

Werbe- und Verwaltungsausgaben Spenden sammelnder Organisationen

Entwurf Januar 2018

Inhalt

1. Einleitung und Problemstellung	3
1.1 Vorbemerkungen	3
1.2 Werbe- und Verwaltungsausgaben – notwendig und sinnvoll	3
1.3 Vergleichbarkeit von Prozentsätzen	3
2. Wirtschaftlichkeitsindikatoren	4
2.1 Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben	4
2.2 Werbeausgaben im Verhältnis zu den Sammlungseinnahmen	5
3. Definitionen	6
3.1 Programmausgaben	6
3.2 Ausgaben für Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit (Werbeausgaben)	7
3.3 Verwaltungsausgaben	7
4. Hinweise für die Ausgabenabgrenzung	8
4.1 Allgemeines	8
4.2 Personalausgaben	8
4.3 Sachausgaben	9
4.4 Abgrenzung der Werbeausgaben von den Ausgaben für Bildungs- und Kampagnenarbeit	9
5. Einzelregelungen	10
5.1 Erbschaften, Vermächtnisse oder Schenkungen mit Auflagen	10
5.2 Rücklagen	10
5.3 Externalisierung / Internalisierung von Ausgaben und Einnahmen	11
5.4 Übertragung von Vermögen auf einen anderen Rechtskörper	12
5.5 Das Werbeargument „100% der Spenden kommen an“	12
6. Ausgabenmatrix	13
7. Öffentliche Darlegung der Finanzen	13

1 Einleitung

1.1 Vorbemerkungen

Von Spenden sammelnden Organisationen erwartet die Öffentlichkeit, dass sie über Effizienz und Wirkung ihres Mitteleinsatzes informieren. Die Höhe der Werbe- und Verwaltungsausgaben ist dabei für Spenderinnen und Spender, Sponsoren, Zuwendungsgeber, Medien und andere Interessierte eine wichtige Orientierungsgröße. Die vorliegende Publikation gibt Handlungsempfehlungen für die Abgrenzung der Werbe- und Verwaltungsausgaben und die öffentliche Darstellung der Finanzen von Spendenorganisationen. Für Organisationen, die das DZI Spenden-Siegel führen, sind die Empfehlungen verbindlich. Sie sind zugleich eine Grundlage für die Beurteilung von Spendenorganisationen, die das DZI außerhalb des Spenden-Siegels vornimmt.

Das vorliegende Regelwerk löst das bisherige DZI-Konzept zu den Werbe- und Verwaltungsausgaben Spenden sammelnder Organisationen aus dem Jahr 2006 ab. Wie schon damals, hat das DZI auch diese Überarbeitung und Weiterentwicklung des Konzepts partizipativ gestaltet: Vertreter zahlreicher Spendenorganisationen, von Bundesministerien sowie Fachleute aus dem Bereich Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung haben mit dem DZI in mehreren Workshops die entsprechenden Sachfragen diskutiert.

In diesem Konzept werden meist die Begriffe Einnahmen und Ausgaben verwendet. Sofern die Rechnungslegung in Form einer kaufmännischen Rechnungslegung erfolgt, sind diese Begriffe im Sinne von Erträgen und Aufwendungen zu verstehen.

1.2 Werbe- und Verwaltungsausgaben – notwendig und sinnvoll

Zur Versachlichung der Diskussion über die oft als negativ empfundenen Werbe- und Verwaltungsausgaben und die ihnen eingeräumte Bedeutung sei auf folgende Aspekte hingewiesen:

» Werbe- und Verwaltungsausgaben sind im Grundsatz notwendige und sinnvolle Ausgaben. Sie bewirken Spenden. Sie organisieren die Mittelverwendung. Sie ermöglichen Rechenschaft.

» Nicht nur eine ausufernde, sondern auch eine zu eng konzipierte Verwaltung ist problematisch. Entscheidend ist die sachliche Angemessenheit der Verwaltung.

» Spenden sammelnde Organisationen sollten nicht die Illusion nähren, sie kämen ohne Werbung und Verwaltung aus. Unabhängig von der Finanzierung gilt: Jede Spendenorganisation wirbt um Spenden. Jede Organisation muss Mittel verwalten.

» Die Höhe der Werbe- und Verwaltungsausgaben ist ein Beurteilungskriterium unter anderen. Darüber hinaus sind insbesondere von Bedeutung: eine leistungsfähige, wirksame Leitung und Aufsicht, die klare, wahre, sachliche und offenen Werbung- und Öffentlichkeitsarbeit, die wirksame Mittelverwendung, angemessene Vergütungen, eine aussagekräftige und geprüfte Rechnungslegung sowie die transparente Offenlegung der Arbeit, Strukturen und Finanzierung.

1.3 Vergleichbarkeit von Prozentsätzen

Spendenorganisationen arbeiten unter verschiedenen Rahmenbedingungen, haben unterschiedliche Strukturen und verfolgen ganz individuelle Zwecke. Dies kann einen erheblichen Einfluss auf den Anteil der Werbe- und Verwaltungskosten an den Gesamtausgaben haben.

