

CharityWatch.de
Für eine bessere Spendenkultur
Methoden, Erfahrungen und Zukunftsperspektiven

DZI Spenden-SiegelFORUM 2010

27. April 2010

Stefan Loipfinger

Zur Person Stefan Loipfinger



Stefan Loipfinger, geboren 1968 in Wasserburg am Inn und Vater von fünf Kindern, arbeitet heute als freier Wirtschaftsjournalist in Rosenheim. In den letzten 15 Jahren waren sein Spezialgebiet die offenen und geschlossenen Immobilienfonds sowie andere Beteiligungsmodelle.

Über 100 Mal ist er beim Nachrichtensender n-tv und den Wirtschaftsmagazinen der öffentlich rechtlichen wie auch privaten Fernsehsender aufgetreten. Die jährlich erscheinende „Gesamtmarktstudie der Beteiligungsmodelle“ konnte er Anfang 2008 an die Ratingagentur Feri aus Bad Homburg verkaufen. Der im Juni 2004 gestartete Online-Branchendienst www.fondstelegramm.de, wird heute vom Berliner Welther-Verlag herausgegeben. Ende 2008 erschien das Enthüllungsbuch „Lizenz zum Bauernfang“, das einen Schlussstrich unter das damalige Tätigkeitsgebiet setzte, für das er 1999 den Helmut Schimdt Journalistenpreis für verbraucherfreundliche Berichterstattung und 2006 den Deutschen Preis für Immobilienjournalismus bekam. Seit Ende 2008 konzentriert sich Stefan Loipfinger auf Non-Profit-Organisationen. Berichte und Analysen werden unter www.CharityWatch.de veröffentlicht.

Mitstreiter

Dr. Susanna Berndt

Die promovierte Geisteswissenschaftlerin hat schon für verschiedene Verlage gearbeitet. Zuletzt war sie Textchefin bei einem Finanzmagazin von Bertelsmann. Bei CharityWatch.de arbeitet sie als freie Journalistin.

Karin Loipfinger

Die Schwester von Stefan Loipfinger kümmert sich um alle Sekretariatsaufgaben und führt verschiedene Vorrecherchen durch. Außerdem ist sie verantwortlich für die Adresspflege bei CharityWatch.de.

Harald Müller Delius

Dipl.-Ing (FH) Elektro-/Datentechnik. Seit 1995 arbeitet er als selbständiger Softwareingenieur in Rosenheim. Zu seinen Kunden zählen große Versicherungen und Finanzdienstleister ebenso wie Verlage. Bei CharityWatch.de ist er verantwortlich für das Content-Managementsystem sowie den gesamten Internetauftritt.

Philosophie von CharityWatch.de

Deutschland ist in doppelter Hinsicht ein Entwicklungsland im Charitybereich. Zum Einen ist die Spendenbereitschaft in der Bevölkerung im Vergleich zu anderen Industriestaaten nur unterdurchschnittlich. Zum Anderen ist es leider auch für die Charityorganisationen nicht selbstverständlich, absolut transparent über die Verwendung der Mittel zu berichten. CharityWatch.de hat es sich deshalb zum Ziel gesetzt, einen Beitrag zur Verbesserung der Spendenkultur in Deutschland zu leisten. Gute Arbeit soll belohnt und fragwürdiges Verhalten öffentlich werden. Kritik an einzelnen Organisationen ist nie als Schmähung der gemeinnützigen oder mildtätigen Absichten zu verstehen! Vielmehr ist es immer ein Ansporn für Vorstand und Geschäftsführung, die Wirkung der Spendengelder zu erhöhen. Im Zweifel, in dem ein Spender seine Mittel an eine effektivere Organisation überweist.

Finanzierung von CharityWatch.de

Stefan Loipfinger, Initiator und Gründer von CharityWatch.de, trägt privat die Kosten des Projekts. Das ist möglich durch den Verkauf der Gesamtmarktstudie der Beteiligungsmodelle inklusive dem führenden Branchentreff an die Bad Homburger Ratingagentur Feri und die Übergabe des Branchendienstes fondstelegramm.de an den Berliner Welther-Verlag.

Auf Basis der heutigen Kostenstruktur ist damit eine Finanzierung über die nächsten drei Jahre gesichert.

Inhalte von CharityWatch.de

- Allgemeine journalistische Beiträge zum Spendenmarkt
- Empfehlungen, Kritiken und Warnungen zu Organisationen
 - demnächst mit großer Warnliste!
- Öffentliches Frageportal
(Leser stellen Fragen. Diese werden zusammen mit den Antworten oder Nichtantworten veröffentlicht.)

Leitlinien von CharityWatch.de

- CharityWatch.de arbeitet ohne Auftrag durch eine Spendenorganisation
- Sicht eines Spenders/Mitglieds
 - Zum Beispiel bei Mittelverwendung: Nicht das „Kleingedruckte“ in der Satzung ist entscheidend. Ausschlaggebend ist das, was einem Spender/Mitglied versprochen wird.
- Rechtlicher Rahmen
 - Pressekodex
 - Presserecht

Transparenz ist Voraussetzung für Seriosität

- Transparenzpflicht für private Kapitalgesellschaften
 - DZI-Siegelträger verpflichten sich zur wahren, eindeutigen und sachlichen Spendenwerbung, die über die Verwendung der Spendengelder informiert
 - Mitglieder beim Deutschen Spendenrat müssen Finanzaufstellungen nach einem bestimmten Schema veröffentlichen
 - VENRO Verband Entwicklungspolitik Deutscher Nichtregierungs-Organisationen schreibt den Mitgliedern über einen Verhaltenskodex die Veröffentlichung von Finanzaufstellungen vor
- => Wer nicht transparent aufzeigt, was er mit dem Geld der Spender tut, verdient deren Geld nicht!

