

Rainer Sprengel
Eva-Maria Hinterhuber
Philipp Schwertmann
Bernhard Matzak

Staatliche Förderungsmöglichkeiten für das Fundraising von Umwelt- und Natur- schutzverbänden

Gutachten für das Bundesministerium für Umwelt,
Naturschutz und Reaktorsicherheit

mit einem Kommentar von Kai Fischer,
Agentur für Multimedia-Marketing und Sponsoring GmbH, Hamburg

Opusculum Nr. 13

Juli 2003

Einleitung.....	5
TEIL A: Bewertung von Vorschlägen zu Förderungsmöglichkeiten der Fundraisingaktivitäten von Umwelt- und Naturschutzverbänden	7
Vorbemerkung	7
Zusammenfassung	8
Empfehlungen.....	9
1. Politische Maßnahmen	9
2. Strukturförderung.....	9
3. Kompetenzstärkung.....	10
4. Eigenbetriebliches Handeln des BMU	10
5. Direkte Fundraisingfinanzierung	10
I. Experteninterviews	11
a) Auswahl und Vorstellung der befragten Experten.....	11
b) Zivilgesellschaft und Finanzierungsfragen.....	17
c) Professionelles Fundraising.....	19
d) Umweltfundraising und Fundraisingmärkte.....	20
e) Zu den Vorschlägen im Einzelnen	23
Resümee	26
II: Finanzierungs- und Engagementstrukturen im Umweltbereich im internationalen Vergleich	26
a) Allgemeine Ergebnisse des Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project (JHCNP)	28
b) Einkommensstruktur von CSO im Umweltschutz, Naturschutz und Tierschutz	28
c) Zeitspender bei CSO im Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereich	31
d) Umwelt-CSO im Vergleich zu Culture/Recreation und Social Services	32
Resümee	34
III: Aktuelle Trends auf Teilmärkten des Fundraisings	35
a) Sponsoringmarkt	35
b) Spendenmarkt	36
c) Stiftungsmarkt.....	39
Resümee	41

IV. Grenzüberschreitende und transnationale Finanzierung von Civil Society Organizations (CSO)	42
a) Entwicklung international	43
b) Grenzüberschreitende private Philanthropie	43
c) Situation aus deutscher Perspektive.....	44
d) Reaktionsweisen transnational bzw. grenzüberschreitend tätiger CSO	45
Resümee	45
V. Ansätze staatlicher und zivilgesellschaftlicher Unterstützung von Fundraisingaktivitäten.....	46
a) Staatliche Förderung von Fundraisingaktivitäten in der Schweiz, in Österreich und in Deutschland.....	46
b) Zivilgesellschaftliche Förderung von Fundraising	49
Resümee	50
Zusammenfassende Bewertung der Ergebnisse und der Vorschläge	51
Anhang	55
Leitfaden für die Experteninterviews	55
Quellenverzeichnis	59
TEIL B: Kommentar zum Gutachten des Maecenata Instituts für Dritter-Sektor-Forschung zur Bewertung der Vorschläge zur Förderung von Fundraising-Aktivitäten der Umwelt- und Naturschutzverbände durch das BMU	65
1. Einleitung.....	65
2. Datenbasis.....	66
3. Problemlagen.....	66
3.1 Organisationsentwicklung	66
3.2 Investitionsprobleme	68
3.3 Controlling und betriebswirtschaftliches Know-how	69
4. Nicht erwünschte Folgewirkungen.....	70
4.1 Mitnahmeeffekte	70
4.2 Steigende Kosten.....	71
4.3 Implementierung suboptimaler Lösungen	71
5. Bewertungsraster.....	71
6. Bewertung der einzelnen Vorschläge	72
6.1 Spezielle Fundraising-Fortbildung für Umwelt- und Naturschutzverbände	72

6.2 Unterstützung der Teilnahme an Fortbildungsveranstaltungen und Kongressen	72
6.3 Fundraisingberatung	73
6.4 Meinungsumfragen	73
6.5 Förderer-Datenbank.....	74
6.6 Bürgschaften für Investitionsdarlehen	74
6.7 Förderung von Fundraising-Projekten.....	75
6.8 Fundraising-Stellen	75
6.9 Politische Unterstützung von Fundraising-Aktivitäten	76
6.10. Spenden-Siegel.....	76
7. Zusammenfassende Bewertung	77
8. Empfehlungen.....	78

Einleitung

Die Partizipation des Volkes in einer Demokratie erschöpft sich nicht in regelmäßigen Wahlen, sondern zeigt und vermittelt sich über die Tätigkeit zivilgesellschaftlicher Organisationen. Bürgerschaftliches Engagement in seinen verschiedenen Formen legitimiert die Anwaltschaft für Themen und entscheidet mit über die Entwicklung demokratischer Willensbildungsprozesse, angefangen von der Bewußtwerdung von Problemen bis hin zum Aushandeln, Erproben und Realisieren adäquater Lösungen. Die Agenden zivilgesellschaftlicher Organisationen tragen mit dazu bei, die Resonanzböden zu erzeugen, auf die der politisch-administrative Raum antworten muß, um weiter legitimiert bzw. etwa durch Wahlen durch konkurrierende Parteien ersetzt zu werden.

Die Resonanz von Themen in der Bevölkerung bzw. in relevanten Teilöffentlichkeiten entscheidet damit auch darüber, welches Gewicht welche Fachpolitiker und ministeriellen Administrationen im politischen Raum gewinnen können.

Insofern ist es nur allzu verständlich und ein Gebot politischer Vernunft, daß das Bundesministerium für Umwelt, Energie und Reaktorsicherheit (BMU) ein Interesse an starken zivilgesellschaftlichen Organisationen hat, deren Agenden dem Umweltschutz gewidmet sind. Eine der Formen, in denen das BMU seit Jahren die Umweltverbände unterstützt, ist die Zuwendung von finanziellen Mitteln, zunehmend an konkrete Projekte gebunden. Im BMU entstand im Kontext dieser Förderungen die Überlegung, ob nicht ein Teil der knappen Mittel sinnvoll für eine Unterstützung der Umweltverbände bei ihren Fundraisingaktivitäten eingesetzt werden könnte.

Das BMU trat darüber in einen Dialog mit den Umweltverbänden ein, die zunächst skeptisch reagierten, dann aber eine Reihe von Vorschlägen unterbreiteten, welche Aktivitäten das Ministerium in diesem Bereich unterstützen könnte. Im Rahmen dieses Prozesses fand u.a. im März 2002 eine Fachtagung zum Thema „Fundraising und Umweltschutz“ in Berlin statt. Das BMU sah sich schließlich mit einer Reihe von Vorschlägen konfrontiert wie Bürgschaften für Investitionsdarlehen über Fundraisingberatung bis Politische Unterstützung der Fundraisingaktivitäten im Umweltschutz.

Um aus diesen Vorschlägen eine Förderagenda entwickeln zu können, beschloß das BMU, diese Vorschläge einer externen, wissenschaftlichen Bewertung zu unterziehen. Das Maecenata Institut wurde, neben anderen Einrichtungen, Mitte August 2002 aufgefordert, ein entsprechendes Angebot zu unterbreiten (unter dem Titel UFOPLAN 2002 FKZ 902 17 303: Gutachten zur Bewertung von Vorschlägen zu Förderungsmöglichkeiten der Fundraisingaktivitäten von Umwelt- und Naturschutzverbänden).

Das Maecenata Institut schlug eine Begutachtung vor, die folgende Aspekte enthalten sollte:

- Interviews mit Experten, die das Feld der Stakeholder repräsentieren.

- Eine vergleichende, international angelegte Analyse der Ressourcenstrukturen von Umweltorganisationen (Finanzmittel, Ehrenamtliche Tätigkeit, Hauptamtliche Beschäftigte).
- Dieser internationale Vergleich sollte den Umweltbereich zugleich in ein komparatives Verhältnis zum sozialen Bereich und zum Kulturbereich stellen.
- Eine Analyse transnationaler Finanzierungen im Tätigkeitsbereich von Umweltorganisationen.
- Eine Analyse von Ansätzen staatlicher Unterstützung von zivilgesellschaftlichen Organisationen in anderen Feldern in Deutschland und in anderen Ländern.
- Schließlich eine Analyse der Lage und Entwicklungsfähigkeit von Fundraisingmärkten: Spenden-, Sponsoring- und Stiftungsbereich.

Am 8. Oktober 2002 wurde das Maecenata Institut beauftragt, innerhalb von zwei Monaten das Gutachten zu erstellen. Am 10. Dezember 2002 lag dem BMU das im Folgenden publizierte Gutachten vor. Das enge Zeitfenster erklärt sich u.a. daraus, daß das BMU darum bereits 2003 mit einer entsprechenden Förderung des Fundraisings von Umweltverbänden beginnen wollte.

Zugleich war vereinbart worden, das Gutachten auf einem Workshop vorzustellen und zu diskutieren wird. Kai Fischer, Dipl.-Soziologe und hauptberuflicher Fundraiser von der Agentur für Multimedia-Marketing und Sponsoring GmbH war beauftragt, einen Kommentar zum Gutachten beizusteuern. Dieser Kommentar lag am 31. Januar 2003 vor und wird im Folgenden ebenso publiziert.

Am 6. Februar fand im Maecenata Institut der erwähnte Workshop mit Vertretern des Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU), Vertretern verschiedener Umweltverbände, des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen und des ökom-Verlages statt. Hierüber wurde in der MAECENATA ACTUELL Nr. 38 berichtet.

Mit der vorliegenden Publikation des Gutachtens und des Kommentars kommt der Beratungsprozeß zum Abschluß und die Ergebnisse werden der Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Die Verantwortung für die Texte liegt selbstverständlich ausschließlich bei den Autoren, d.h. das Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit, die Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben sowie für die Beachtung privater Rechte Dritter. Die geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit übereinstimmen.

TEIL A

Bewertung von Vorschlägen zu Förderungsmöglichkeiten der Fundraisingaktivitäten von Umwelt- und Naturschutzverbänden

**Gutachten im Auftrag des
Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
10. Dezember 2002**

Vorbemerkung

Das Maecenata Institut ist beauftragt, Vorschläge zu Förderungsmöglichkeiten der Fundraisingaktivitäten von Umwelt- und Naturschutzverbänden für das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) zu bewerten. Als zu bewertende, eventuell zu fördernde Aktivitäten waren folgende Vorschläge vorgegeben:

- Fortbildung
- Fundraisingberatung
- Bereitstellung einer Infrastruktur für Fundraising
- Bürgschaften für Investitionsdarlehen
- Förderung einzelner Projekte zum Thema Fundraising im Rahmen der Verbändeförderung
- Politische Unterstützung der Fundraisingaktivitäten im Umweltschutz.

Bei der Bewertung sollten Vor- und Nachteile der Vorschläge erörtert und jeweils konkrete Empfehlungen für die Umweltpolitik erarbeitet werden, einschließlich der konkreten Ausgestaltung der Vorschläge und möglicher Probleme der Förderung durch die öffentliche Hand. Dabei sollten Erfahrungen aus anderen Bereichen, insbesondere aus den Feldern Kultur und Soziales, berücksichtigt werden. Ziel der Förderung soll die Stärkung der Zivilgesellschaft als wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Umweltpolitik sein. Das BMU folgt dabei entsprechend der Angaben in der Leistungsbeschreibung dem Leitbild des aktivierenden Staates.

Das Maecenata Institut hat in Abstimmung mit dem BMU für die Bearbeitung des Gutachtens einen international vergleichenden Ansatz gewählt, der mit der

Befragung von zehn nationalen Experten verbunden wurde. Dadurch wird es möglich, die Vorschläge auf einer gesicherten Grundlage rational zu bewerten.

Das Gutachten wurde von den Institutsmitarbeitern Eva-Maria Hinterhuber, M.A., Bernhard Matzak, M.A. und Philipp Schwertmann, M.A. unter Leitung von Dr. Rainer Sprengel in enger Abstimmung mit dem BMU im Zeitraum vom 10. Oktober bis 10. Dezember 2002 realisiert.

Zusammenfassung

Umwelt- und Naturschutzverbände stellen einen wichtigen aktuellen wie historischen Pfeiler der heutigen Zivilgesellschaft dar. Die Verbreitung des Ideenguts von Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung sind auch im öffentlichen Bewußtsein mit der Umweltschutzbewegung der letzten Jahrzehnte und der Arbeit von Umwelt- und Naturschutzorganisationen im nationalen wie internationalen Rahmen verbunden. Diese Ideen haben, etwa in Form von Agenda-21-Prozessen, nachhaltige Entwicklung, soziale und kulturelle Nachhaltigkeit auf andere Bereiche der Zivilgesellschaft ausgestrahlt. Die Förderung der Arbeit von Umwelt- und Naturschutzorganisationen ist daher grundsätzlich kein Themenklientelismus, sondern stärkt die Zivilgesellschaft insgesamt. Deren Stärke und die Akzeptanz der Umwelt- und Naturschutzorganisationen haben ihrerseits eine hohe Bedeutung für die Wirkungsmächtigkeit von Umwelt- und Naturschutzthemen. Daraus folgt, daß Maßstäbe und Prinzipien der Zivilgesellschaft auch bei der Förderung nicht verletzt werden dürfen. Zudem ist es auch richtig, daß das BMU Förderungen erwägen kann, die nicht ausschließlich oder vorrangig Umwelt- und Naturschutzverbänden zugute kommen, wenn sie zu einer allgemeinen Stärkung der Zivilgesellschaft insgesamt beitragen.