Der Vergleich von Prozentsätzen ist insbesondere aus folgenden Gründen nur eingeschränkt aussagekräftig:

- » Spendenorganisation erhalten Werbe- und Verwaltungsleistungen häufig unentgeltlich (zum Beispiel ehrenamtliche Erledigung der Verwaltung, kostenlose Bereitstellung von Räumen, extern finanzierte Werbemaßnahmen). Dies hat Einfluss auf die Aussagekraft des Werbe- und Verwaltungskostenanteils als Effizienzmaßstab, denn solche Leistungen fließen in der Regel nicht in die Rechnungslegung einer Organisation ein.
- » Spendenorganisationen finanzieren ihre Arbeit neben Spenden in ganz unterschiedlichem Maße auch durch andere Einnahmen. So verursacht etwa die Beschaffung öffentlicher Zuwendungen in der Regel weitaus geringere Kosten als die Spendenwerbung. Solche Mittel senken den Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben umso stärker, je größer ihr Anteil an der Gesamtfinanzierung ist.
- » Spendenorganisationen werben unter unterschiedlichen Bedingungen und für verschiedene Zwecke. So lassen sich Spenden beispielsweise bei Katastrophenfällen, die stark von den Medien aufgegriffen werden, leichter erzielen als bei weniger beachteten strukturellen Notsituationen (z.B. Aids-Problematik).

Trotz der verschiedenen Ausrichtungen, Strukturen und Rahmenbedingungen ist das DZI gleichwohl der Auffassung, dass das vorliegende Konzept eine gute Grundlage ist, um die Wirtschaftlichkeit von Spendenorganisationen einzuschätzen und diejenigen Organisationen zu erkennen, deren Werbe- und Verwaltungsausgaben unvertretbar hoch sind. Das genaue Berechnungsergebnis veröffentlicht das DZI wegen der eingeschränkten Vergleichbarkeit der Prozentsätze nicht.

Unabhängig vom ermittelten Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben behält sich das DZI in Ausnahmefällen eine gesonderte Einschätzung der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit in einzelnen Ausgabebereichen einer Organisation vor.

2 Wirtschaftlichkeitsindikatoren

2.1 Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben

Das DZI ermittelt den Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den jährlichen Gesamtausgaben als einen Indikator für die wirtschaftliche und sparsame Mittelverwendung einer Spenden sammelnden Organisation.

Das DZI hält einen Anteil von maximal 30 % für vertretbar. Einen darüber liegenden Prozentsatz wertet es als „nicht vertretbar“. Unterhalb der Höchstgrenze verwendet das DZI in von ihm veröffentlichten Auskünften folgende Einstufungen: unter 10%: „niedrig“, 10% bis unter 20%: „angemessen“, 20% bis 30%: „vertretbar“.

Die Ausgaben für Vermögensverwaltung und einen steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb fließen nicht in die Berechnung des Anteils der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben ein. Die maßgeblichen Gesamtausgaben fallen in solchen Fällen also entsprechend geringer aus.

Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben*



2.2 Werbeausgaben im Verhältnis zu den Sammlungseinnahmen

Als einen zweiten Indikator für die wirtschaftliche und sparsame Mittelverwendung ermittelt das DZI die sogenannte Werbekostenquote, also den Anteil der Ausgaben für Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit (kurz: Werbeausgaben) an den jährlichen Sammlungseinnahmen.

Die Sammlungseinnahmen definiert das DZI als die Summe der Geldspenden, Sachspenden, Nachlässe, Zustiftungen, Mitgliedsbeiträge und Bußgelder. Andere Einnahmen, etwa Zuwendungen der öffentlichen Hand oder Zuwendungen von anderen Organisationen, gehören nicht zu den Sammlungseinnahmen. Deshalb werden die Ausgaben im Zusammenhang mit der Beschaffung solcher Zuwendungen bei der Berechnung des Indikators von den Werbeausgaben abgezogen, sofern die Organisation diese nachvollziehbar darlegt.

Die Werbekostenquote soll sicherstellen, dass nicht ein unvertretbar hoher Anteil der Sammlungseinnahmen für deren Beschaffung verwendet wird. Das DZI hält einen Anteil von höchstens 30% für vertretbar. Im Unterschied zur Werbe- und Verwaltungskostenquote ist hierbei nicht das Verhältnis im jeweiligen Geschäftsjahr maßgebend, sondern der Durchschnitt der prozentualen Anteile der vergangenen drei abgeschlossenen Geschäftsjahre.

Werbeausgaben im Verhältnis zu den Sammlungseinnahmen (Werbekostenquote)



3 Definitionen

3.1 Programmausgaben

Programmausgaben betreffen Tätigkeiten, die von der Partnerorganisation, der Zielgruppe oder dem Zielgebiet direkt erfahren oder in Anspruch genommen werden.

Die an die Partnerorganisation oder Zielgruppe weitergeleiteten Mittel werden dabei in vollem Umfang der Programmförderung zugerechnet, es sei denn, sie sind nicht in erster Linie zur Umsetzung der satzungsgemäßen Ziele bestimmt (z.B. Zuwendungen für Werbemaßnahmen, allgemeine Verwaltungskostenumlagen bei Mutterorganisationen).

Programmausgaben beinhalten zudem Tätigkeiten, die die Förderung der Partnerorganisation, der Zielgruppe oder des Zielgebiets begleiten.

