

DZI Spenden-Siegel *FORUM* 2010

Bericht und Diskussion zur Neufassung
der DZI Spenden-Siegel Leitlinien

Standard 3:
Werbung und Öffentlichkeitsarbeit



Tanja Ibrahim
Leiterin DZI Spenden-Siegel, DZI



Dienstag, 27. April 2010 – Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften

Standard 3: Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

3. a. Klarheit, Ziffer (2)

- Missverständliche Darstellungen werden unterlassen
- Verwechslungsgefahr wird vermieden

Kommentare:

- Formulierungen „missverständliche Darstellungen“ und „Verwechslungsgefahr“ nicht hinreichend konkret
- Willkürliche Beurteilung durch das DZI möglich

Auffassung DZI:

- missverständliche Darstellungen können nicht vorhergesagt werden; eine Konkretisierung ist daher nicht möglich
- Keine Änderung der Ziffer (2)



Bericht und Diskussion zur Neufassung der DZI Spenden-Siegel-Leitlinien

Tanja Ibrahim, Leiterin DZI Spenden-Siegel, DZI

Standard 3: Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

3. c. Sachlichkeit, Ziffer (2):

- unabhängige, sachbezogene Meinungsbildung wird nicht behindert
- unangemessen emotionalisierende oder bedrängende Darstellungen werden unterlassen

Kommentare:

- Spendenentscheidungen werden nicht allein kognitiv gefällt
- Werbung muss auch Emotionen ansprechen

Änderung DZI:

- Satz 2 wurde zur Verdeutlichung um Beispiele ergänzt

Standard 3: Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

3. g. Werbegespräche, Ziffer (1)

→ Leitfäden für Werbegespräche

Kommentare:

- Begriff „Werbegespräche“ nicht ausreichend präzise
- Leitfaden erhöht Verwaltungskosten und sollte sich ausschließlich auf gewerbliche Dialogwerbung beschränken
- Anforderungen sollten sich an der Größe der Organisation orientieren

Anmerkungen bzw. Änderungen DZI:

- gemeint sind „systematische Werbegespräche“
- Erfordernis besteht insbesondere bei Haustür-, Straßen-, Telefon- und Großspendenwerbung; Orientierung an der Größe daher nicht sinnvoll



Bericht und Diskussion zur Neufassung der DZI Spenden-Siegel-Leitlinien

Tanja Ibrahim, Leiterin DZI Spenden-Siegel, DZI

Standard 3: Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

3. h. Kooperation mit Unternehmen, Ziffern (1) und (2)

- Kooperation wird nach außen klar dargestellt
- Angemessenes Verhältnis von Leistung und Nutzen

Kommentare:

- Unklar, was mit Kooperation gemeint ist
- Beurteilung der Angemessenheit ist nicht praxistauglich und sollte dem Spender überlassen sein

Änderungen DZI:

- Es geht um Cause-Related Marketing, nicht um Sponsoring; entsprechende Ergänzung von Ziffer (1)
- Streichung von Ziffer (2)



Bericht und Diskussion zur Neufassung der DZI Spenden-Siegel-Leitlinien

Tanja Ibrahim, Leiterin DZI Spenden-Siegel, DZI

Standard 3: Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

3. i. Beauftragung von Dienstleistern, Ziffer (1)

→ Zusammenarbeit ist schriftlich zu regeln

Kommentare:

- Unklarheit über den Begriff „Dienstleister“
- Verträge kommen auch mündlich zustande; Zusammenarbeit kann auch völlig ohne vertragliche Bindung funktionieren

Anmerkungen bzw. Änderungen DZI:

- Beschränkung auf **gewerbliche** Dienstleister
- Regelung greift nur bei inhaltlicher Gestaltung
- schriftliche Regelung reicht aus, aber ausschließlich mündliche Vereinbarung nicht



Bericht und Diskussion zur Neufassung der DZI Spenden-Siegel-Leitlinien

Tanja Ibrahim, Leiterin DZI Spenden-Siegel, DZI

Standard 3: Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

3. i. Beauftragung von gewerblichen Dienstleistern, Ziffer (2)

