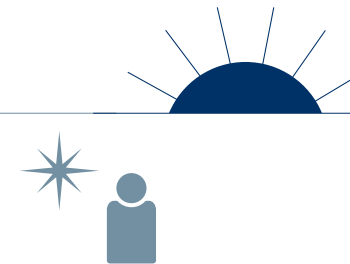
⁷ Bürgerstiftungen sind lokal angesiedelte gemeinnützige Organisationen, die von Einzelpersonen und Familien gespendete Gelder verwalten und lokal tätigen Organisationen Unterstützung gewähren, die einen nachhaltigen Beitrag zum Leben der ortsansässigen Menschen leisten.

Die Zusammenlegung Ihrer Spenden mit denen anderer Spender in einem Spezialfonds, der von einer lokalen Bürgerstiftung⁷ verwaltet wird, stellt vielleicht die beste Möglichkeit dar, mehr Gelder „einzufahren“, als Sie persönlich spenden könnten. So kann zielgerichteter auf dringende oder schon lange liegen gebliebene lokale Bedürfnisse eingegangen werden.



Spenden, und dann? – Leistungen für Spender

Wie sich eine Organisation der Zivilgesellschaft nach einer erhaltenen Spende verhält, sagt viel aus. Sollten Sie nichts weiter von der betreffenden Organisation hören oder wird Ihr Briefkasten stapelweise mit unerwünschten Spendenaufrufen überflutet, dann werden Sie künftig zu Recht sicher nur zögerlich bereit sein, wieder zu helfen.



⁸ Viele verschiedene Faktoren bestimmen, ob eine Spende als „beträchtlich“ angesehen werden kann: z.B. können die Höhe der Spende im Verhältnis zum Projekt- oder Jahresbudget der Organisation oder das Verhältnis zwischen der Zuwendung und der Höhe des Spendenaufrufs für ein konkretes Vorhaben ausschlaggebend sein. Nützlich für alle Zuwendungen ist es jedoch, die erwartete Wirkung einer Spende auf die Organisation, ihre Aktivitäten und ihre Entwicklung ins Verhältnis zu setzen zu den eingebrachten – finanziellen und personellen – Ressourcen.

Eine gute Organisation wird sich nicht nur für Ihre Spende bedanken, sondern Sie auch über die Entwicklung der Organisation oder die Arbeit, die Sie unterstützt haben, informieren. Allerdings in angemessenem Umfang und ohne überflüssiges Material. Aber auch Sie sollten klar kommunizieren, welche Informationen Sie mit welcher Regelmäßigkeit gern erhalten würden und ob Sie anderweitig eingebunden werden möchten.

Einer guten Organisation der Zivilgesellschaft ist daran gelegen, sich Ihre langfristige Unterstützung zu sichern, denn so kann einer gemeinnützigen Organisation am besten geholfen werden. Und kluge Spendensammler werden sich bemühen, Sie in dem für Sie passenden Maße einzubinden. Wenn Sie eine beträchtliche Summe gespendet haben⁸, die Organisation Sie jedoch wie einen „Durchschnittsspender“ behandelt, gibt es keinen Grund, warum Sie die Organisation im Rahmen Ihres künftigen Spendenengagements bevorzugt behandeln sollten. Haben Sie eine positive Beziehung zu einer zivilgesellschaftlichen Organisation aufgebaut und werden Sie umfassend über deren Entwicklung und Ergebnisse informiert – bleiben Sie am Ball! Wohltätige Organisationen begrüßen insbesondere langfristig engagierte, regelmäßige Förderer mit offenen Armen. Spenderinnen können so wiederum erleben, wie eine effiziente Organisation wächst und sich im Laufe der Zeit weiterentwickelt. Und vergessen Sie nicht: Sie sind Teil dieses Erfolgs! (Haben Sie andererseits nur einen geringen Betrag gespendet, so sollten Sie nicht erwarten, dass eine Organisation größere Summen aufwendet, um Ihnen Bericht zu erstatten. Ihre Erwartungen hinsichtlich der Leistungen für Spender sollten im Verhältnis zu Ihrer Spende stehen.)