Dazu gehören Aufwendungen für die Auswahl, Vorbereitung und Planung von Fördermaßnahmen sowie für deren fachliche Kontrolle und Wirkungsbeobachtung. Die entsprechenden Aufwendungen sorgen für einen reibungslosen Ablauf, liefern Erkenntnisse, die der Durchführung von Projektmaßnahmen nutzen, klären die Bedarfe der Zielgruppe und decken veränderte Rahmenbedingungen auf. Sie dienen der kontinuierlichen Überwachung der Ergebnisse, der Einhaltung gesetzter Ziele, ermöglichen Steuerungsentscheidungen sowie die Einleitung notwendiger Korrekturen.

Bildungsangebote und Kampagnenarbeit können den Programmausgaben zugeordnet werden, wenn entsprechende Aktivitäten zum satzungsgemäßen Auftrag einer Organisation gehören.

Die Maßnahmen stellen insbesondere die fachliche Information, Sensibilisierung oder Prävention in den Mittelpunkt. Die vermittelten Inhalte gehen deutlich über allgemeine Informationen zum Projektengagement oder zur Lebenssituation der betroffenen Zielgruppe hinaus. Werbekampagnen gehören nicht zu den Programmausgaben.

Beispiele für Programmausgaben:

- » Bau und Unterhalt von Einrichtungen
- » Beratungsangebote
- » Medizinische Versorgung
- » Aufwand der Länder- und Projektbüros
- » Auswahl, Vorbereitung und Planung von Projekten
- » Projektcontrolling
- » Prüfung von Unterstützungsanträgen
- » Reisekosten für die Auswahl, Betreuung und Kontrolle von Projekten
- » Wirkungsbeobachtung
- » Advocacy- und Lobbyarbeit
- » Fachpublikationen
- » Schul-, Lehr- und Bildungsmaterialien
- » Währungsdifferenzen (sofern projektbezogen)

Nicht dazu gehören z.B.:

- » Bankgebühren der Geschäftsstelle
- » Berichterstattung über die Arbeit der Organisation, deren Projekte und Dienstleistungen
- » Buchhaltungskosten der Organisation
- » Zweckgebundene Spendenaufrufe
- » Beantragung öffentlicher Mittel und von Mitteln anderer Organisationen
- » Mittelverwendungsnachweise (Projektbeschreibungen, Projektabrechnungen)
- » Rechnungswesen und Wirtschaftsprüfung der Organisation
- » Fundraising-/Imagekampagnen
- » Patenkommunikation
- » Jahresbericht
- » Projektbeschreibungen
- » Website

3.2 Ausgaben für Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit (Werbeausgaben)

Ausgaben für Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit (Werbeausgaben) umfassen Aufwendungen für Fundraising, Marketing und Kommunikation sowie Selbstdarstellung und Rechenschaftslegung einer Organisation.

Die entsprechenden Aufwendungen dienen der Generierung von Einnahmen, helfen, die Organisation bekannter und Interessierte auf ihr Thema aufmerksam zu machen, ihr Image zu fördern, ihre Marke zu stärken und Transparenz zu praktizieren. Im Rahmen der Werbung und allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit informiert die Organisation über die Notlagen, die sie verbessern will, erläutert die Notwendigkeit der verfolgten Zwecke und stellt die Lebenslagen, die sozialen, gesellschaftlichen, politischen oder umweltbezogenen Bedingungen ihrer Arbeit nachvollziehbar dar.

Beispiele für Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit:

- » Mailings
- » Anzeigen
- » Erbschafts-, Großspender-, Bußgeldmarketing
- » Straßen- und Haustürwerbung
- » Benefizveranstaltungen, Galas
- » Jahresbericht
- » Website
- » Telefonmarketing
- » Werbespots
- » Päckchenaktionen in Schulen und Kindergärten
- » Präsenz auf Spendenplattformen
- » Projektbeschreibungen
- » Beantragung öffentlicher Mittel und von Mitteln anderer Organisationen
- » Imagekampagnen
- » Journalisten- und Prominentenreisen
- » Markenbildung
- » Marktforschung
- » Porto
- » Spenderdatenbank
- » Spenderbindung und -pflege (z.B. Patenschaftskommunikation)

3.3 Verwaltungsausgaben

Die Verwaltungsausgaben umfassen Aufwendungen, die nicht für die Programm- und Werbung angefallen sind, und die der Erfüllung der satzungsgemäßen Zwecke nur indirekt dienen. Ausgaben für Verwaltung gewährleisten in erster Linie die Grundfunktionen der Organisation und des betrieblichen Ablaufs.

Beispiele für Verwaltungsausgaben:

- » Rechnungswesen und Finanzbuchhaltung
- » Spendenbuchhaltung
- » Personalverwaltung (einschließlich Verwaltung von Projektpersonal)
- » Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung
- » interne Revision der Organisation
- » Mittelverwendungsnachweise (Projektbeschreibungen, Projektabrechnungen)
- » Aufwendungen für Gremien (z.B. Reisekosten, Aufwandsentschädigungen)
- » Bankgebühren einschließlich Auslandsüberweisungen
- » Versicherungen (Gebäude, Haftpflicht, Diebstahl etc.)
- » Mitgliedsbeiträge an Organisationen
- » Fachliteratur, Zeitschriften-Abos
- » Ausstellen von Zuwendungsbestätigungen
- » Teambildung von Mitarbeitern
- » Organisationsberatung
- » Spenden-Siegel-Gebühren
- » Geschenke

4 Hinweise für die Ausgabenabgrenzung

4.1 Allgemeines

Die Personal- und Sachausgaben einer Organisation werden grundsätzlich direkt und vollumfänglich entsprechend den Definitionen und Beispielen im Kapitel 3 den drei Kategorien Programme, Werbung und Verwaltung zugeordnet.