Erfahrungen mit der Branche

- Viele Organisationen reden nicht mit Kritikern
- Selbst konstruktive Kritik wird meist persönlich genommen und es wird sehr emotional reagiert
- Probleme werden geleugnet/todgeschwiegen
- Feige, weil anonym ausgesprochene Drohungen
 - CharityWatch.de-Mitarbeiter werden jede Drohung/Verleumdung zur Anzeige bringen!
- Bei vielen Organisationen sitzt das Geld sehr locker!
 - Fast wöchentlich bekommen wir Schreiben von teuren Rechtsanwälten

Auszug aus dem Anwaltsschreiben einer Promikanzlei

- Wir planen eine tendenzielle Berichterstattung
- Berichterstattung ist in nicht unerheblichen Teilen unwahr (wussten die schon vor Veröffentlichung eines Berichts)
- Es gibt keine irgendwie festgestellten Beanstandungen oder sonstige Verfehlungen
- Es mangelt an einem irgendwie gearteten Berichterstattungsanlass
- Verletzung der Persönlichkeitsrechte oder Rufschädigung wird mit Unterlassung, Widerruf, Richtigstellung aber auch Schmerzensgeld und materiellem Schadensersatz geahndet
- Übliche Nachrede oder Verleumdung führt zu einer Strafanzeige
- Eigenständige rechtliche Schritte, wenn Teile des Schreibens veröffentlicht werden

Notwendigkeit von mehr Kontrolle

- Es ist nicht einmal bekannt, wie groß der Spendenmarkt in Deutschland ist
 - Abschaffung der Sammlungsgesetze in vielen Bundesländern (ADD „allein auf weiter Flur“)
 - Freiwillige Kontrollen vom DZI und Spendenrat sind nicht ausreichend
 - Finanzamt kontrolliert nicht im Sinne der Spender
- => Niemand (!!!) kümmert sich in Deutschland um die öffentliche Kontrolle von theoretisch allen Vereinen

Provokante Thesen zur Diskussion:

Rechtlicher Rahmen in Deutschland lädt geradezu zum Missbrauch ein

Deutschland ist im Spendenbereich noch ein Entwicklungsland

Der Spendenmarkt zieht Betrüger an wie das Licht die Motten

Spendenmarkt: Missbrauchspotenzial

- Vereine und Stiftungen müssen keine Jahresabschlüsse offen legen
- Querzahlungen zwischen Vereinen ermöglichen optische Verbesserung der Kosten
- Abgrenzung zwischen satzungsgemäßer Öffentlichkeitsarbeit und Fundraisingaufwendungen
- Fehlende Gemeinnützigkeit wird oft verschwiegen
- Auslagerung von Aufgaben an kommerzielle Unternehmen - teilweise mit Verflechtungen
- Internationale Verflechtungen schaffen mehrere Kostenebenen und erschweren die Transparenz
- Bargeldtransfers ins Ausland

Provokante Thesen zur Diskussion:

Öffentlich stärker wahrgenommene Skandalfälle wie Hatun & Can sind **keine** Einzelfälle!

(Die Warnliste von CharityWatch.de wächst schneller als die Liste der empfehlenswerten DZI Spenden-Siegel-Träger)

Vielen Marktteilnehmern fehlt Zivilcourage

Seriöser Teil der Branche hat offenbar kein Interesse etwas gegen die schwarzen Schafe zu unternehmen

(bei Vereinen/Stiftungen, Fundraisern und sonst. Dienstleistern)

Provokante Thesen zur Diskussion:

Durch Fundraising bleibt weniger Geld für gemeinnützige/mildtätige Zwecke

Bei Vereinen findet täglich legaler Datenmissbrauch statt

Das Finanzamt bekommt Steuern, wenn Geld zu Lasten der gemeinnützigen/mildtätigen Zwecke an kommerzielle Unternehmen oder Privatpersonen fließt

Provokante Thesen zur Diskussion:

DZI-Spenden-Siegel täuscht die Spender über die Qualitätsunterschiede innerhalb der Siegelträgerorganisationen

- DZI-Siegelträger müssen (bisher) keine Finanzaahlen öffentlich machen
- vergleichbare Kostenquote nach DZI-Schema wird nicht bekannt gegeben
- DZI-Prüfergebnisse – inklusive eventueller Einschränkungen – bleiben geheim

Provokante Thesen zur Diskussion:

Vielen, auch seriösen Organisationen geht es nicht um die effektive Hilfe (z.B. Haiti), sondern um möglichst viel Spendengeld

- Zum Beispiel: Statt einem großen Bündnis gibt es mehrere konkurrierende Bündnisse

Profitgier kommt vor Sozialverantwortung

- Charity bei Tchibo
 - Charity-Kollektion mit Kunstwerken von internationalen
 - Einzige Aussage: Mind. 120.000 Euro werden gespendet
 - Geld geht an eine englische Stiftung, die das Geld wiederum an andere Vereine weiter leitet – wie verteilt und warum nicht direkt an die Zielorganisationen bezahlt wird, sagt Tchibo nicht
 - => Weigerung den Spendenanteil pro Euro Verkaufsumsatz zu nennen!
- Krombacher Regenwald-Projekt „Ein Kasten = ein Quadratmeter“ (WWF)
- Volvic Wasseraktion „Ein Liter trinken = 10 Liter spenden“ (Unicef)

Verbrauchertäuschung über die Spendenhöhe

Gefahr: Indirekte Minispende ersetzt direkte Spende

**Wir wissen nicht,
ob etwas besser wird,
wenn wir es verändern.**

**Wir wissen aber sehr wohl,
dass wir etwas verändern müssen,
wenn wir etwas verbessern wollen.**

**VIELEN DANK
FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT!**