Umwelt- und Naturschutzverbände können, im Unterschied z.B. zu vielen sozialen Dienstleistern, die in erheblichen Maße Gebühren einnehmen, von der Natur ihrer Tätigkeit her kaum die für ihre Arbeit nötigen Geldmittel selbst erwirtschaften. Sie sind national und in der Regel auch international in besonderer Weise auf Geldmittel angewiesen, die sie von privater Seite über Spenden, Stiftungsmittel, Erbschaften und Sponsoring erhalten. Daraus folgt grundsätzlich die besondere Bedeutung eines Fundraisings, das sich nicht auf die Einwerbung öffentlicher Mittel beschränkt. Die national verfügbaren Daten zeigen zudem, daß Umwelt- und Naturschutzverbände im Wettbewerb zu anderen Zweckbereichen auf besetzten Märkten agieren, insbesondere auf dem Spendenmarkt. Potentiell vorhandene Mittel können mangels entsprechender Erfahrungen und Kompetenzen oft nicht eingeworben werden, insbesondere im Sponsoringbereich. Gleichzeitig läßt sich zeigen, daß Umwelt- und Naturschutzorganisationen in anderen Ländern in dieser Hinsicht erfolgreicher sind. Daraus ergibt sich, daß eine Förderung der Fundraisingaktivitäten geeignet sein kann, die Einnahmenstruktur und damit Wirkungspotentiale von Umwelt- und

Naturschutzorganisationen nach dem Prinzip der Hilfe zur Selbsthilfe zu stärken.

Vor dem Hintergrund der folgenden Analysen kommt das Gutachten im Ergebnis zu den fünf folgenden Empfehlungen:

Empfehlungen

1. Politische Maßnahmen

Das Maecenata Institut empfiehlt dem BMU, politische Maßnahmen in Zusammenarbeit mit Umwelt-CSO (Civil Society Organizations¹) zu ergreifen bzw. vorzubereiten, die auf eine Verbesserung der allgemeinen Rahmenbedingungen des Fundraisings abzielen. Allgemeines Ziel ist die Stärkung privaten Engagements als Grundlage der Zivilgesellschaft und insbesondere die Stärkung und Stabilisierung dieses besonders im Umweltbereich wichtigen Potentials. Pragmatisches Ziel ist die Pflege und Vergrößerung des zur Verfügung stehenden Volumens auf den Teilmärkten, als auch die verbesserte Positionierung von Umwelt-CSO in diesen Teilmärkten.

Als konkrete Ansatzpunkte für politische Maßnahmen werden empfohlen:

- Aktive Wahrnehmung des in der Koalitionsvereinbarung der Regierungsparteien niedergelegten Auftrages zur Prüfung der Konsequenzen aus den Ergebnissen der Enquete-Kommission Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements des 14. Deutschen Bundestages. Ein konkreter Nukleus, um die Fundraisingdimension einzubringen, könnte die Steuerungsgruppe sein, die die in diesem Gutachten zu bewertenden Vorschläge entwickelt hat.
- Maßnahmen der Marktbearbeitung durch politische Initiativen in Zusammenarbeit mit Umwelt-CSO und Umweltpolitikern, wobei das BMU durchaus auch als Anreger, auf jeden Fall aber als Plattform und Netzwerker auftreten kann.
- Maßnahmen der Marktbearbeitung, die der Anteilsvergrößerung am Markt für Umwelt-CSO dienen. Neben allgemeinen Werbemaßnahmen kommt hierbei insbesondere in Betracht, die öffentlich geförderten Nachteile für Umwelt-CSO zu beseitigen (Stichwort: Spendensiegel).

2. Strukturförderung

Das Maecenata Institut empfiehlt dem BMU, Maßnahmen zur Förderung der Strukturen für erfolgreiches Fundraising zu ergreifen.

¹ Im Folgenden wird grundsätzlich dem Begriff Civil Society Organization (CSO) der Vorzug gegeben. Dieser dürfte als Oberbegriff zunehmend solche wie Non Profit Organisation (NPO) oder Nichtregierungsorganisation (NGO) ersetzen.

Konkret bedeutet dies, Defizite in Bereichen der Information, Beratung, Dokumentation und Vernetzung speziell für das Fundraising von Umwelt-CSO abzubauen. Dabei sollte sich das BMU auf das Prinzip der indirekten Förderung von vorhandenen Einrichtungen beschränken, die entsprechende Dienstleistungen übernehmen.

3. Kompetenzstärkung

Das Maecenata Institut empfiehlt dem BMU, Maßnahmen zur Förderung der Fundraisingkompetenz in Umwelt-CSO zu ergreifen.

Solche Maßnahmen sollten nachfrageorientiert ansetzen. Zugleich ist darauf zu achten, daß die CSO erkennen lassen, daß die gestärkte Fundraisingkompetenz auf die Unterstützung und enge Zusammenarbeit mit den Leitungsgremien der CSO rechnen kann.

4. Eigenbetriebliches Handeln des BMU

Das Maecenata Institut kann dem BMU nicht empfehlen, eigenbetrieblich Strukturen auf- bzw. auszubauen, die Aufgaben wahrnehmen, wie sie unter dem Punkt 2, Strukturförderung, benannt wurden.

5. Direkte Fundraisingfinanzierung

Das Maecenata Institut kann dem BMU nicht empfehlen, direkt Fundraisingaktivitäten einzelner Organisationen in Form der Finanzierung von Fundraisingstellen, konkreten Fundraisingprojekten oder Bürgschaften für Investitionsdarlehen im Bereich Fundraising zu fördern. Zwar gibt es dafür in Österreich oder Brandenburg Vorbilder. Gleichwohl sind die von einigen Experten vorgebrachten Einwände nicht nur inhaltlich sehr gewichtig. Auch die Tatsache, daß die Einwände besonders stark von Experten aus Mittlerorganisationen und der Presse vorgebracht werden, sollte beachtet werden. Das BMU würde sich einem besonders starken Rechtfertigungs- und Erfolgsdruck aussetzen, ohne selber den Erfolg, noch die öffentliche Wirkung solcher Formen in der Hand zu haben. Dem zentralen Einwand, daß solch eine direkte Förderung besonders anfällig sei für eine politische Auswahl danach, ob die jeweilige Organisation (partei)politisch genehm ist, könnte allerdings durch die Einrichtung eines Independent Board, der über die Vergabe entsprechender Mittel statt des BMU entscheidet, begegnet werden.

Empfehlenswert ist aber auf jeden Fall die erhöhte Berücksichtigung von Organisationsentwicklungskosten (einschließlich Fundraising) im Rahmen der Förderung konkreter inhaltlicher Umweltschutzprojekte.

I. Experteninterviews

a) Auswahl und Vorstellung der befragten Experten

Für die Erstellung des Gutachtens wurden insgesamt zehn Experteninterviews durchgeführt, deren Ergebnisse in diesem Abschnitt dargestellt werden. Dieser Untersuchungsteil folgte dabei zwei Überlegungen.

Erstens ermöglicht die Befragung von Experten den Einbezug von akkumuliertem Sachwissen und Sachverstand. Zweitens gewährleistet das Medium des Experteninterviews die sachorientierte Reflexion. Gerade da es das Ziel dieses Gutachtens sein soll, vorliegende Vorschläge zu bewerten, ist diese reflexive Dimension besonders hoch anzusetzen.

Der Auswahl der Experten lag eine vorhergehende Analyse von Stakeholdern zugrunde, d.h. die Frage, welche unterschiedlichen Interessenten es an der Arbeit von Umwelt- und Naturschutz-CSO gibt. Da der Vergleich zum Kultur- und Sozialbereich eine ausdrückliche Grundlage der Bewertung sein soll, musste zudem diese Dimension berücksichtigt werden.

Zehn Interviews stellten schon zeitökonomisch eine ambitionierte Aufgabe dar. Gleichwohl kann diese Anzahl nicht das logische Feld der Stakeholder abdecken. Es bedurfte daher einer begründeten Auswahl.

Dazu wurden drei Felder festgelegt, aus dem die Experten kommen sollten.

Das erste Feld sollte Institutionen umfassen, die aus unterschiedlicher Perspektive konkret zur Finanzierung der Arbeit von CSO im Umwelt- und Naturschutzbereich beitragen. Dieses Feld wurde mit vier Personen besetzt: diese sollten a) aus einem Profitunternehmen kommen, das Umweltsponsoring betreibt, b) aus einem Profitunternehmen kommen, das spendend/stiftend im Umweltbereich tätig ist, c) aus einer fördernden Stiftung kommen und d) aus dem Bereich der Fördermittel vergebenden öffentlichen Hand.

Das zweite Feld umfaßte zivilgesellschaftliche Mittlerorganisationen. Dieses Feld wurde mit drei Experten besetzt. Diese sollten a) als Mittlerorganisation im sozialen Bereich, b) im kulturellen Bereich sowie c) allgemein im zivilgesellschaftlichen Bereich tätig sein.

Das dritte Feld schließlich umfaßte den Bereich besonderer professioneller Bindungen zum Themenfeld, sei es Umweltschutz, sei es Fundraising. Auch hierzu wurden drei Experten befragt. Diese sollten a) aus dem Medienbereich, b) aus dem Bereich Fundraising und c) aus dem Bereich einer Umweltorganisation kommen. Da die Vorschläge an das BMU in Kooperation mit Umweltorganisationen entwickelt worden waren, schien es vertretbar, daß dieser Betroffenenbereich nicht im Zentrum der Experteninterviews stand.

Für die Interviews wurde ein offener Leitfaden entwickelt, der im Anhang dokumentiert ist.

Die Interviews wurden zwischen dem 30. Oktober 2002 und dem 20. November 2002 von drei Mitarbeitern des Maecenata Instituts durchgeführt. Sie dauerten

jeweils zwischen 60 und 90 Minuten. Die Ergebnisse der Gespräche für das Gutachten werden im Folgenden anhand von vier Themenkomplexen synthetisiert:

- Zivilgesellschaft und Finanzierung (b)
- Professionelles Fundraising (c)
- Umweltfundraising (d)
- Vorschläge an das BMU im Einzelnen (e).

Als Experten wurden interviewt (in Klammern der Interviewer seitens des Maecenata Instituts):

Experten im Feld 1

1. Interview mit Michael Anthony, Allianz AG, am 11. November 2002 in München (Philipp Schwertmann)

Der Interviewpartner ist seit sieben Monaten Sprecher in der Abteilung „Gesellschaftliche Kommunikation“ der Allianz AG. Der Bereich Gesellschaftliche Kommunikation der Allianz AG ist bei der Allianz Holding angesiedelt und bearbeitet Themen, die mit Corporate Responsibility zu tun haben und die Arbeit der Allianz weltweit berühren. Zu dem Arbeitsbereich gehört u.a. die Verwaltung der Spenden der Allianz und die Konzeption und Realisierung von Projekten.

Michael Anthony war davor vor allem als Journalist mit Auslandsberichterstattung beschäftigt. Für kurze Zeit war er bei der Bertelsmann Stiftung mit einer Benchmarking-Studie im IT-Bereich tätig. Bezüge zum Umweltbereich bestanden im Rahmen der allgemeinen journalistischen Tätigkeit.

2. Interview mit Josef Feldmann, Deutsche Bundesstiftung Umwelt, am 11. November 2002 in Osnabrück (Eva-Maria Hinterhuber)

Josef Feldmann ist Leiter der Stabsabteilung sowie Justitiar der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU). Die DBU ist weltweit die größte reine Förderstiftung im Umweltbereich. Im Regelfall besteht die Tätigkeit der DBU in der Projektförderung auf der Basis der Förderleitlinien der Stiftung. Mehr als 50% der Förderung spielt sich im Bereich der kleinen und mittleren Unternehmen ab.

Josef Feldmann begann seinen Werdegang als Landesbeamter über das Landwirtschaftsministerium in Niedersachsen, er war in der Niedersächsischen Landesvertretung vertretungsweise für das Land Niedersachsen Mitglied des Umwelt- und Agrarausschusses in Bonn, arbeitete im Umweltministerium in Niedersachsen und wechselte schließlich in die DBU. Seine außerberuflichen Bezüge zum Umweltbereich bestehen im Engagement in der Heimatgemeinde

gegen eine insbesondere mit erheblichen Problemen behaftete Sondermülldeponie.

3. Interview mit Dr. Franz-J. Weihrauch, Krombacher Brauerei Bernhard Schadeberg GmbH & Co. KG, am 15. November 2002 in Kreuztal (Eva-Maria Hinterhuber)

Franz-J. Weihrauch ist Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Krombacher Brauerei Bernhard Schadeberg, die mit dem Regenwald-Projekt Aufsehen erregt hat.