Sofern eine vollumfängliche Zuordnung zu einer Kategorie nicht möglich ist, können bestimmte Kosten geschlüsselt werden. Maßgeblich hierfür ist, inwieweit die jeweiligen Ausgaben und Tätigkeiten verursachungsgerecht der Programmarbeit, dem Fundraising oder der Verwaltung zuzuordnen sind. Hierbei gilt der Grundsatz der Wesentlichkeit. Diesem widerspräche es beispielsweise, wenn man etwa einzelne Sätze oder Wörter eines Mailings in Relation zur Gesamtinformation stellen und die Kosten entsprechend kleinteilig abgrenzen wollte.

Das Verfahren der Zuordnung ihrer Ausgaben belegt die Organisation mit nachvollziehbaren Dokumenten (z.B. Stellenbeschreibungen, Überleitungsrechnung etc.).

Abweichungen von den Zuordnungen des DZI-Konzepts können unter Beachtung des Grundsatzes der Wesentlichkeit im Einzelfall begründet sein und auf entsprechenden eindeutigen Nachweis hin vorgenommen werden.

[Flussdiagramm „Abgrenzung der Werbe- und Verwaltungsausgaben“ wird hier eingesetzt]

4.2 Personalausgaben

Für die Schlüsselung von Personalkosten können Zeiterfassungen, Stellenbeschreibungen oder sorgfältige Schätzungen herangezogen werden.

BEISPIEL

Zu den Aufgaben eines Projektassistenten kann es gehören, eingehende Anträge auf Förderung zu erfassen, digital aufzubereiten und in Akten abzulegen. Er leitet die Unterlagen beispielsweise zur ersten Sichtung an die Projektreferenten weiter, koordiniert Termine, dokumentiert die Bewertungen und sendet die Zwischenergebnisse dem endgültigen Entscheidungsgremium zu. Der Projektassistent ist nicht an Entscheidungen, Planungen, Evaluationen etc. beteiligt und hat keinen direkten Kontakt zur Zielgruppe. In diesem Fall werden seine Personalkosten vollständig der Verwaltung zugeordnet.

Eine andere Beurteilung ergibt sich, wenn ein Assistent der Projektteilung neben Dokumentation und Aktenführung zugleich selbst an der Bewertung der Förderanträge beteiligt ist, eigenständig Anträge bescheidet, die Aufbereitung der Anträge inhaltlich kommentiert und Kontakt zur Zielgruppe bzw. zum Kooperationspartner unterhält. Dieser Assistent ist in die Projektfindung bzw. -förderung eingebunden, obwohl ein Teil seiner Tätigkeit auch Verwaltungsaufgaben umfasst. In diesem Fall werden seine Personalkosten durch einen nachvollziehbaren Schlüssel den Programm- sowie den Verwaltungskosten zugeordnet.

Eine pauschale Zuordnung einer gesamten Abteilung zu einem Ausgabenbereich (z.B. Programmabteilung zur Programmförderung) kann, muss aber nicht sachgerecht sein.

Das im Ausland beschäftigte Personal ist nicht in jedem Fall den Programmausgaben zuzuordnen. Vielmehr ist zu prüfen, inwieweit ein direkter Bezug zur Zielgruppe besteht. Es gilt in jedem Fall zu vermeiden, dass Werbe- und Verwaltungskosten (z.B. Buchhaltung der

Gesamtorganisation, Fundraising, Spenderpflege, Kommunikation bei Kinderpatenschaften) durch die Auslagerung der entsprechenden Tätigkeiten in ein Projektland den Programmausgaben zugeordnet werden.

Ein Kostenschlüssel kann für einen längeren Zeitraum (zum Beispiel von bis zu fünf Jahren) beibehalten werden, sofern sich keine wesentlichen Änderungen bei der Organisation ergeben, und sollte spätestens nach Ablauf dieser Zeit auf Aktualität hin überprüft werden.

VEREINFACHUNG Kann eine Personalstelle inhaltlich weit überwiegend (zu mindestens 80%) einem der drei Bereiche (Programme, Werbung, Verwaltung) zugeordnet werden, so können die entsprechenden Kosten im Sinne der Wesentlichkeit und Praktikabilität vollumfänglich dem betreffenden Bereich zugerechnet werden. Dies bedeutet beispielsweise, dass in der Regel die Personalkosten für Sachbearbeiter und Referenten in den Programmabteilungen vollumfänglich als unmittelbar satzungsgemäße Ausgaben berücksichtigt werden, auch wenn hierin Verwaltungstätigkeiten enthalten sind, und umgekehrt die Aufwendungen und Tätigkeiten von Vorstand, Geschäftsführung und Assistenz in der Geschäftsstelle den Verwaltungsausgaben zuzurechnen sind.

[Flussdiagramm „Zuordnung von Personalaufwand“ wird hier eingesetzt]

4.3 Sachausgaben

Sachausgaben können geschlüsselt werden, sofern es sich um finanziell wesentliche Positionen handelt. Sachkosten unwesentlicher Größenordnung, die nicht vollumfänglich entweder dem Programmbereich, der Werbung oder der Verwaltung zuzuordnen sind, werden der Verwaltung zugerechnet.