Spendenerfolg mit Spaßfaktor

Spenden kann viel Spaß machen, wenn Sie erleben, wie Ihre Spende einer gemeinnützigen Organisation hilft, anderen Menschen zu helfen und wertvolle Ergebnisse zu erreichen, wie Ihr Engagement Wirkung zeigt und etwas bewegt.

Darüber hinaus können Sie auf Ihrem Weg als Spenderin viel Neues lernen und herausfinden, welche Art von Spenden für Sie (und für die Organisationen, die Sie fördern wollen) am besten funktioniert.

Die in diesem Leitfaden enthaltenen Tipps und Ideen sollen Ihnen helfen, fundierte Entscheidungen zu treffen, mit denen Sie sich wohlfühlen, damit sich für die Menschen und Gemeinschaften, die Sie fördern möchten, wirklich etwas verändert. Und das mit überschaubarem Zeitaufwand für Sie als Spender!

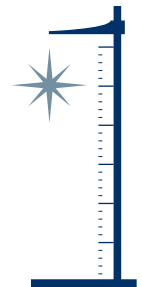
„Natürlich hängen die erreichten Ergebnisse von den Zielen der jeweiligen Spenderin und dem geförderten Projekt ab. Die Wirkung, die Sie erzielen, kann unterschiedlichster Ausprägung sein:

· Etwas bewegen – Das ist Ihre soziale Rendite für Investitionen in eine benachteiligte Gemeinschaft: Es sind die stehenden Ovationen am Ende der Aufführung eines Musikers, den Sie gefördert haben. Es ist die Anstiftung anderer zum Stiften oder Spenden.

· Etwas bewegen – Das ist ein umgestalteter Park, ein geheilter Patient, ein erreichter Bildungsabschluss, ein gesättigter Bauch.

· Etwas bewegen – Das bedeutet, einer Frau zu helfen, das Selbstvertrauen zu gewinnen, ein eigenes Unternehmen aufzubauen. Es ist das Lächeln auf dem Gesicht eines jungen Krebspatienten, wenn Sie auf einen Besuch vorbeikommen.

· Etwas bewegen – Das ist die persönliche Erfüllung zu wissen, dass Sie etwas verändert haben.“⁹



Spezifisch Hat die Organisation einen klar definierten Zweck?

Messbar Nennt die Organisation Ziele und prüft deren Erfüllung?

Attraktiv Entspricht der Zweck der Organisation Ihren eigenen Interessen oder denen Ihrer Familie?

Respektvoll Hat die Organisation schnell und freundlich auf Ihre Anfrage reagiert?

Transparent Sind die Finanzsituation und die Struktur der Organisation transparent?



ACTIVE | PHILANTHROPY

David Carrington, London

David Carrington ist ein unabhängiger Berater mit jahrzehntelanger Erfahrung im gemeinnützigen Sektor. Er berät Nonprofit Organisationen, Unternehmen und die britische Regierung in Bezug auf die Finanzierung und Steuerung gemeinnütziger Einrichtungen und die Förderung des Stiftungssektors. David Carrington greift auf 25-jährige Erfahrung als Vorstandsmitglied in gemeinnützigen Einrichtungen zurück, darunter neun Jahre als Vorstandsvorsitzender der Baring Foundation (1992 – 1998) und der PPP Foundation (1998 – 2001). Er ist Mentor von Vorstandsmitgliedern verschiedener englischer Wohltätigkeitsorganisationen und Stiftungen und hat selbst Vorstands- und Kuratorenerfahrung bei der Arbeit mit über einem Dutzend Organisationen gesammelt, darunter der Media Trust, die National Foundation for Youth Music, eine Universität und der New Opportunities Fund. David Carrington ist Vorstand des Herausgebergremiums des Philanthropy UK e-Newsletters und Mitglied der Arbeitsgruppe für Soziales Investment bei der European Venture Philanthropy Association.