Hintergrund des Projektes ist, daß die Brauerei aufgrund des Reinheitsgebotes Bier als ein ökologisches Produkt per se ansieht. Daher setzt die Brauerei in der Werbung stark auf den Aspekt Natur. Das Thema Regenwald erschien, angesichts der 20jährigen Geschichte der Umweltbewegung, als ein werbewirksamer, weil nicht erklärungsbedürftiger und doch emotionaler Träger für eine positive Synergie zwischen dem Produkt und dem Werbeträger Naturschutz. Als Partner des Projekts wurden der WWF, sowie die GTZ gewonnen, als medialer Werbeträger Günther Jauch. Im Ergebnis konnte ein Projekt zum Schutz des Regenwalds in Dzangha-Sangha in der Zentralafrikanischen Republik realisiert werden. Inhaltlich setzt das Projekt bei einer Stabilisierung der sozialen Infrastruktur an: im Nationalpark wurden Mittel für Ausbildung, Jeeps und eine Kommunikationsanlage für die Ranger bereitgestellt, ebenso für ein regionales Krankenhaus und die Förderung von Ökotourismus.

4. Interview mit Dr. Michael Gödde, Ministerium für Landwirtschaft, Umweltschutz und Raumordnung in Brandenburg, am 18. November 2002 in Berlin (Eva-Maria Hinterhuber)

Michael Gödde ist Diplom-Geograf und promovierter Biologe. Er hat nach der Promotion den Weg in die Verwaltung eingeschlagen, arbeitete an der Landschaftsbehörde in Düsseldorf, leitete danach das Umweltamt in Bremerhaven und ist seit sieben Jahren in Brandenburg im Ministerium für Landwirtschaft, Umweltschutz und Raumordnung als Referatsleiter NATURA 2000 beschäftigt. Darüber hinaus ist er im Dienst des Landes u.a. in der Stiftung Naturschutzgeschichte in Königswinter tätig und ist Vorstandsmitglied der Stiftung Naturlandschaft des Landes Brandenburg. Insbesondere im letztgenannten Tätigkeitsbereich beschäftigt er sich mit Fragen des Fundraising und Sponsoring. Im ministeriellen Kontext hatte er intensiv mit Umweltschutzorganisationen im Rahmen des Verkaufs bzw. Verschenkens von BVVG-Flächen zu tun (Flächen der ehemaligen Treuhand).

Experten im Feld 2

5. Interview mit Burkhard Wilke, Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen, DZI, am 6. November 2002 in Berlin (Rainer Sprengel)

Burkhard Wilke ist Geschäftsführer und wissenschaftlicher Leiter des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen, DZI, in Berlin. Zudem ist er seit zwei Jahren Generalsekretär des ICFO (dem internationalen Dachverband der Spendenprüforganisationen).

Ziel des DZI ist es, seit seiner Gründung vor fast 110 Jahren, Dokumentations- und Auskunftsstelle für den Bereich der sozialen Arbeit im weitesten Sinne zu sein (Bibliothek, Literaturdatenbank usw.). Dazu zählt auch, als Plattform für Austausch, wissenschaftliche Diskussion und Meinungen zu dienen (z.B. Zeitschrift Soziale Arbeit des DZI). Schließlich gehört die dokumentierende Registrierung von sozialen spendensammelnden Organisationen dazu, mit dem Ziel über diese Auskunft in Form von Spenderberatung zu geben (also nicht im Sinne eines aufbewahrenden Archivs). Hiermit ist eine prüfende und analysierende Funktion verbunden, da im jährlichen Rhythmus die Organisationen das Siegel neu beantragen müssen (Satzungen, Wirtschaftsprüferberichte, ergänzende Prüfung durch das DZI). Auf Nachfrage von Spendern werden solche Prüfungen auch bei Organisationen durchgeführt, die das Siegel nicht beantragen – während das Spendensiegel gebührenfinanziert ist, sind solche Recherchen zuwendungsfinanziert.

Träger des DZI sind das Land Berlin, die Bundesregierung, der Deutsche Städte- und Gemeindetag, die Industrie- und Handelskammer sowie die Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege.

Seit 1993 ist Burkhard Wilke beim DZI tätig, zunächst als wissenschaftlicher Mitarbeiter für den Bereich des Spendensiegels. Sehr bald ist er dann auch zuständig geworden für alle Arbeitsbereiche im Rahmen der Geschäftsleitung. Von der Ausbildung her ist er Volkswirt. Im Studium war einer seiner Schwerpunkte Entwicklungsökonomie. Im Rahmen seiner DZI-Tätigkeit gab es auch immer wieder Diskussionen mit Umweltverbänden, wie etwa geprüfte Transparenz im Umweltbereich vorangebracht werden kann.

6. Interview mit Dr. Stefan Nährlich, Aktive Bürgerschaft e.V., am 14. November 2002 in Berlin (Rainer Sprengel)

Stefan Nährlich ist Geschäftsführer des Vereins Aktive Bürgerschaft e.V.

Der Verein Aktive Bürgerschaft sieht sein Ziel in der bundesweiten Kompetenzvermittlung für Bürgerengagement. Diese wird in vier Arbeitsbereichen geleistet: Bürgerstiftungen, Dritter-Sektor-Forschung, Corporate Citizenship und Nonprofit-Management. Der Verein führt Beratungen durch, ist als Lobbyist tätig, fertigt Gutachten an usw.

Träger des Vereins sind die Volksbanken und Raiffeisenbanken, die die Arbeit als Corporate Citizenship finanzieren. Obgleich die heutigen genossenschaftli-

chen Banken selbst mitten im Wettbewerb stehen, schließen die Träger damit ausdrücklich an die Prinzipien des Genossenschaftswesens an, nämlich Selbsthilfe, Selbstverwaltung und Selbstverantwortung. Diese sehen die Träger auch als Pfeiler der Bürgergesellschaft.

Stefan Nährlich hat zunächst eine Ausbildung in der Kommunalverwaltung gemacht, dann hat er sich während des Studiums der Wirtschaftswissenschaften bei Prof. Seibel und Prof. Zimmer mit Themen des Dritten Sektors befasst. Er promovierte über Reformprozesse in gemeinnützigen Organisationen am Beispiel eines DRK-Landesverbandes. 1997 fing er, zunächst als Referent, bei der Aktiven Bürgerschaft an. Berufsbegleitend hat er Lehraufträge zum Beispiel an der Universität Hannover zum Nonprofit-Management inne.

7. Interview mit Dr. Susanne Litzel, Kulturkreis der Deutschen Wirtschaft im BDI, am 20. November 2002 in Berlin (Philipp Schwertmann)

Susanne Litzel ist Geschäftsführerin des Kulturkreises der deutschen Wirtschaft, der Kulturstiftung der deutschen Wirtschaft, des Arbeitsrings Ausland für kulturelle Aufgaben und des Arbeitskreises Kultursponsoring (Lobbyistenvereinigung kultursponsernder Unternehmen). Alle Organisationen bis auf den Arbeitsring akquirieren eigene Gelder.

Die Mitglieder des Kulturkreises entstammen dem unternehmerischen Bereich. Seine Aufgabe ist es, junge Künstler aus den Bereichen Bildende Kunst, Literatur, Architektur und Musik zu fördern und dafür Gelder bei seinen Mitgliedern zu akquirieren. Daneben will der Kulturkreis den Dialog zwischen den Vertretern der Wirtschaft und den Künstlern fördern.

Susanne Litzel arbeitet seit zweieinhalb Jahren in den genannten Positionen. Davor war die studierte Musikwissenschaftlerin acht Jahre an der Hamburger Staatsoper als Dramaturgin und ebenfalls acht Jahre beim Philharmonischen Orchester Hamburg als Orchesterdirektorin tätig. Danach leitete sie zwei Jahre den Studiengang Kulturmanagement an der Hamburger Universität.

Experten im Feld 3

8. Interview mit Bernhard Pötter, die tageszeitung (TAZ), Ressort Wirtschaft und Umwelt, am 30. Oktober 2002 in Berlin (Rainer Sprengel)

Bernhard Pötter arbeitet seit 1993 bei der TAZ, zunächst in der Regionalredaktion Bremen, seit 1998 als Redakteur im Ressort Wirtschaft/Umwelt der Zentralredaktion in Berlin.

Für die TAZ gehört das Thema Ökologie seit ihrer Gründung zu einem der wichtigen Standbeine in der Berichterstattung. Als Tageszeitung ist sie die einzige in Deutschland, die der Ökologie einen entsprechenden Raum in der alltäglichen Berichterstattung zuweist. Zudem ist das Thema Ökologie dort in Verbindung mit einem klassischen Zentralressort von Zeitungen, nämlich Wirt-

schaft, in einer Redaktion zusammengefasst. Diese Kombination ist Ausdruck der Überzeugung, daß ökologische Probleme sowohl auf der Ursachenebene wie auf der Lösungsebene zentral mit dem wirtschaftlichen Handeln einer Gesellschaft verbunden sind: ökologische und wirtschaftliche Nachhaltigkeit gehören zusammen. Ökologie ist auch in verlegerischer Hinsicht ein Standbein: so führten ökologische Katastrophen stets zu einem erheblichen Anstieg an Abonnentenzahlen und verkauften Exemplaren, d.h. auch aus der Sicht der Leserschaft wird hier der TAZ eine besondere Kompetenz zugerechnet.

Bernhard Pötter studierte Amerikanistik, Jura und Politik in Berlin und den USA. Sein Themenschwerpunkt ist Ökologie an der Grenze zu Wirtschaft und Politik. Diesen Schwerpunkt bearbeitete er schon in der Regionalredaktion. Das Themenspektrum reicht von Naturschutz über Ökosteuer, ökologische Landwirtschaft bis hin zur Klimapolitik. Sein Interesse an ökologischen Fragen geht zurück auf eine umweltorientierte Erziehung in seinem Elternhaus. Während seines Studiums hat er Ende der 80er Jahre, Anfang der 90er Jahre viel zu den damaligen Debatten um Umweltschutz und Globalisierung gearbeitet, insbesondere bei Prof. Elmar Altvater.

9. Interview mit Frauke Liesenborghs, Global Challenges Network (GCN), am 11. November 2002 in München (Philipp Schwertmann)

Frauke Liesenborghs ist Geschäftsführerin und Projektleiterin des Global Challenges Network und dort auf freiberuflicher Basis tätig.

Dem GCN liegt der Gedanke zugrunde, ein Weltnetzwerk zum Thema Umwelt und Frieden zu schaffen und Menschen, die diese Themen an verschiedenen Stellen auf der Welt bearbeiten sollen, zusammenzubringen. Gründer des Netzwerks ist der Physiker Hans Peter Dürr.

Ein Schwerpunkt des GCN ist der individuelle Verbrauch von Energie. GCN propagiert beispielsweise einen Lebensstil, bei dem alle Menschen ähnlich viel Energie zur Verfügung haben. Dazu wurden Infomaterialien entwickelt, wie man seinen Energieverbrauch ermitteln kann und wie viel an Energie verbraucht („1,5 Kilowatt-Gesellschaft“) wird.

Frauke Liesenborghs war vorher Journalistin, (v.a. Reisejournalismus für Rundfunk und Magazine) und hat in einer Marketingagentur gearbeitet. Sie sieht sich im Umweltbereich nicht als Expertin, sondern eher als eine Informations- und Vernetzungsexpertin im Dienst von Umwelt und Frieden.

10. Interview mit Dr. Marita Haibach, selbständige Fundraiserin und Organisationsberaterin, am 14. November 2002 in Berlin (Rainer Sprengel)

Marita Haibach ist selbständige Fundraiserin und Organisationsberaterin.

Ziel ihrer Tätigkeit ist zum einen die Erhöhung der Ressourcenlage der CSO, aber auch der Beitrag zu einem veränderten gesellschaftlichen Bewußtsein

(verstärkte individuelle Verantwortung für das Gemeinwohl). Fundraising als reine Ressourcensuche hält sie für einen uninteressanten Selbstzweck.

Momentan ist Marita Haibach besonders im Bereich des Hochschulfundraising tätig, was nach ihren Angaben noch den Charakter einer Markterschließung hat. Ihr Zugang zum Einzelfundraising ist bestimmt durch einen Ansatz, der den konkreten Organisationen das unmittelbare Fundraising nicht abnimmt, sondern im Rahmen eines Organisationsberatungsprozesses dieses vorbereitet sowie das Fundraising entsprechend begleitet. Ein nachhaltiges Fundraising einer Nonprofit-Organisation kann aus ihrer Sicht nicht ohne eine permanente Rückkoppelung an die Inhalte der Organisation erfolgreich sein. Insofern erscheint ihr Fundraising als Outsourcing kaum perspektivenreich. Die Organisation muss daher diese Aktivitäten in die eigene Agenda integrieren. Hierbei hilft sie, um zum Beispiel zu verhindern, daß mit der Zuordnung des Themas Fundraising zu einer Person innerhalb der CSO Vorstände usw. für sich das Thema als delegiert und erledigt ansehen. Fundraising und Organisationsentwicklung gehören aus dieser Sicht zusammen.