Schlüsselbare Sachkosten sind insbesondere Raumkosten, Reisekosten, Kosten für EDV, Inventar, Kfz, Instandhaltung und Wartung, Büromaterial, Telefon sowie Abschreibungen auf Sachanlagen. Für die Aufteilung können der Personal-, ein Raumkostenschlüssel oder sorgfältige Schätzungen herangezogen werden.

4.4 Abgrenzung der Werbeausgaben von den Ausgaben für Bildungs- und Kampagnenarbeit

Aufwendungen und Tätigkeiten im Rahmen der Werbung und allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit ermöglichen die Umsetzung der eigentlichen satzungsgemäßen Zielsetzungen einer Organisation, ohne einen unmittelbaren Beitrag dazu zu leisten, und sind vollständig den Werbeausgaben zuzuordnen.

Personal- und Sachaufwendungen, die der Generierung von Geld- und Sachspenden, Patenschaften, Fördermitgliedschaften, Erbschaften, öffentlichen Mitteln und Zuwendungen anderer Organisationen dienen, sind immer der Mittelbeschaffung und damit den Werbeausgaben zuzuordnen. Dies gilt auch für den Fall, dass der Aufwand zweckgebunden für ein bestimmtes Projekt erfolgt.

Maßnahmen, die darauf abzielen, die Organisation bekannter zu machen, ihr Image zu fördern, die Marke zu stärken, ihre Position im Markt zu analysieren oder zu verbessern, gehören ebenso zum Werbeaufwand wie Aufwendungen der allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit und Rechenschaftslegung für Spender, Zuwendungsgeber oder andere Interessierte. Aufwendungen für die Spenderbindung sind ebenfalls der Mittelbeschaffung zuzuordnen.

Die Kosten für den Jahresbericht sind generell als Werbeaufwand zu behandeln. Der Jahresbericht dient der allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit und Rechenschaftslegung und stellt die Organisation, ihre Aktivitäten sowie die durchgeführten Projekte und Dienstleistungen des Berichtsjahres vor. Dasselbe gilt auch für die Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Internetauftritt einer Organisation.

Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit können nur dann den Programmausgaben (Bildungs- und Kampagnenarbeit) zugeordnet werden, wenn die satzungsgemäßen Grundlagen vorhanden sind und die entsprechenden Inhalte deutlich über Informationen zum Projektengagement sowie zur Lebenssituation der betroffenen Zielgruppe hinausgehen. Sind als Satzungszwecke auch die Durchführung von Werbemaßnahmen oder die Beschaffung und Verwaltung von Mitteln festgelegt, können die zugehörigen Kosten dennoch nicht den Programmausgaben zugeordnet werden.

Werden Bildungs- und Kampagnenarbeit mit Werbung und allgemeiner Öffentlichkeitsarbeit kombiniert, so können die zugehörigen Kosten sachgerecht und unter Beachtung des Grundsatzes der Wesentlichkeit geschlüsselt werden.

BEISPIEL

Veröffentlicht eine Organisation im Sinne ihrer satzungsgemäßen Bildungs- und Kampagnenarbeit beispielsweise einen Ratgeber, dann handelt es sich bei den Kosten für diese Publikation auch dann nicht um Werbeausgaben, wenn der Ratgeber das Spendenkonto der Organisation nennt und/oder ihm ein Zahlschein beigefügt ist. Umgekehrt ist ein Mailing, dessen wesentliche Stoßrichtung auf das Fundraising zielt, nicht als Bildungsarbeit zu verstehen, auch wenn es inhaltlich unter anderem auf Problemlagen hinweist.

5 Einzelregelungen

5.1 Erbschaften, Vermächtnisse oder Schenkungen mit Auflagen

Die Kosten für Altersversorgungen, Nießbräuche und Grabpflege, die sich aus Erbschaften, Vermächtnissen oder Schenkungen ergeben, werden gemäß § 246 Abs. 2 HGB mit den entsprechenden Erträgen verrechnet. Bei der Berechnung der Werbe- und Verwaltungsausgaben finden solche Auflagen somit keine Berücksichtigung.

Sämtliche weitere Kosten, die im Zusammenhang mit Erbschaften, Vermächtnissen oder Schenkungen anfallen (z.B. Erbschaftsmarketing, Kosten für die Abwicklung der Nachlässe sowie für eventuelle Rechtsauseinandersetzungen), sind in der Rechnungslegung gesondert auszuweisen und werden den Werbeausgaben zugerechnet.

5.2 Rücklagen

Einstellungen in die Rücklagen sind keine Ausgaben. In begründeten Ausnahmefällen kann die Rücklageneinstellung aber den Ausgaben zugerechnet werden, beispielsweise dann, wenn es sich um ein konkretes Projekt handelt, für dessen Realisierung über mehrere Jahre Mittel angesammelt werden müssen (etwa ein größeres Bauvorhaben). Dabei muss die Rücklagenzuführung einen wesentlichen Teil der Programmausgaben ausmachen, wobei

Projektvorhaben, Finanzierungsplan und Realisierungszeitrahmen darzulegen sowie in der Rechnungslegung die Entwicklung der entsprechenden zweckgebundenen Rücklagen und die späteren zugehörigen Ausgaben bzw. Abschreibungen im Einzelnen zu dokumentieren sind. Bei der Auflösung der Rücklagen werden im Rahmen der Berechnung der Kostenquote die Ausgaben zur Vermeidung von Doppelzählungen entsprechend gekürzt.