→ Auftragsverhältnis ist für Außenstehende klar erkennbar

Kommentare:

- Regelung zu weitgehend (presserechtliche Impressumspflicht)
- Mehrwert für den Spender nicht erkennbar
- Veröffentlichung nur dann, wenn der Dienstleister eigenständig als Akteur in Erscheinung tritt

Anmerkung bzw. Änderung DZI:

- Bezugnahme auf Ziffer (1) zur Klarstellung
- Darüber hinausgehend keine Einschränkung der Veröffentlichungspflicht



Bericht und Diskussion zur Neufassung der DZI Spenden-Siegel-Leitlinien

Tanja Ibrahim, Leiterin DZI Spenden-Siegel, DZI

Standard 3: Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

3. i. Beauftragung von gewerblichen Dienstleistern, Ziffern (4) und (5)

→ Spenderdaten sind Eigentum der Organisation

→ Verantwortlich für die Qualität der Werbung bleibt die Organisation

Kommentare:

- Autonomie der Dienstleister ist zu beachten
- Erweiterung auf gemeinnützige Partner
- Unklarheit über die Formulierung „Sie trägt dafür Sorge“

Anmerkungen bzw. Änderungen DZI:

- Schutz der Spender steht im Vordergrund; Ziffer (4) bleibt unverändert
- Gemeinnützige Dienstleister bleiben von der Regelung ausgeschlossen
- Ziffer (5) wurde zum besseren Verständnis sprachlich angepasst



Bericht und Diskussion zur Neufassung der DZI Spenden-Siegel-Leitlinien

Tanja Ibrahim, Leiterin DZI Spenden-Siegel, DZI

Standard 3: Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

3. j. Gewerbliche Altmaterialsammlungen

Änderung DZI:

- Die Anforderungen an gewerbliche Altmaterialsammlungen sind aufgrund der Beschränkung von Buchstabe i. auf gewerbliche Dienstleister im Wesentlichen durch Buchstabe i. abgedeckt
- Buchstabe j. ist damit verzichtbar

Standard 3: Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

3. j. (vormals k.) Bargeldsammlungen

- Angemessener Schutz vor unberechtigter Geldentnahme
- Beachtung des Vier-Augen-Prinzips

Kommentare:

- Bei Kollekten oder Sammlungen von lokalen Gruppen ist eine Sicherung im vorgegebenen Sinn nicht möglich

Anmerkungen DZI:

- Es muss Mechanismen (z.B. Leitfäden) geben, um einen Missbrauch bestmöglich auszuschließen.

Standard 3: Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

3. k. (vormals I.) Telemarketing

→ Kontaktaufnahme erfolgt nur mit vorherigem Einverständnis

Kommentare:

- Dankanrufe bei Spendern stellen ein tragendes Element im Aufbau und in der Gestaltung von Spenderbeziehungen dar
- Erfolgreiche Methode bei bestehenden Spendern
- Vorschlag, das Verbot auf Neuspender zu beschränken

Anmerkungen DZI:

- Schutz der Spender steht im Vordergrund
- Erfolg kann hier nicht das ausschlaggebende Kriterium sein
- DZI hält an der Regelung fest



Bericht und Diskussion zur Neufassung der DZI Spenden-Siegel-Leitlinien

Tanja Ibrahim, Leiterin DZI Spenden-Siegel, DZI

Standard 3: Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

3. n. (vormals o.) Sorgsame Datenverwendung, Ziffern (1) und (3)

→ Keine Weitergabe von Spenderdaten an Dritte

→ Beachtung der Spenderwünsche bei der Speicherung und Verwendung personenbezogener Daten

Kommentare:

- Adresstausch sei in vielen Ländern bereits üblich

Anmerkungen DZI:

- Regelung dient dem Interesse der Spender



Bericht und Diskussion zur Neufassung der DZI Spenden-Siegel-Leitlinien

Tanja Ibrahim, Leiterin DZI Spenden-Siegel, DZI