Marita Haibach gehört seit Jahren zu den bekanntesten Fundraisern in Deutschland. Ihre Tätigkeit geht zurück auf ihre Promotion zum Thema Philanthropie in der Frauenbewegung in den USA. Seitdem hat sie mehrere wissenschaftliche Bücher und praktische Anleitungen zum Fundraising geschrieben bzw. herausgegeben. Seit 1990 ist ein Ziel ihrer Tätigkeit, Fundraising, orientiert an den USA, in ein ganz anderes, nämlich stärker staatlich geprägtes, deutsches Umfeld umzusetzen. Sie gehört zu den Initiatoren der Fundraising-Akademie in Frankfurt am Main und hat u.a. leitende Aufgaben im Rahmen der Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing – Deutscher Fundraiser Verband e.V. wahrgenommen. Ehrenamtlich ist sie als Vorsitzende der Prüfungskommission der Fundraising-Akademie tätig sowie als Vizepräsidentin der European Fundraising Association.

Ergebnisse der Interviews

b) Zivilgesellschaft und Finanzierungsfragen

Durchweg gehen die Experten von einem Verständnis zivilgesellschaftlicher Organisationen aus, das von folgenden Elementen geprägt ist:

- Privates Engagement, häufig in ehrenamtlicher Form
- Unabhängigkeit, insbesondere von staatlicher Einflussnahme
- Sachorientiertheit.

Die Dimension der Finanzierung der Arbeit von CSO wird in diesem Kontext als eine ureigene, die unabhängige Arbeit garantierende Aufgabe der CSO verstanden. Staatliche Finanzierung der Arbeit von CSO wird dabei vorherrschend als ein Gefährdungspotential für die Unabhängigkeit, die Sachorientiertheit oder das private Engagement der Arbeit von CSO angesehen.

Keiner der Experten folgert allerdings daraus, daß der Staat sich vollständig aus der Finanzierung von CSO zurückziehen sollte. Das Verständnis schlägt sich vielmehr als Maßstab nieder, welche Arten von Förderungen eher abzulehnen und welche eher zu befürworten sind.

Dieser Maßstab ist dabei nicht der einzige, der sich in den konkreten Einschätzungen niederschlägt. Erkennbar spielt auch eine Rolle, wie der jeweilige Experte die konkreten Finanzierungsprobleme von CSO im Alltag einschätzt. Ein immer wiederkehrender Topos ist dabei der Unterschied zwischen kleinen und mittleren CSO auf der einen Seite und großen CSO auf der anderen Seite, wobei den großen Organisationen Begriffe wie höherer Professionalisierungsgrad, Anonymität und bessere Chancen auf den Fundraisingmärkten zugerechnet werden, während den kleineren Organisationen eher Aspekte wie Ehrenamtlichkeit oder fehlende Ressourcen für professionelles Fundraising zugeordnet werden.

Durch solche Maßstäbe diversifizieren sich die Folgerungen, die aus der grundsätzlichen Einschätzung von CSO von den Experten jeweils gezogen werden. Erkennbar spielt auch eine Rolle, welcher Zugang zu Geld im gesellschaftlichen Bereich herrscht, in dem der Experte zu Hause ist.

So wenden die Experten, die mit Unternehmen oder dem Staat verbunden sind bzw. sich um Geldbeschaffung für CSO beruflich kümmern, den grundsätzlichen Maßstab moderater an als etwa die Vertreter derjenigen Organisationen, die sich selbst als Anreger und Wächter im zivilgesellschaftlichen Feld verstehen. Letztere entwickeln teilweise sehr dezidierte Ablehnungspositionen gegen einzelne Förderformen, während erstere im Zweifel für eine Einzelfallbetrachtung plädieren.

Mit dieser Einschränkung im Hintergrund kann man gleichwohl einige Grundaussagen der Experten zusammenfassen.

1. Die direkte Förderung einzelner CSO im Bereich Fundraising wird, mit Verweis auf die Unabhängigkeit und das Bild von CSO, teilweise vehement abgelehnt. Da diese Ablehnung bei Mittlerorganisationen und dem Pressevertreter besonders stark waren, ist diese Ablehnung besonders ernst zu nehmen. Daneben gibt es die Position einiger Experten, die mehr oder weniger jede Form von Geldflüssen an CSO begrüßen, gleichwohl diese Art nicht privilegieren, sondern andere Formen, etwa die Kompetenzstärkung, bevorzugen. Zudem wird auch von solchen indifferenten Experten verschiedentlich darauf hingewiesen, daß nicht auf diesem Wege politisch motivierte Bevorzugungen realisiert werden oder eine Subventionsmentalität entstehen dürfe. Schließlich gibt es noch die Minderheitenposition, die in der direkten Fundraisingförderung einzel-

ner CSO eine besonders geeignete Unterstützungsform sieht, da sie geeignet sei, die Unabhängigkeit von CSO zu stärken.

2. Bevorzugt werden vorherrschend grundsätzlich indirekte Fördermaßnahmen.

3. Ebenso werden politische Begleitmaßnahmen unterschiedlicher Natur als förderlich oder notwendig angesehen.

4. Scheinbar paradox scheint es zu sein, daß zwar direkte Fundraisingförderung für einzelne Organisationen teilweise abgelehnt oder skeptisch betrachtet wird, niemand aber staatliche Projektförderung an sich grundsätzlich ablehnt. Mehr noch: von mehreren Experten wird ein Mehr an institutioneller Förderung verlangt und sei es nur in Form einer erhöhten und großzügigen Berücksichtigung von Overhead-Mitteln der CSO im Rahmen von Projektfinanzierung. Hierbei spielt eine Rolle, daß das Projekt Fundraising die Unabhängigkeit der Organisation zum Gegenstand hat, während konkrete inhaltliche Projekte schon immer als Ausdruck der konkreten Arbeit einer CSO verstanden werden. Der kritische Blick auf reine Projektfinanzierung resultiert dann daraus, daß sich die Wertschätzung in Form von großzügigen Overhead-Mitteln gerade in der Kopplung an ein inhaltliches Projekt am besten darstellen lässt, ohne die Unabhängigkeit der Organisation in Frage zu stellen: sie wird im Rahmen ihres konkret beurteilten Tuns ‚belohnt‘, nicht aber, wie bei direkter Fundraisingunterstützung, aufgrund einer allgemeinen ministeriellen Wertschätzung der Organisation insgesamt.

c) Professionelles Fundraising

Durchweg unterscheiden die Experten explizit oder implizit zwischen zwei unterschiedlichen Professionalisierungsbegriffen beim Fundraising: zum einen wird über das Fundraising durch professionelle Fundraiser gesprochen, zum anderen über das professionell angelegte Fundraising einer Organisation in Verbindung mit ihrer inhaltlichen Arbeit.

Das Fundraising durch professionelle Fundraiser wird dabei in Form von externen Dienstleistern, als auch in Form von angestellten Fachfundraisern innerhalb einer Organisation wahrgenommen, wobei letztere in einem Sinne verstanden werden, daß sie zwar zur Organisation gehören, aber eine quasi externe Fachabteilung bilden. Beide Formen gelten als Negativbild von Fundraising, das entweder gar nichts bringe oder nur in klassischen, technischen Feldern wie Massenmailings. Aus den Unternehmen war zum Beispiel zu hören, daß sie schlicht nicht mit Fundraisern in diesem Sinne reden würden.

Von dieser Art von Fundraising unterschieden wird das professionelle Fundraising als Teil der Arbeit einer CSO. Als ein wesentliches Trennungsmerkmal werden die inhaltliche Einbindung und insbesondere auch der Aspekt angeführt, daß diese Art des Fundraising gleichsam Chefsache ist, also zentral durch die Führungspersonen einer CSO wahrgenommen werden muss. Ein professionell ausgebildeter Fundraiser wäre aus dieser Sicht eine Person, die mit dem ‚Herzblut‘, wie es ein Experte ausdrückt, bei den Inhalten der CSO dabei ist und zu-

gleich eng mit dem Vorstand zusammenarbeitet, also etwa Gespräche und Kontakte vor- und nachbereitet usw., sofern nicht die Arbeit überhaupt von den leitenden Mitgliedern der CSO selbst erledigt wird.

Grundsätzlich herrscht die Auffassung vor, daß Fundraising eine mittel- bzw. langfristig angelegte Tätigkeit ist, und daß es dabei auf den Aufbau bzw. Ausbau persönlicher Kontakte und Netzwerke ankommt.

Keiner der Experten legt sich darauf fest, daß eine Professionalisierung im Bereich Fundraising nachweisbar Erfolge zeitigt. Einzelne Experten führen für Erfolge eigene Erfahrungen an, andere vermuten positive Wirkungen. Einigkeit besteht darin, daß dies momentan nicht durch empirisch belastbare Zahlen belegt werden kann.

Als grundsätzliches Problem wird angesehen, daß die objektive Verfasstheit relevanter Teilmärkte und insbesondere des Spendenmarktes auch durch externe Faktoren wie die steuerliche Abgabenlast beschränkt sei und sich damit der Bearbeitung durch Fundraising weitgehend entziehen. Erfolge der einen Organisation gingen daher eher zu Lasten anderer Organisationen oder Zwecke.

Einigkeit herrscht insgesamt darüber, daß in den letzten zehn Jahren das Fundraising in Deutschland auf allen Ebenen professioneller geworden sei, also sowohl auf der Ebene externer Dienstleister, als auch auf der Ebene des in CSO vorhandenen Wissens. Allerdings wird immer wieder bemerkt, daß diese Professionalisierung gleichwohl noch nicht den Stand etwa der USA erreicht habe und die Professionalisierung auch sehr unterschiedlich verteilt sei. In diesem Kontext wird auf die Ressourcenproblematik insbesondere bei kleinen und mittleren CSO hingewiesen, die im Vergleich zu Organisationen wie Greenpeace oder WWF deutlich hinterhinken.

d) Umweltfundraising und Fundraisingmärkte

Die Frage, ob Fundraising für Umweltfragen schwieriger sei als für soziale oder kulturelle Fragen, wird ganz uneinheitlich beantwortet. Von der Bejahung bis zur Verneinung finden sich unterschiedliche Mischpositionen, die die Teilbereiche Umwelt, Kultur und Soziales ausdifferenzieren, z.B. nach dem Kriterium des Nutzens für den Spender. Dabei wird aber nicht zwingend so argumentiert, daß etwa Geld vor allem im Nahbereich ausgegeben würde, also etwa nach dem Kriterium, ob man selbst etwas unmittelbar davon habe, indem man ein Theater besuchen kann. Ein auch geografisch fernliegendes Ziel könne gerade deshalb attraktiv sein, weil eine Spende für den Regenwald zugleich davon entlasten könne, am eigenen unmittelbaren Umweltverbrauch etwas zu ändern.

Größere Einigkeit herrscht hingegen darin, daß die Position kleiner und mittlerer Organisationen grundsätzlich schwieriger sei, als bei größeren Organisationen, denen z.B. eine mediale Verstärkung ihrer Arbeit leichter gelinge.

Einig sind sich die Experten auch darin, daß Umweltfundraising im Wesentlichen eines ist, nämlich Fundraising. Das spezielle Thema Umwelt schaffe im Hinblick auf Fundraising kaum genügend Differenzen zu anderen Bereichen wie Kultur oder Soziales, daß sich hieraus andere Techniken und Vorgehensweisen ableiten ließen. Argumente für ein eigenes Curriculum Umweltfundraising werden nicht vorgebracht. In diesem Kontext wird vielmehr darauf verwiesen, daß Unterschiede im Fundraising eher an solchen Fragen hängen wie: kleine vs. große Organisation, Märkte im Nahbereich oder nationale Marktbearbeitung, Massenmailing und Persönlichkeitsfundraising, Stellung des Fundraisings innerhalb einer Organisation u.ä. Alle diese Aspekte sind zweckinvariant, betreffen kulturelle CSO genauso wie Umwelt-CSO.

In unterschiedlicher Tiefe thematisieren die Experten die Situation in Teilmärkten, wie den Spendenmarkt oder den Sponsoringmarkt.

Bezogen auf den Sponsoringmarkt wird insbesondere von Unternehmensseite argumentiert, daß Umwelt- und Naturschutz bei Unternehmen weniger auf den Spendenbereich, als vielmehr auf den Sponsoringbereich setzen können. Als Grund wird angeführt, daß Spenden Bereichen vorbehalten sind, die am Rande unternehmerischer Tätigkeit liegen. Hierzu gehört für viele Unternehmen beispielhaft der Kulturbereich.

Umwelt- und Naturschutz führen hingegen in der Regel in die Mitte von Geschäftsinteressen von Unternehmen, da das Thema insgesamt von gesellschaftlich hoher Bedeutung ist. Die Vermeidung schlechten Images oder die Gewinnung guten Images sind konkrete Übersetzungen solcher Geschäftsinteressen. Hier sollten Umwelt- und Naturschutz-CSO mit stärkerem Selbstbewußtsein nach möglichen Synergien und wechselseitigen Gewinnen mit geeigneten Produkten suchen. Damit wird auch deutlich, warum reine Fundraiser in solchen Fällen keine bevorzugten Gesprächspartner sein können: die Konkretion einer Kooperation mit einer CSO muss das Höchstmaß an Seriosität und Inhaltlichkeit seitens der CSO gewährleisten.