5.3 Externalisierung/Internalisierung von Ausgaben und Einnahmen

Direkte Zuwendungen sowie die nachträgliche Erstattung an eine Organisation zur Finanzierung von Werbe- und Verwaltungsausgaben durch Dritte finden Eingang in die Rechnungslegung der begünstigten Organisation und wirken sich somit auf die Werbe- und Verwaltungskostenquote aus. Werden Leistungen für Werbung und Verwaltung hingegen von Dritten beauftragt und finanziert, innerhalb eines Unternehmens- oder Organisationsverbunds „unentgeltlich“ bereitgestellt oder zum Beispiel pro bono zur Verfügung gestellt, so wird diese Leistungserbringung externalisiert und deshalb in der Rechnungslegung der begünstigten Organisation nicht ausgewiesen. Im Folgenden werden wesentliche Varianten der externen Finanzierung von Werbe- und Verwaltungsausgaben beschrieben sowie Möglichkeiten aufgezeigt, diese trotz ihrer Besonderheiten transparent darzustellen.

Rechtlich unselbständige Untergliederungen

Sofern eine Organisation eine rechtlich unselbständige Untergliederung im In- oder Ausland unterhält, sind die zugehörigen Finanzbestände und -ströme in die Rechnungslegung der rechtlich selbständigen Organisation einzubeziehen.

Eindeutige Beherrschung

Die Organisation arbeitet bei der Unterstützung der von ihr geförderten Maßnahmen am Ort der Leistungserbringung mit einer anderen, eng verbundenen Organisation zusammen. Beide Organisationen sind rechtlich selbständig. Die Kooperation ist so gestaltet, dass die Organisation vor Ort hinsichtlich ihrer Leitungs- und Entscheidungsstrukturen sowie ihrer Finanzierung maßgeblich von der Geberorganisation beherrscht wird. Eine eindeutige Abhängigkeit ist gegeben. Sofern auf dieser Grundlage eine konsolidierte Rechnungslegung der beteiligten Organisationen vorliegt, werden die entsprechenden Erträge und Aufwendungen in die Werbe- und Verwaltungskostenberechnung einbezogen.

Pro-bono-Leistung

Einer Organisation werden von Dritten Personal- und Sachleistungen pro bono zur Verfügung gestellt (z.B. Rechtsberatung). Zu den Begünstigten gehören beispielsweise auch Medienhilfswerke, die von Werbe- und Verwaltungsleistungen ihrer jeweiligen Trägerunternehmen profitieren, die ihnen kostenlos zur Verfügung gestellt werden. In die Berechnung der Werbe- und Verwaltungskostenquote werden Pro-bono-Leistungen nicht einbezogen. Wesentliche Pro-bono-Leistungen (anzunehmender Wert mehr als 10.000 EUR pro Jahr) oder mögliche, hiermit verbundene Interessenkonflikte werden im Jahresbericht offengelegt.

Leistung gegen Rechnung

Sofern einer Organisation Leistungen in Rechnung gestellt werden, z.B. für Wirtschaftsprüfung oder die Spenden-Siegel-Gebühren, die entsprechenden Ausgaben dann aber von dritter Seite finanziert werden, sind die Ausgaben den Grundsätzen ordnungsgemäßer Buchführung folgend dennoch in die Rechnungslegung der Organisation einzubeziehen, weil sie von der Organisation selbst beauftragt wurden.

Leistung von Dritten auf deren Rechnung

Eine Organisation wird beispielsweise durch Werbe- und Verwaltungsleistungen begünstigt, die von Dritten im eigenen Namen und auf eigene Rechnung beauftragt wurden (z.B. Straßenwerbung, Mailingaktionen, Fernseh- und Filmproduktionen, Übernahme von Verwaltungskosten). Somit sind diese Leistungen in der Rechnungslegung der begünstigten Organisation nicht erfasst. Im Jahresbericht der

begünstigten Organisation wird der konkrete Umfang der externen Leistung beziffert und über die hieraus finanzierten Aktivitäten berichtet. Erhält eine Organisation über einen Zeitraum von mehr als fünf Jahren externe Werbe- und Verwaltungsleistungen, ist zu prüfen, ob die Mittelverwendung der betreffenden Organisation insgesamt noch als wirtschaftlich und sparsam angesehen werden kann.

Werbe- und Verwaltungsausgaben innerhalb des Verbunds

Sofern eine Organisation ihre Projektmittel überwiegend an eine einzige andere Organisation weiterleitet, die die Projekte nicht unmittelbar selbst durchführt (z.B. eine internationale Zentrale), und die Mittel dort zum Teil für Werbe- und Verwaltungszwecke eingesetzt werden, wird im Jahresbericht der Geberorganisation der konkrete Umfang der weitergeleiteten Mittel beziffert, über die hieraus finanzierten Aktivitäten (Programm-, Werbe- und Verwaltungsausgaben) der zwischengeschalteten Organisation nachvollziehbar informiert und auf den veröffentlichten Jahresbericht (inkl. Finanzbericht) der zwischengeschalteten Organisation hingewiesen.