Bezogen auf den Spendenmarkt wird eher skeptisch beurteilt, daß ohne Änderung von Rahmenbedingungen eine Professionalisierung von Fundraising mit einer Erhöhung des Spendenkuchens einhergeht. Skeptisch werden teilweise auch Möglichkeiten des Staates beurteilt, da auf absehbare Zeit z.B. eine Reduktion der Abgabenlast nicht zu sehen ist, mithin auch wenig Spielraum, um durch gezielte Fördermaßnahmen für bessere Bedingungen materieller Natur zu sorgen.

Unter dieser Perspektive wird auch der Zugang zu dem Themenbereich zivilgesellschaftlicher und staatlicher Pflege von Spendenmärkten gesehen, z.B. durch selbstentwickelte oder verordnete Standards, Spendenprüfsiegel u.ä. Eine positive Dynamisierung des Spendenkuchens erwartet niemand von solchen Maßnahmen, allenfalls einen größeren Anteil für jene Organisationen, die erfolgreich ein akzeptiertes und bekanntes Siegel führen dürfen. Als Problem wird in diesem Kontext thematisiert, daß mit Standards und Prüfungen Arbeiten und

Kosten für die CSO verbunden sind oder sein können, die zu einem faktischen Ausschluss insbesondere kleinerer CSO führen können.

Auch wird als Problem gesehen, daß sich die inhaltliche Arbeit schwer bewerten oder prüfen lasse, mithin Standards stets an solchen Aspekten wie Verwaltungskosten, Geschäftsführung usw. festgemacht werden müssen, die über die inhaltliche Dimension wenig aussagen.

Gleichwohl werden erhebliche Handlungsbedarfe und mögliche oder nachweisbare positive Effekte gesehen, die von Standards ausgehen. Im Einzelnen werden als Bedarf genannt:

- Spenderschutz und Spendenschutz: Abgesehen von dem Teilbereich, den das DZI partiell abbildet, fehlen insbesondere dem normalen Durchschnittsspender unabhängige Informationsquellen. In mehreren Interviews ließen Experten erkennen, daß für externe Dritte nicht nachzuvollziehen ist, was in den CSO tatsächlich passiert und was es, sei es nur aus Dilettantismus, in CSO bei der Verwendung von Geldern an ungeheimten Dingen gibt.
- Transparenz: Kein Interviewpartner vertritt, daß CSO in der Regel transparent seien. Als konkretes Problem wird das aus zwei unterschiedlichen Perspektiven betrachtet. Ein Teil der Experten sieht für die eigene Organisation darin kein unmittelbares Problem, da sie selbst über Mittel und Netzwerke verfügen, um sich zu vergewissern, ob sie mit einer konkreten CSO kooperieren wollen. Zugleich benennen sie das als Problem für normale Menschen, die nicht auf diese Ressourcen zurückgreifen können.
- Regulierung: ein eventueller staatlicher Regulierungsbedarf wird verneint, insofern man darunter eine erweiterte staatliche Kontrolle von CSO versteht. CSO und Öffentlichkeit sollen vor allem selbst agieren. Eine grundsätzliche staatliche Zuständigkeit in Fragen des Spenderschutzes oder der Transparenz wird hingegen wiederum bejaht. Der Staat soll sich um geeignete Rahmen bemühen und Finanzierungen bereitstellen, um zum Beispiel die Prüfung der Einhaltung von Standards zu ermöglichen. Als wichtig für das Funktionieren von Standards und Prüfverfahren werden die Unabhängigkeit der Prüforganisation sowie die Akzeptanz in der Öffentlichkeit und bei den Organisationen genannt. Über die ministerielle Zuständigkeit herrscht Uneinigkeit, auch wenn mehrere Experten im Spenderschutz eine originäre Aufgabe des Verbraucherschutzes sehen. Andere sehen das Innen- oder das Justizministerium in der Pflicht. Allgemein wird unterstrichen, daß es durchaus auch fachliche Dimensionen zu berücksichtigen gibt, so daß von einer Querschnittsaufgabe zu sprechen ist, für die sich aber, so ein Experte, gerade deshalb im Moment im politischen Raum niemand zuständig fühlt.

Als Vorteile, die die Einführung und Prüfung von Standards mit sich bringen würden, werden, teilweise unter Bezug auf Erfahrungen des DZI bzw. des sozialen und humanitären Bereiches, formuliert:

- CSO werden für sich selbst durchsichtiger und in diesem Sinne professioneller, weil sie gezwungen sind, sich nach definierten Standards erst einmal selbst zu analysieren.
- CSO mit entsprechend eingeführten Siegeln können sich besser auf den Märkten behaupten. Interessant ist in diesem Kontext der Hinweis, daß es z.B. für ein Unternehmen zwar im Hinblick auf den Prüfungsvorgang uninteressant, als Markenartikel jedoch sehr interessant wird, da so der Öffentlichkeit leicht kommuniziert werden kann, daß man mit seriösen und anerkannten CSO kooperiert.
- Es entsteht eine größere Robustheit des Gesamtmarktes gegenüber nie zu verhindernden kriminellen Energien oder Missbrauchsphänomenen einzelner Teilnehmer am Markt.
- Es beugt der Gefahr wilder Rankings besonders aus dem journalistischen Bereich vor, wobei von mehreren Experten von sich aus das Ranking der Zeitschrift Öko-Test angesprochen wird.

Zusammengefasst kann man die vorherrschende Position der Experten so ausdrücken: Im Bereich von Standards und Transparenz liegt vieles im Argen und ein Handlungsbedarf besteht sowohl von staatlicher wie zivilgesellschaftlicher Seite besonders jenseits des sozialen und humanitären Bereichs. Diesem Bedarf sollte mit den Mitteln eines ermöglichenden Staates begegnet werden. Die Erwartungen an die positiven, materiellen Effekte sollten nicht überschätzt werden, obgleich eine Reihe von Effekten, die sich positiv in der Arbeit von CSO niederschlagen, erwartbar sind. Erfahrungen aus dem sozialen und humanitären Bereich zeigen, daß diese positiven Effekte auch eintreten. Der Umwelt- und Naturschutzbereich gehört wie der Bereich der Kultur zu den Entwicklungsgebieten mit Nachholbedarf.

e) Zu den Vorschlägen im Einzelnen

Den Experten ging vor den Interviews die Leistungsbeschreibung des BMU zur Vorbereitung zu. Sie konnten damit die Einzelvorschläge kennen. Im Interview wurden diese nicht Vorschlag für Vorschlag abgefragt, sondern sie wurden in Form von drei Vorschlagsgruppen präsentiert.

1. Vorschlagsgruppe

Die erste Gruppe wurde so eingeführt: „Wie beurteilen Sie es, wenn das BMU konkrete einzelne Fundraisingprojekte einzelner Organisationen fördert (Investitionsdarlehen, konkrete Fundraisingprojekte, Fundraisingstellen)?“

Ein Teil der Experten lehnt solch eine Art der Förderung aus den grundsätzlichen Überlegungen, wie sie oben unter Punkt b) schon dargelegt wurden, sehr ausdrücklich ab. Die Vermutung, daß es dabei zu einer systematischen Unterscheidung zwischen Darlehen oder Fundraisingstelle käme, bestätigt sich nicht. Ein Experte weist vielmehr ausdrücklich darauf hin, daß es für den Bereich der Kreditierung gemeinnütziger Einrichtungen mittlerweile ausreichend Potential im Bankenbereich gebe und dort das BMU erst recht gar nichts zu suchen hätte (z.B. GLS Gemeinschaftsbank). Mehrere Experten reflektieren darauf, welchen Grund es für ein Ministerium legitimatorisch geben könnte, sich in dieser Weise an der (Re)Finanzierung einer CSO zu beteiligen – und kommen zu dem Schluss, daß ihnen nur schlechte Gründe einfielen: Einflussnahme über Förderung genehmer Organisationen usf.

Experten, die diese Art der Finanzierung nicht ablehnen, folgen im Wesentlichen dem Muster: alles Geld ist in diesem schwierigen Bereich willkommen, wobei dann teilweise die später erörterten Förderformen ausdrücklich als besser geeignet charakterisiert werden.

Schließlich gibt es noch die Expertenposition, hierin eine eher zu begrüßende Maßnahme zu sehen, besonders aus dem Ministerium, dessen Handeln dem österreichischen Modell entspricht.

2. Vorschlagsgruppe

Die zweite Gruppe wurde so eingeführt: „Wie beurteilen Sie die Finanzierung mittelbarer Kompetenzstärkung im Bereich Fundraising von Umweltorganisationen durch das BMU, z.B. durch Förderung von Fortbildung, Teilnahme an Fundraisingkongressen, Finanzierung von Spendenmarktuntersuchungen?“

Diese Vorschlagsgruppe trifft einhellig auf ungeteilte Zustimmung, wobei je nach Experten zu Einzelaspekten Einschränkungen oder konkrete Anregungen gegeben werden. Grundsätzlich wird bei dieser Art von Fördermaßnahmen als Vorteil angesehen, daß die Chancengleichheit des Zugangs zu den Fördermitteln besser zu gewährleisten sei, ebenso auch die Frage der Unabhängigkeit der CSO kaum berührt wird.

Die Förderung von Fortbildungsmaßnahmen wird als Kompetenzstärkung der CSO begrüßt, die zudem gewährleistet, daß jene Form des Fundraisings am ehesten Förderung erfahre, die von den Experten als chancenreich angesehen wird, nämlich ein in die Arbeit der Organisation eingebundenes Fundraising (vgl. oben Punkt c). Angeregt wird dabei eine strikt nachfrageorientierte Förderung, also keine Finanzierung von Seminarangeboten etc. Eine angebotsorientierte Förderung sei schon deshalb überflüssig, weil die Angebotsseite gut ent-

wickelt ist. Die nachfrageorientierte Förderung könnte über Gutscheine oder Stipendien am besten realisiert werden.

Gegenüber dem Bereich Spendenmarktuntersuchung wird verschiedentlich bemerkt, daß es hier ohne Zweifel Defizite gebe, nicht aber erkenntlich sei, warum die Ergebnisse solcher Untersuchungen speziell dem Umweltbereich zukommen sollten.

3. Vorschlagsgruppe

Die dritte Gruppe wurde so eingeführt: „Wie beurteilen Sie die Strukturbereitstellung und -förderung etwa in Form einer Informationsstelle, die über Spendersoftware, rechtliche Fragen usw. informiert, oder in Form politischer Unterstützung?“

Auch diese Förderungsgruppe wird, teilweise mit den gleichen Argumenten wie bei der zweiten Gruppe, von den meisten Experten im Grundsatz begrüßt. Präzisierungen und Einschränkungen werden in diesem Bereich allerdings vielfältiger.

- Erheblicher Bedarf wird im Informations- und (Rechts)Beratungsbereich bei CSO, aber auch in der Information der allgemeinen Öffentlichkeit über Spenden und andere Fundraisingthemen gesehen. Anlaufstellen für Rechtsberatung, die Erstellung entsprechenden Informationsmaterials, um z.B. die Öffentlichkeit über mit der Gemeinnützigkeit verbundene Auflagen und Kontrollen zu informieren, Hinweise zu erfolgreichem Fundraising oder Hilfsmittel dafür und manches mehr werden als Einzelvorschläge angeführt.
- Auch die Frage, wie solche eine Stelle aussehen soll, wird von mehreren Experten erörtert. Dabei wird der Anlagerung an vorhandene zivilgesellschaftliche Strukturen eindeutig der Vorzug gegeben. Die Schaffung einer neuen Einrichtung wird verschiedentlich eindeutig abgelehnt.
- Immer wieder wird die Spezifik der Aufgaben zum Thema: Die meisten genannten Strukturaufgaben werden als nicht umweltspezifisch eingeschätzt. Auch deshalb wäre die Anlagerung von entsprechenden Bedürfnissen an vorhandene Institutionen vorteilhaft.
- Als wichtig wird verschiedentlich benannt, daß es um ermöglichende Strukturen geht, und insbesondere auch auf die vorhandenen Märkte und Einrichtungen Rücksicht genommen werden muss. So könne es z.B. nur um Orientierung über vorhandene Spendersoftware gehen, nicht aber um Initiierung und möglicherweise Mitfinanzierung einer zu entwickelnden Software.

Resümee

Angesichts der Disparität der Stakeholder, die sich dem Thema aus sehr unterschiedlichen Blickwinkeln und Erfahrungshintergründen nähern, haben sich zu einer Reihe von Fragen erstaunliche weitgehende Konvergenzen ergeben. Allerdings muss man feststellen, daß es bei fast allen Punkten auch abweichende Expertenauffassungen gibt. Im Folgenden werden diese Konvergenzen resümiert, auch wenn nicht immer im Detail jeder Experte diesen zustimmen würde:

1. Eine Konvergenz besteht im Verständnis von CSO als am privaten Engagement hängenden und vom Staat unabhängigen Initiativen für das Gemeinwohl.
2. Der Staat als Förderer von CSO soll eher dem Leitbild eines ermöglichenden Staates entsprechen.
3. Als erfolgreiches Fundraising wird jene Form angesehen, die eng mit der inhaltlichen Arbeit von CSO verzahnt ist.
3. Der Staat soll das Fundraising von CSO durch verbesserte Rahmenbedingungen, Informations- und Beratungsstellen, Strukturbereitstellung, Unterstützung von Standards fördern.
4. Entsprechend der Idee des ermöglichenden Staates soll nicht auf eigenbetriebliche Maßnahmen des Staates gesetzt, sondern der Förderung von vorhandenen CSO und CSO-Strukturen der Vorzug gegeben werden.
5. Kompetenzstärkung wird als Förderziel einhellig befürwortet, wobei niemand sich für angebotsorientierte Maßnahmen ausspricht.
6. Umstritten ist insbesondere die unmittelbare Projektförderung im Fundraisingbereich, die teilweise auf entschiedene Ablehnung stößt.

II: Finanzierungs- und Engagementstrukturen im Umweltbereich im internationalen Vergleich

In diesem Abschnitt soll geklärt werden, ob und inwiefern Indizien ermittelt werden können, die für einen besonderen Fundraisingbedarf im Bereich des Umwelt-, Natur- und Tierschutzes für CSO spricht. Dazu wird in der Form eines internationalen Vergleiches untersucht, wie die Ressourcenstruktur von Umwelt-, Natur- und Tierschutz-CSO aussieht.

CSO verfügen, im Unterschied zu staatlichen Institutionen einerseits, Profitunternehmen andererseits, über zwei Quellen bei ihren materiellen Ressourcen:

1. **Geld.** Die monetären Quellen von CSO können Zuwendungen der öffentlichen Hand, Gebühren für erbrachte Leistungen (z.B. Sponsoring, Verkauf von Eintrittskarten oder Material) und Spenden und Stiften sein.

2. **Freiwillige Mitarbeiter.** CSO profitieren von freiwillig Engagierten, d.h. dem Schenken von Zeit und Wissen.

Die freiwilligen Mitarbeiter stellen unmittelbar eine wichtige personelle Ressource dar. Zudem beschäftigen und bezahlen viele CSO hauptamtlich Tätige.

Umfang und Struktur dieser Dimensionen, an denen die Handlungsfähigkeit von CSO hängt, soll international vergleichend auf der Grundlage statistischen Materials analysiert werden. Dabei dienen als statistische Quelle die Zahlen, die im Rahmen des Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project (JHCNP) in den 1990er Jahren in zwei Phasen ermittelt wurden.²

Im Rahmen des JHCNP wurden die CSO nach ihren Haupttätigkeitsfeldern gemäß der in diesem Projekt entwickelten International Classification for Nonprofit Organizations klassifiziert. Nicht alle Klassifikationen entsprechen typischen deutschen Einteilungen. Die Kategorie „Environment“ umfaßt allerdings den Gesamtbereich der Umwelt- und Tierschutzorganisationen. Sie ist also kompatibel mit bei uns üblichen Zusammenfassungen, hat aber den Nachteil, daß eine Unterscheidung nach Umwelt-, Natur- und Artenschutz auf der einen, Tierschutz auf der anderen Seite nicht möglich ist – auf Unterschiede wird im Abschnitt III eingegangen. Die entsprechenden Daten müssen daher ohne weitere Erörterung oder Unterrechnungen verwendet werden.

Zum Verständnis der weiteren Ausführungen zu den Quellen der Einnahmen sind folgende Definitionen aus dem JHCNP notwendig:

1. **Public Sector:** Hierunter werden direkte Zahlungen (Zuwendungen) der öffentlichen Hand an eine CSO verstanden
2. **Fees:** Hierunter werden alle Gebühren/Zahlungen verstanden, die für konkret erbrachte Leistungen an eine CSO fließen, was u.a. den Bereich der Mitgliedsbeiträge einschließt.
3. **Philanthropy:** Hierunter werden alle Formen des Spendens/Stiftens verstanden, bei denen Geld ohne Gegenleistung an eine CSO fließt. Bei Rechnungen, in denen das Spenden von Zeit mit einkalkuliert wird, fällt der kalkulierte Geldwert der gespendeten Zeit in die Kategorie Philanthropy.

² Die Ergebnisse der Phase II mit einer Datengrundlage von 1995 wurden 1999 publiziert. Für den hier interessierenden Kontext sind die Angaben für 20 Länder brauchbar. Diese Daten stellen momentan die beste Basis für eine solche Strukturanalyse dar. Sofern sich mit neuerem Material aus anderen Quellen spezifische Aussagen zu Entwicklungen der letzten Jahre für Deutschland angeben lassen, werden diese später in der Analyse der Teilmärkte ergänzt (Abschnitt III).

a) Allgemeine Ergebnisse des Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project (JHCNP)

Ein wesentliches allgemeines Ergebnis des JHCNP besteht darin, gezeigt zu haben, daß sich in keinem der untersuchten Länder eines findet, in dem der CSO-Sektor hauptsächlich aus philanthropischen Mitteln seine Geldeinkünfte bezieht. Die Trennlinie verläuft vielmehr zwischen der Minderheit an Ländern, in denen die cash-Einnahmen von CSO vor allem aus direkten staatlichen Zuwendungen kommen: Das ist zum Beispiel in Frankreich und Deutschland der Fall. In der Mehrheit der Länder sind es die Fees, die Gebühren für erbrachte Leistungen, die die Haupteinnahmequelle ausmachen: Dies ist in so unterschiedlichen Ländern wie den USA, Finnland, Mexiko, Australien oder Japan der Fall.

Zugleich hat das JHCNP gezeigt, daß sich dieser allgemeine Befund je nach Tätigkeitsbereich sehr unterschiedlich ausnehmen kann. Unterschiede bestehen zum einen zwischen den Tätigkeitsbereichen innerhalb eines Landes, als auch zwischen den Ländern in ein und demselben Tätigkeitsfeld. Das Tätigkeitsfeld Umwelt-, Natur- und Tierschutz soll entsprechend im Weiteren auf internationale Gemeinsamkeiten wie sektorale Differenzen untersucht werden.

b) Einkommensstruktur von CSO im Umweltschutz, Naturschutz und Tierschutz

Die Tabelle I zeigt für 20 Länder die Geldeinkommensstruktur von CSO im Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereich. In vier Ländern stellt die Haupteinnahmequelle der philanthropische Bereich dar, in 14 Ländern sind es fees und lediglich in vier Ländern kommt das meiste Geld direkt von der öffentlichen Hand. Schon dieser Befund weist darauf hin, daß die Finanzierung durch private Gelder im Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereich eine erhöhte Bedeutung hat, zumal wenn man bedenkt, daß das Institut der (passiven) Fördermitgliedschaft in diesen Zahlen aus Erhebungsgründen unter der Rubrik Fees dargestellt wird.

Tabelle I: Einkommensstruktur von CSO im Umwelt- und Tierschutzbereich (Die Haupteinnahmequelle im jeweiligen Land ist fettgedruckt)

Land	Public Sector	Fees	Philanthropy
Argentinien	1,1%	60,9%	38%
Australien	38,1%	45,2%	16,7%
Belgien	93,6%	4,1%	2,3%
Brasilien	27%	-	73%
Deutschland	22,3%	62,1%	15,6%
Finnland	11%	87%	2%

Frankreich	32,1%	52,4%	15,4%
Großbritannien	28%	25%	47%
Irland	94,4%	-	5,6%
Israel	31,5%	66,2%	2,3%
Japan	26,5%	50,9%	22,6%
Kolumbien	26,7%	30,7%	42,6%
Mexiko	-	74,9%	25,1%
Niederlande	23,4%	60,5%	16,2%
Peru	62,4%	8,8%	28,8%
Rumänien	58,7%	15%	26,3%
Slowakei	12,6%	74,1%	13,3%
Spanien	30%	10%	60%
Tschechien	33,5%	44,1%	22,5%
Ungarn	10,6%	68,9%	20,5%

Quelle: JHCNP, Global Civil Society, 1999, eigene Darstellung

Besonders eindrucksvoll sind die Strukturunterschiede zwischen dem CSO-Bereich insgesamt und dem Teilsegment Umwelt-, Natur- und Tierschutz zum Beispiel in Deutschland: bei Umwelt- und Tierschutzorganisationen macht der monetäre Anteil der Philanthropie 15,6% aus, im gesamten deutschen Nonprofitsektor sind dies lediglich 3,4%; auch der Anteil der Fees erhöht sich auf 62,1% im Vergleich zum deutschen Gesamtsektor mit 32,3%. Hierbei macht sich konkret die Bedeutung von (Förder)Mitgliedschaften im Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereich geltend, die im JHCNP dem Bereich der Fees zugeordnet sind, zum Teil aber wohl auch als eine besondere Form der Philanthropy angesehen werden können. Entsprechend deutlich erniedrigt ist dann die Staatsquote, die von 64,3% im Gesamtsektor auf 22,3% der CSO im Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereich fällt. Die Veränderungen der Zahlen für Frankreich sehen übrigens genauso aus.

Europa liefert andererseits auch zwei Beispiele von Ländern, bei denen die hohe Staatsquote im CSO-Sektor im Umwelt-, Natur und Tierschutzbereich noch einmal übertroffen wird, nämlich Belgien und Irland. Bei diesen beiden Fällen handelt es sich im internationalen Bereich zugleich um die Spitzenreiter bei der staatlichen Finanzierung von CSO überhaupt mit jeweils 77% durchschnittlichem Anteil.

In der folgenden Tabelle II werden die Abweichungen systematisch für alle betrachteten Länder ausgedrückt. Der Grad der Abweichung zwischen Umwelt-,

Natur- und Tierschutzbereich auf der einen Seite, dem CSO-Sektor insgesamt in dem jeweiligen Land auf der anderen Seite wird mit Hilfe von +/- visualisiert.³

In 15 der dargestellten 20 Länder ist der relative Anteil der Geldeinnahmen aus dem Bereich Philanthropie für Umwelt-, Natur und Tierschutz-CSO nicht nur höher als für den Gesamtbereich aller CSO in dem jeweiligen Land, sondern sogar deutlich höher: in neun Ländern ist dieser Anteil mindestens drei Mal so hoch, in vier weiteren Fällen mindestens doppelt so hoch. Unter den fünf Ländern, bei denen der Anteil Philanthropie sinkt, finden sich drei, bei denen die fees deutlich ansteigen. Die international ganz vorherrschende Tendenz ist also die, daß im Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereich der Zufluss privater Geldmittel an CSO absolut wie relativ von ganz herausragender Bedeutung ist.

Tabelle II: Abweichung der cash-Einnahmestruktur der CSO im Umwelt- und Tierschutzbereich im Vergleich zum gesamten CSOP-Sektor in dem betreffenden Land

Land	Public Sector	Fees	Philanthropy
Argentinien	- - -	-	+ + +
Australien	-	-	+ +
Belgien	+	- - -	- -
Brasilien	+	-	+ + +
Deutschland	- -	+	+ + +
Finnland	- - -	+	- - -
Frankreich	-	+	+ + +
Großbritannien	-	-	+ + +
Irland	+	- - -	-
Israel	- -	+ +	+ + +
Japan	-	-	+ + +
Kolumbien	+	- -	+ +
Mexiko	- - -	-	+ + +
Niederlande	- -	+	+ + +
Peru	+ + +	- - -	+ +

³ Ein Pluszeichen bedeutet, daß der Anteil bei CSO im Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereich höher ist als im gesamten Nonprofitsektor des Landes, zwei Pluszeichen zeigen an, daß er mindestens doppelt so hoch ist, drei Pluszeichen, daß er mindestens drei mal so hoch liegt. Die Minuszeichen drücken entsprechend eine Verringerung des Anteils aus (ein Minus: niedriger, zwei Minus: höchstens die Hälfte, drei Minus: höchstens ein Drittel).

Rumänien	+	-	+
Slowakei	-	+	-
Spanien	-	- - -	+ + +
Tschechien	-	-	+
Ungarn	- -	+	-

Quelle: JHCNP, Global Civil Society, 1999, eigene Berechnung und Darstellung

c) Zeitspender bei CSO im Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereich

Das Spenden von Geld ist die eine, das Spenden von Zeit die andere Form, in der sich Bürgerschaftliches Engagement für eine Sache ausdrückt. Zur Beurteilung dieser Dimension stehen Daten aus 16 Ländern zur Verfügung. Die folgende Tabelle vergleicht den Anteil hauptamtlicher Beschäftigung, den Umwelt-, Natur- und Tierschutz-CSO am Gesamtsektor der CSO haben mit dem Anteil, den sie haben, wenn man die geschenkte Zeit Freiwilliger in ihnen und im Gesamtsektor mit einrechnet.

Zunächst einmal ist erkennbar, daß der Bereich Umwelt-, Natur- und Tierschutz als Arbeitgeber im Nonprofitsektor marginal ist: Ebenso erkennbar ist aber die überproportionale Bedeutung freiwilligen Engagements: in 11 der 16 Länder erhöht sich der Anteil am gesamten Arbeitszeitaufkommen aller CSO für die CSO im Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereich deutlich, darunter in sechs Fällen, wie in Deutschland, Frankreich, Australien oder Rumänien sogar um mehr als das Dreifache. Dem steht mit Finnland lediglich ein Land mit einem relativ deutlichen Abfall gegenüber.