Finanzierung externer Werbemaßnahmen

Die Organisation unterstützt ihre Partnerorganisation oder andere Dritte beim Aufbau eigener Fundraisingstrukturen. Die weitergeleiteten Mittel werden somit nicht vollumfänglich der Programmförderung, sondern anteilig auch der Werbung und allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit zugewiesen. Da die zuwendende Organisation von den Erträgen ihrer Fundraisinginvestition nicht unmittelbar profitiert, wird bei der Berechnung ihrer Werbekostenquote der Anteil, den sie zur Finanzierung von Werbemaßnahmen an die Partnerorganisation oder andere Dritte gegeben hat, nicht berücksichtigt.

5.4 Übertragung von Vermögen auf einen anderen Rechtskörper

Sofern eine Organisation Teile ihres Vermögens oder andere Mittel auf einen anderen Rechtskörper überträgt, werden diese Ausgaben nicht in die Berechnung des Werbe- und Verwaltungskostenanteils einbezogen. Hierzu zählen zum Beispiel die Ausstattung einer eigens gegründeten Stiftung mit Kapital, die Übertragung von Vermögen in einen Verein oder die Auslagerung eines Betriebsbereichs in eine GmbH.

Über eine Auslagerung von Vermögen oder anderer Mittel wird im Jahresbericht informiert. Dabei wird insbesondere über den Zweck der Vermögensauslagerung, die Höhe der übertragenen Mittel und die Verwendung der entsprechenden Vermögenserträge berichtet. Zugleich werden der Name der Empfängerorganisation sowie Verbundenheiten zwischen den Organisationen und besondere vertragliche Regelungen genannt.

Von einer Vermögensübertragung auf einen anderen Rechtskörper zu unterscheiden sind Zuwendungen an andere Organisationen. Diese werden je nach Zweck der Zuwendung den Programmausgaben bzw. den Werbe- und Verwaltungsausgaben zugeordnet.

5.5 Das Werbeargument „100% der Spenden kommen an“

Das DZI setzt sich für einen offenen Ausweis der Werbe- und Verwaltungskosten ein, um bei den Spendern die Bereitschaft zu stärken, diese Kosten im vertretbaren Rahmen mitzutragen. Sofern eine Organisation damit wirbt, dass 100% der Spenden der Programmarbeit zugutekommen, wird in der Öffentlichkeitsarbeit der betreffenden Organisation deren Werbe- und Verwaltungsaufwand klar erkennbar ausgewiesen, auch wenn er durch entsprechende zweckgebundene Zuwendungen finanziert wird. Die Berechnung der Werbe- und erfolgt unabhängig von der Finanzierung dieser Kosten. Die zweckgebundene und vollständige Finanzierung der Werbe- und Verwaltungskosten belegt die Organisation nachvollziehbar.

6 Ausgabenmatrix

[wird bei der Endredaktion eingesetzt]

7 Öffentliche Darlegung der Finanzen

Eine vollständige, wahrhaftige und aussagekräftige Darstellung der jährlichen Einnahmen und Ausgaben sowie des Vermögens ist ein wesentlicher Bestandteil der öffentlichen Rechenschaftslegung und Transparenz von Spendenorganisationen. Die Finanzdaten werden zeitnah spätestens zwölf Monate nach Ablauf des Geschäftsjahres veröffentlicht.

Die Einnahmen-, Ausgaben- und Vermögensposten werden inhaltlich näher erläutert und gegebenenfalls aufgegliedert. Dargelegt werden insbesondere die Zusammensetzung der Programmausgaben, der Werbe- und Verwaltungsausgaben sowie die Höhe und der Zweck von Rücklagen. Auf wesentliche Veränderungen gegenüber dem Vorjahr wird ebenfalls eingegangen. Zudem wird darüber informiert, von wem die Rechnungslegung geprüft wurde und wie das Prüfungsergebnis ausgefallen ist.

Die Form der Veröffentlichung des Vermögens hängt vor allem davon ab, ob eine Spendenorganisation eine Jahresrechnung (Einnahmen und Aufstellung sowie Vermögensaufstellung) oder einen Jahresabschluss (Gewinn- und Verlustrechnung sowie Bilanz) erstellt. Im Fall einer Jahresrechnung wird eine Vermögensaufstellung veröffentlicht und im Fall eines Jahresabschlusses eine Bilanz, jeweils einschließlich der Vorjahresdaten.

Die Einnahmen und Ausgaben werden in der öffentlichen Darlegung der Finanzen wie folgt untergliedert (nicht relevante Bereiche und Posten entfallen):

	Berichtsjahr	Vorjahr
Ideeller Bereich und Zweckbetrieb	Euro	Euro
Geldspenden		
Sachspenden		
Nachlässe		
Zustiftungen (in den Vermögensstock einer Stiftung)		
Mitgliedsbeiträge		
Einnahmen aus Geldauflagen		
Zuwendungen der öffentlichen Hand		
Zuwendungen anderer Organisationen		
Leistungsentgelte		
Sonstige Einnahmen		
Gesamteinnahmen		
Programmausgaben		
Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit		
Verwaltung		
Gesamtausgaben		
Ergebnis des ideellen Bereichs und Zweckbetriebs		

	Berichtsjahr	Vorjahr
	Euro	Euro
Steuerpflichtiger Geschäftsbetrieb		
Einnahmen aus steuerpflichtigem Geschäftsbetrieb		
Ausgaben für steuerpflichtigen Geschäftsbetrieb		
Ergebnis des steuerpflichtigen Geschäftsbetriebs		
Vermögensverwaltung		
Einnahmen aus Vermögensverwaltung		
Ausgaben für Vermögensverwaltung		
Ergebnis der Vermögensverwaltung		

HINWEISE zu den Bereichen und Posten:

Ideeller Bereich und Zweckbetrieb

Der ideelle Bereich und ein etwaiger Zweckbetrieb werden zusammengefasst dargestellt. In beiden Bereichen geht es um die unmittelbare Verwirklichung der in der Satzung festgelegten Zwecke.