Tabelle III: Beschäftigungsanteil bei Umwelt- und Tierschutz-CSO am gesamten Nonprofitsektor ohne und mit Freiwillige

Land	Nur Hauptamtliche	Mit Freiwilligen
Argentinien	0,3%	1,2%
Australien	0,4%	1,3%
Brasilien	0,2%	0,2%
Deutschland	0,8%	2,5%
Finnland	1,0%	0,7%
Frankreich	0,9%	4,7%
Großbritannien	1,2%	2,0%
Irland	0,9%	0,8%
Israel	0,7%	0,6%

Japan	0,4%	0,6%
Niederlande	1,0%	2,0%
Österreich	0,4%	0,3%
Rumänien	0,6%	2,1%
Slowakei	5,8%	8,0%
Tschechien	3,5%	5,7%
USA	-	0,8%

Quelle: JHCNP, Global Civil Society, 1999, eigene Berechnung und Darstellung

Mit anderen Worten: im Vergleich zum Durchschnitt aller Tätigkeitsfelder ziehen Umwelt-, Natur- und Tierschutz-CSO überproportional viel freiwilliges Engagement auf sich. Nicht nur von den Geldspenden, sondern auch vom freiwilligen Engagement her stammen in den meisten Ländern die materiellen Ressourcen von CSO im Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereich aus privaten Quellen. Die Privatquote ist relativ hoch, schwankt dabei allerdings durchaus von Land zu Land.

d) Umwelt-CSO im Vergleich zu Culture/Recreation und Social Services

Im Folgenden wird der Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereich mit zwei anderen konkreter gefassten Teilbereichen des CSO-Sektors verglichen, nämlich den Bereichen, die im JHCNP unter Culture/Recreation sowie Social Services zusammengefasst wurden. Ein weiteres Ergebnis des JHCNP ist es gezeigt zu haben, daß die jeweilige Staatlichkeit, Gebührenabhängigkeit oder Spenderabhängigkeit eines Tätigkeitssegments in einem System von Vorstellungen und Traditionslinien eingebettet ist, was in dem jeweiligen Land eher als Staats- und was eher als Privataufgabe anzusehen ist. Ziel der folgenden Ausführungen ist insbesondere zu untersuchen, ob der Umwelt- und Tierschutzbereich auch im Rahmen solch eines detaillierteren Vergleichs als ein besonders auf privates, bürgerschaftliches Engagement angewiesenes Feld zu beschreiben ist.

Als Vergleichssegmente dienen der soziale Bereich (Social Services) sowie Culture/Recreation. Insbesondere die letzte Kategorie weicht in ihrer Kombination von gängigen Raster in Deutschland ab, da hier, amerikanisch geprägt, Kultur und Freizeit, zum Beispiel in Form von Sportvereinen, zusammengefügt wurden.

Die folgende Tabelle zeigt in Form von positiven bzw. negativen Abweichungen jeweils das Verhältnis des Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereichs im Vergleich zu den anderen beiden Segmenten.⁴

Die Tabelle dokumentiert, daß in 2/3 der Länder der Zufluss an philanthropischen Mitteln für Umwelt-, Natur- und Tierschutz-CSO deutlich höher ist, als in den beiden anderen Segmenten. Besonders interessant ist, daß diese Abweichungen sowohl in positiver wie negativer Hinsicht extrem sind. In jeweils 11 Ländern ist der relative Finanzierungsanteil Philanthropie im Umweltbereich entweder mindestens drei Mal so hoch oder beträgt alternativ nur ein Drittel der Anteile in den anderen beiden Segmenten. Lediglich in zwei Ländern nimmt der Umweltbereich hingegen eine Zwischenstellung ein: in Spanien ist der philanthropische Anteil bei Umwelt-CSO deutlich bedeutender als bei den Social Services, aber geringer als im Bereich Culture/Recreation, in Ungarn verhält es sich, allerdings ohne extremen Ausschlag, umgekehrt. In 18 Ländern korrelieren hingegen die Bereiche Culture/Recreation und Social Services stärker miteinander als mit dem Bereich Umwelt-, Natur- und Tierschutz.

Tabelle IV: Monetäre Einkommensstrukturen von Umwelt-, Natur- und Tierschutz-CSO im Vergleich zu Culture/Recreation und Social Services

Land	Culture and Recreation			Social Services		
	Public Sector	Fees	Philanthropy	Public Sector	Fees	PHILANTHROPY
Argentinien	--	-	+++	---	+	+++
Australien	+++	--	+++	-	+	+
Belgien	++	---	---	+	---	---
Brasilien	+++	---	+++	-	=	+
Deutschland	+	-	+	---	++	+++
Finnland	--	+	---	---	++	---
Frankreich	+	-	++	-	+	++
Großbritannien	++	---	+++	+	-	+
Irland	+	+++	---	+++	+	---
Israel	-	+	---	-	+	---
Japan	+++	-	++	--	++	+++
Kolumbien	+	--	+++	+	--	+++

⁴ Ein Plus zeigt an, daß in diesem Segment die Quote bei Umwelt-, Natur- und Tierschutz-CSO höher als im Bereich Culture/Recreation usw. ist.

Mexiko	- - -	-	+ + +	- - -	+	+
Niederlande	-	-	+ +	- -	+	+ + +
Peru	+ + +	- - -	+ + +	+ + +	- - -	+ + +
Rumänien	+	- -	- -	+	-	-
Slowakei	-	+	-	- -	+	-
Spanien	+	- - -	-	-	- - -	+ + +
Tschechien	-	-	+	-	+	+
Ungarn	- -	+ +	+	- - -	+ +	-

Quelle: JHCNP, 1999, eigene Berechnung und Darstellung

Mit anderen Worten: immer dann, wenn der philanthropische Anteil im Segment Culture/Recreation höher ist als bei Umwelt-CSO, ist er das auch im Bereich der Social Services im Vergleich zu Umwelt-CSO (bzw. analog, wenn der philanthropische Anteil niedriger ist). Das ist ein sehr starker Hinweis darauf, daß der Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereich im Hinblick auf seine monetäre Finanzierung einer von diesen anderen Bereichen grundsätzlich abweichenden Eigen-Logik folgt.

Dieses Indiz wird allerdings durch die Dimension der Fees abgeschwächt, bei der wie immer auch vermittelt private Nachfrage zur Geltung kommt (Mitgliedschaft in einem Verein, Eintritt in ein Museum, Buchkauf etc.). Bei den Fees nimmt der Umweltbereich in acht Ländern eine Stellung zwischen den Bereichen Culture/Recreation und Social Services ein. Der Einnahmeanteil der Fees an der Finanzierung ist im Bereich Culture/Recreation in 13 Ländern teilweise deutlich höher als bei Umwelt-CSO, während dies nur in fünf Ländern im Bereich Social Services so ist.

Der Strukturunterschied ist also international streng auf den Bereich der privaten Geldspende beschränkt. Bei Berücksichtigung anderer Formen privater Mitfinanzierung, wie sie durch Mitgliedsbeiträge etc. realisiert wird, lässt sich solch eine eindeutige Profilierung nicht mehr ohne weiteres halten. Umwelt, Natur- und Tierschutz-CSO sind also international in der Regel deutlich stärker auf private Mittel angewiesen, als dies im Bereich der Social Services der Fall ist, nicht aber im Vergleich zu dem Segment Culture/Recreation.

Resümee

Die erfolgreiche Ansprache von Bürgern, damit sie Geld oder Zeit spenden bzw. als aktive Mitglieder oder als Fördermitglieder sich beteiligen, ist für CSO mit den Zielen Umweltschutz, Naturschutz und Tierschutz von herausragender Bedeutung. Dies gilt nicht nur in Deutschland, sondern in den meisten untersuchten Ländern, im Unterschied insbesondere zum sozialen Bereich. Bei der Stär-

kung und Aufrechterhaltung des Erfolgs dieser Ansprache geht es elementar um die Einwerbung der notwendigen materiellen Ressourcen, also um das Fundraising. Insofern kann man grundsätzlich davon sprechen, daß eine Stärkung von Fundraisingaktivitäten durch das BMU geeignet ist, gerade auch den relativ staatsunabhängigen Charakter dieses Teiles der Zivilgesellschaft zu stärken. Eine andere Frage ist allerdings, ob hier überhaupt konkreter Handlungsbedarf besteht. Die aktuelle Lage kann ja auch als ein Ausdruck eines schon optimalen Fundraisings gedeutet werden, das durch zusätzliche Mittel nicht in die Lage versetzt werden kann, erfolgreicher zu sein als bisher. Wenn dem so wäre, wären entsprechend eingesetzten ministeriellen Mittel besser anders einzusetzen, etwa in der unmittelbaren Projektfinanzierung oder in institutioneller Förderung.

Diese konkrete Bedarfsfrage wird im folgenden Abschnitt anhand einer Analyse wesentlicher Teilmärkte untersucht.

III: Aktuelle Trends auf Teilmärkten des Fundraisings

In diesem Abschnitt werden die Strukturen und Entwicklungstrends auf ausgewählten Teilmärkten untersucht, die für das Fundraising von CSO bei privaten Geldgebern wichtig sind. Das wird anhand des Spendenmarktes auch die Gelegenheit bieten, zwischen der Situation im Bereich des Umwelt- und Naturschutzes und demjenigen im Tierschutz zu differenzieren. Dazu werden auch vergleichende Daten aus anderen Ländern mit herangezogen. Allerdings liegen international vergleichende Daten von der Güte und Systematik des JHCNP hierzu nicht vor.

a) Sponsoringmarkt

Ein Teilmarkt für CSO ist der Sponsoringbereich. Im Sponsoring-Jahrbuch (VMK, Jahrbuch Sponsoring, 1999, 2000, 2001, 2002) werden seit einigen Jahren Daten zur tatsächlichen Entwicklung des Unternehmenssponsorings als auch zu den Erwartungen an die künftige Entwicklung publiziert.

Auf der Ebene des Ist-Zustandes stagniert Jahr für Jahr das Öko-Sponsoring in absoluten Zahlen bei ca. 100 Millionen Euro jährlich in Deutschland, und es ist in relativen Zahlen rückläufig, da der Sponsoringmarkt selbst kontinuierlich anwächst. Das steht in direktem Gegensatz zu den Erwartungen der Sponsoring-Entscheider, die ebenso seit Jahren jeweils für die Zukunft ein stärkeres Anwachsen für die Bereiche Kultursponsoring, Sozio-Sponsoring und Öko-Sponsoring prognostizieren - wobei alle drei zusammen auch in den Prognosen noch nicht einmal 50% des Sportsponsorings erreichen und zusammengerechnet gerade einmal an das Medien/TV-Sponsoring heranreichen.

Unter den Bereichen Ökologie, Soziales und Kultur erfüllen aber in den Folgejahren tatsächlich lediglich Kultur- und Sozio-Sponsoring die vorjährigen Erwartungen, während Öko-Sponsoring stets hinter den Erwartungen zurückbleibt. Dies deutet auf eine konkrete Fundraisingschwäche bei Umwelt-CSO hin. Offensichtlich ist, daß sich von dieser Seite her die Lage der Einkommensstruktur für Umwelt-CSOs bisher nicht verbessert hat.

b) Spendenmarkt

Mangels staatlicher, statistischer Erfassung gibt es kaum belastbare Daten zum Spendenwesen in Deutschland. Die Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing – Deutscher Fundraising-Verband beobachtet u.a. anhand eines Sets großer spendensammelnder Organisationen die Entwicklung des Spendenmarktes. Eine im November 2000 veröffentlichte Langzeitstudie der Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing hat ergeben, daß die Spendeneinnahmen der Hilfsorganisationen in den letzten acht Jahren nur geringfügig gewachsen sind. Stattdessen gibt es zwischen den Organisationen einen erheblichen Verdrängungswettbewerb. Die Spender tendieren immer mehr zu den Spendenzwecken "Kinder" und "Gesundheit", während "Entwicklungszusammenarbeit" und "Religion" deutlich an Boden verlieren.

Dieser Langzeitstudie liegen die Daten von 79 ausgewählten großen Hilfsorganisationen zugrunde, die ca. 25% des Gesamt-Spendenvolumens Deutschlands repräsentieren. Tatsächlich konnten sie die Einnahmen zwischen 1991 und 1999 lediglich im Umfang der Inflationsrate steigern. (Michael Urselmann: Zunehmender Verdrängungswettbewerb auf stagnierendem Spendenmarkt, in: bsm-Newsletter4/2000, S. 12-14).

Im emnid-Spendenmonitor 2001 wurde in einer Bevölkerungsumfrage unter anderem nach den Spendenzwecken gefragt, für die im vorhergehenden Jahr konkret gespendet wurde. Die Liste der Zwecke ist auf Tabelle V zu sehen.

Tierschutz und Umweltschutz gehören im Vergleich zu Kultur oder Bildung zu den gut etablierten Spenderzwecken, auch wenn sie gegenüber sozialen Zwecken und Katastrophenhilfe deutlich abfallen. Zieht man die Daten aus dem Unternehmenssponsoring zum Vergleich heran, könnte der Spendenanteil insbesondere durch die Bereiche Bildung in der Schule als auch Kunst und Kultur, die beide noch marginal sind, unter Druck geraten. Allerdings gehorchen Sponsoring als Werbung und Spenden als Ausdruck persönlicher Präferenzen unterschiedlichen Logiken.