Geldspenden umfassen die Geldspenden von privaten Personen und Unternehmen. Dazu gehören auch Fördermitgliedsbeiträge, Patenschaftsbeiträge und in Kirchen gesammelte Kollekten.

Hinweis für Organisationen, die einen handelsrechtlichen Jahresabschluss erstellen: Sofern die Geldspenden im Sinne von IDW RS HFA 21 nicht in Höhe des Zuflusses, sondern in Höhe der im Berichtsjahr verwendeten Geldspenden ausgewiesen werden, empfiehlt das DZI die Anwendung der in der IDW-Verlautbarung in Textziffer 25 dargestellten Überleitungsrechnung vom Spendenzufluss zum Spenden-ertrag. Andernfalls wird die Höhe der im Berichtsjahr zugeflossenen Geldspenden in einer Fußnote oder in den Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung beziffert.

Sachspenden werden in der Rechnungslegung erfasst, wenn für sie steuerliche Zuwendungsbestätigungen ausgestellt wurden oder ein Wirtschaftsprüfer ihre ordnungsgemäße Bewertung bestätigt hat.

Mitgliedsbeiträge sind im Unterschied zu Fördermitgliedsbeiträgen mit einem Stimmrecht verbunden. Sie sind daher gesondert von den Geldspenden auszuweisen. Fördermitgliedsbeiträge hingegen zählen zu den Geldspenden.

Einnahmen aus Geldauflagen (Bußgelder) resultieren aus Geldzuweisungen von Staatsanwaltschaften und Gerichten an gemeinnützige Organisationen.

Zuwendungen der öffentlichen Hand beinhalten insbesondere institutionelle Förderungen und Projekt-förderungen vom Bund, den Ländern, den Kommunen oder der Europäischen Union. Pflegesätze und ähnliche Vergütungen fallen nicht unter die öffentlichen Zuwendungen, sondern sind in der Regel Einnahmen eines Zweckbetriebs.

Zuwendungen anderer Organisationen beinhalten vor allem Zuwendungen von anderen gemeinnützigen Organisationen (Vereine und Stiftungen etc.). Sie zählen nicht zu den Geldspenden. Dies gilt auch für Spendenweiterleitungen von rechtlich selbständigen Spendenbündnissen an ihre Mitglieds- und Partner-organisationen.

Leistungsentgelte fallen insbesondere im Rahmen eines Zweckbetriebs an (Pflegesätze, Eintrittsgelder etc.). Für die Abgrenzung eines Zweckbetriebs von einem steuerpflichtigen Geschäftsbetrieb sind die steuerrechtlichen Bestimmungen maßgebend.

Für die Abgrenzung der Programmausgaben sowie der Werbe- und Verwaltungsausgaben gelten die Regelungen in dem vorliegenden Konzept.

Steuerpflichtiger Geschäftsbetrieb

Ein steuerpflichtiger Geschäftsbetrieb ist eine selbständige nachhaltige Tätigkeit, durch die Einnahmen oder andere wirtschaftliche Vorteile erzielt werden und die über den Rahmen der Vermögensverwaltung hinausgeht sowie nicht die Voraussetzungen für einen Zweckbetrieb erfüllt.

Sofern die Einnahmen und Ausgaben des steuerpflichtigen Geschäftsbetriebs nur geringfügig sind oder andere Gründe für eine Verfahrensvereinfachung sprechen, können diese Einnahmen den Leistungsentgelten und die Ausgaben den Werbeausgaben zugerechnet werden.

Vermögensverwaltung

Die Abgrenzung der Vermögensverwaltung richtet sich nach den steuerrechtlichen Regelungen.

Zu den Einnahmen der Vermögensverwaltung gehören insbesondere Zins- und Wertpapiererträge, Zuschreibungen auf Wertpapiere, realisierte Kursgewinne sowie Einnahmen aus der Vermietung, Verpachtung und dem Verkauf von Immobilien. Einnahmen aus Nachlässen, Spenden in den Vermögensstock und Zustiftungen etc. zählen im Sinne des vorliegenden Konzepts nicht zu den Einnahmen der Vermögensverwaltung. Sie sind dem ideellen Bereich zuzuordnen.

Ausgaben der Vermögensverwaltung sind insbesondere Kosten für Wertpapieranlage und Depot, Abschreibungen auf Wertpapiere, realisierte Kursverluste sowie Aufwendungen für Immobilien (Verwaltung, Instandhaltung, Abschreibungen etc.).

Sofern die Nutzung von Immobilien und anderen Vermögensgegenständen im ideellen Bereich oder Zweckbetrieb erfolgt, fallen die zugehörigen Einnahmen und Ausgaben nicht in den Bereich der Vermögensverwaltung.

Sofern die Einnahmen und Ausgaben der Vermögensverwaltung nur geringfügig sind oder andere Gründe für eine Verfahrensvereinfachung sprechen, können diese Einnahmen den sonstigen Einnahmen und die Ausgaben den Verwaltungsausgaben zugerechnet werden.