Eine andere Frage ist, ob die Dominanz des Tierschutzes gegenüber dem Umwelt- und Naturschutz, wie er in den deutschen Zahlen präsent ist, zwingend ist. Dies kann mit Blick auf andere Länder relativiert bzw. verneint werden.

Tabelle V: Spendenzwecke

Kirche/Glaubensgemeinschaften	31%
Behinderten-/Krankenhilfe	29%
Sofort-/Nothilfen in (Bürger)kriegs- und Katastrophengebieten	28%
Wohlfahrtspflege/Soziale Hilfen	27%
Kinder- und Jugendhilfe	25%
Tierschutz	16%
Entwicklungshilfe (längerfristige Projekte)	13%
Umwelt- und Naturschutz	12%
Bildung/Wissenschaft/Forschung	5%
Politische Arbeit	3%
Kunst-/Kultur	3%

Quelle: EMNID-Spendenmonitor 2001. Spender innerhalb letzten 12 Monate. Die Frage lautete: "Für welchen Zweck bzw. welche Zwecke haben Sie gespendet? Bitte wählen Sie von der vorliegenden Liste den- oder diejenigen aus, die auf Sie zutreffen."

Das Österreichische Institut für Spendenwesen (ÖIS) hat 2001 die Ergebnisse einer Spendenmarktuntersuchung aus dem Jahr 2000 vorgelegt, wobei diese Zahlen mit den Werten einer Untersuchung aus 1996 verglichen werden können (ÖFSE, Spendenwesen in Österreich, 2001). Mit jeweils 23% liegen hier Umwelt- und Naturschutz mit dem Tierschutz bei den Spendenzielen gleichauf. Sie erreichen damit beide deutlich höhere Werte als in Deutschland. Aufschlussreich ist zudem, daß im Vergleich zu 1996 der Bereich Umwelt- und Naturschutz von 21% auf 23% zugelegt hat, während der Tierschutz im gleichen Zeitraum um zwei Prozentpunkte verlor. Das zeigt, daß der relative Anteil am Spendenmarkt eine beeinflussbare Größe ist.

Greenpeace liegt in Österreich mit 84,8% auf Platz vier der Bekanntheitskala und hat dabei gegenüber 1996 um 11% zugelegt, der WWF Österreich folgt mit 76,7 auf Platz acht und Global 2000 mit 65,5% auf Platz elf und 14 Prozentpunkten Bekanntheitsgewinn gegenüber 1996. Die erste reine Tierschutzorganisation, Vier Pfoten, kommt mit 59,1% auf Platz 14 und hat etwas an Bekanntheit eingebüßt.

Eine andere Frage ist allerdings die, wie viel Geld gespendet wird. Während das Gesamtspendenvolumen 2000 für den Umwelt- und Naturschutz vom ÖIS auf ca. 14,5 Millionen Euro geschätzt wird, sollen es im Tierschutzbereich etwa doppelt so viel Mittel sein, nämlich 29,1 Millionen Euro. Der Erfolg großer, international tätiger Organisationen wie Greenpeace mit ca. 3,6 Millionen Euro oder Global 2000 mit 2,1 Millionen Euro in Österreich gegenüber Vier Pfoten mit 1,5 Millionen Euro verdecken offensichtlich, daß in der Breite der Organisationen Tierschützer erfolgreicher als Umwelt- und Naturschützer Spenden einwerben.

Eine Analyse des Schweizer Spendenmarkts aus dem Jahr 1998 zeigt, daß der Bereich Natur & Umwelt in der Themenbeliebtheit mit 59% an dritter Stelle hinter Kinder (83%) und Behinderte (79%), aber deutlich vor dem Tierschutz kommt, der mit 42% auf Rang sieben firmiert (Ruth Wagner, Stefan Kessler, Spendenmarkt Schweiz 1998).

Ein insgesamt interessantes Phänomen ist in diesem Zusammenhang in dem erheblichen Abstand zwischen dem Spendenziel oder der Beliebtheit eines Themas und dem tatsächlichen Anteil am Spendenkuchen zu sehen, der erheblich geringer ist. So kommen Umwelt-, Natur- und Tierschutz in der Schweiz zusammen auf gerade 8% Anteil, Kinder hingegen auf 17%.

Neben dem erkennbaren Anteilsproblem stellt sich zudem die Frage, ob der Spendenmarkt vom Volumen her ausgeschöpft ist. Ein wesentlicher Indikator hierfür ist der Vergleich des Anteils der Spender an der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren. Im Rahmen der Befragung für den erwähnten emnid-Spendenmonitor 2001 gaben 40% der Bundesbürger an, im Jahr 2001 gespendet zu haben (43% im Westen, 30% im Osten Deutschlands) – in der Schweiz waren dies 1998 60% (dabei in der deutschsprachigen Schweiz 62%), in Österreich gaben im Jahr 2000 rund 80% der Befragten an, im Verlaufe der letzten 12 Monate gespendet zu haben.

Inwiefern Messprobleme bei solchen Zahlen auch eine Rolle spielen, kann hier nicht geklärt werden - am solidesten wäre dies durch eine Paralleluntersuchung mit gleichem Untersuchungsdesign zu ermitteln (deutschsprachige Länder oder EU).

Zahlen aus weiteren Ländern sind schwerer mit den deutschen Zahlen vergleichbar, da häufig das Spendenverhalten von Haushalten untersucht wird. So spendeten in den Niederlanden 1999 76% aller Haushalte (Center for the Study of Philanthropy and Volunteering, Giving in the Netherlands 2001), in den USA 70% (Independent Sector, Giving and Volunteering in the U.S. 1999).

Ein anderer Indikator sind das Gesamtvolumen des Spendenmarktes und dessen Steigerungsraten. Selbst die höchste Schätzung des Spendenvolumens in Deutschland ermittelt einen Wert von lediglich 0,5% des BIP – in den Niederlanden beträgt der Anteil 1,2% und in den USA 2,1%. Phänomene wie die Kirchensteuer in Deutschland, aber auch die hohe Zwangsabgabenlast können als Gründe für solche Abstände benannt werden.

Gleichwohl erklären solche Faktoren noch nicht zur Gänze das Phänomen der Stagnation des deutschen Spendenmarktes. So betrug der Anteil in den USA 1996/97 noch nicht 2,1% des Bruttonettoproduktes, sondern lediglich 1,8%, hat sich also in den letzten Jahren um relativ 16,6% gesteigert. In Australien wurde für 1999 eine Steigerung um 12,4% gegenüber dem Vorjahr ermittelt (O'Keefe & Partners, Giving Trends in Australia, 2001), in Österreich eine Volumensteigerung innerhalb von fünf Jahren um 100%.

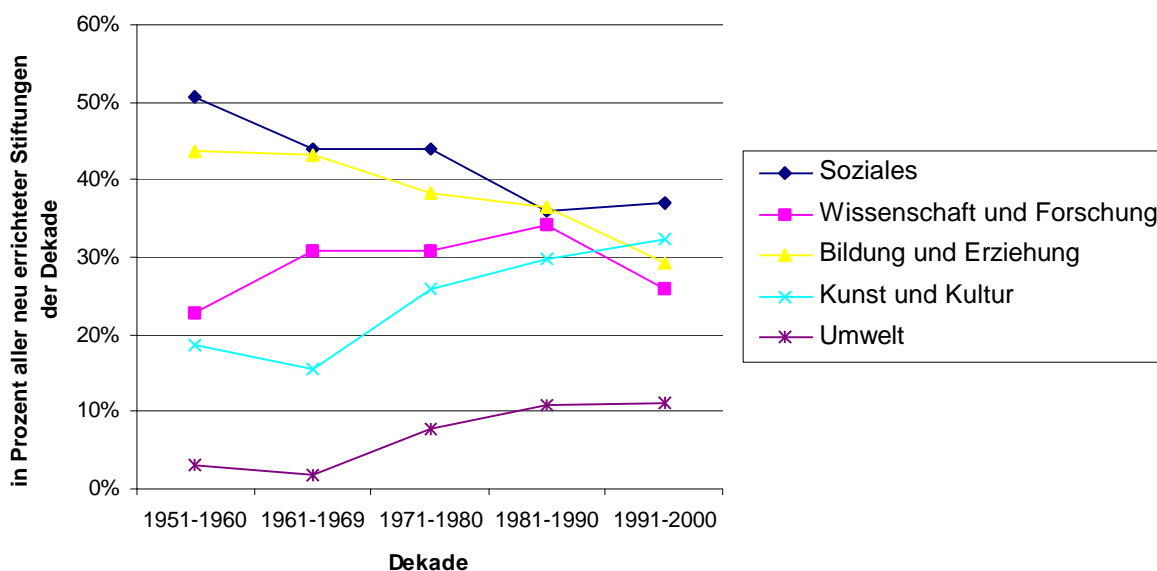
c) Stiftungsmarkt

Stiftungen stellen eine spezifische Form des nachhaltigen Spendens dar. Daran ändert auch das Vorkommen von sogenannten (vermögenslosen) Fundraisingstiftungen nichts, da diese einerseits nach wie vor einen Randbereich im Stiftungswesen ausmachen, andererseits teilweise das Ziel verfolgen und erreichen, ihr Stiftungsvermögen nach und nach zu erhöhen, wodurch sie zunehmend der genannten Charakterisierung als nachhaltige Spende entsprechen. Zur Klarstellung sei noch ergänzt, daß diese Art der Spende nicht zwingend in Form von Fördermitteln an Dritte weitergereicht werden muss: es ist eine lange und gut etablierte Tradition in Deutschland, daß Stiftungen unmittelbar selbst Aufgaben wahrnehmen, also wie andere CSO Institutionen betreiben oder Projekte in eigener Verantwortung durchführen.

Wie steht es nun um Umwelt-, Natur- und Tierschutz auf dem deutschen Stiftungsmarkt? Die folgende Grafik zeigt die Entwicklung der Hauptstiftungszwecke im deutschen Stiftungswesen im Vergleich seit 1951.

Die Grafik unterstreicht die Stagnation des sozialen Bereichs bei Neugründungen im Stiftungssektor in den letzten 20 Jahren, während Umwelt- und Tierschutz erheblich an Bedeutung gewonnen haben, allerdings mit einer deutlich abgeflachten Steigerungsrate in den 1990er Jahren – im Unterschied zu dem weiterhin anwachsenden Bereich Kunst/Kultur. Diese Grafik könnte man als Argument für die These gebrauchen, daß der Bereich Kunst/Kultur auf dem Spendenmarkt noch unausgeschöpfte Reserven besitzt, deren Nutzung auch zu Lasten des Umwelt-, Natur- und Tierschutzes gehen könnten.

Stiftungsneugründungen pro Dekade und Zwecke in Prozent aller neuen Stiftungen einer Dekade



Tatsächlich jedoch steht die Entwicklung des Stiftungsmarktes für ein ganz anderes Phänomen: dieser Markt ist ein seit gut zwei Jahrzehnten erheblich wachsender Markt, d.h. auch die abnehmenden Zwecke tun dies nur relativ im Verhältnis zur Gesamtzahl der Neugründungen - absolut hingegen haben alle Bereiche gewonnen. Vor dem Hintergrund eines im wesentlichen kontinuierlichen Anstiegs wurden in den 50er Jahren pro Jahr im Schnitt 36 Stiftungen neu errichtet, in den 60er Jahren 55, in den 70er Jahren 79, in den 80er Jahren 158 und in den 90er Jahren 303 Stiftungen (Rainer Sprengel, Statistiken zum deutschen Stiftungswesen 2001). Im Jahr 2000 hat man an die 700 Neuerrichtungen, in 2001 ca. 1000. Das heißt: Allein im letzten Jahr wurden mehr Stiftungen neu errichtet als in den 20 Jahren von 1951-1970 zusammengenommen!

Es ist instruktiv, kurz die wesentlichen Gründe anzuführen, die zu diesem Wachstum beigetragen haben. Zum einen gibt es evolutionäre Gründe, wie etwa das kontinuierliche Wachstum an Vermögen in privater Hand, begleitet von einer zunehmenden Freistellung von der Pflicht, mit diesen Vermögen für die eigene Familie vorzusorgen, sei es weil es keine direkten Erben gibt, sei es, weil auch der Wohlstand der nachfolgenden Generation so groß ist, daß zumindest über einen Teil des Vermögens anders disponiert wird. Solche evolutionären Gründe treffen prinzipiell auch auf den allgemeinen Spendenmarkt und den Sponsoringmarkt zu, können also kaum erklären, warum etwa die sprunghafte Entwicklung im Stiftungsbereich nicht von einer ebensolchen Entwicklung auf dem Spendenmarkt begleitet wird.

Gerade auch der noch einmal sprunghafte Anstieg in den letzten vier, fünf Jahren lässt sich sehr gut auf zwei Gründe zurückführen, die sich wechselseitig

verstärken. Zum einen erreichte das schon seit den 80er Jahren verstärkte mediale Echo auf Stiftungen Mitte der 90er Jahre auch den bundespolitischen Raum (Sibylle Kalupner, Das Stiftungswesen im politischen Diskurs 1983-2000, 2000). Ausgehend von einem ersten Anlauf am Ende der 13. Legislaturperiode wurde in der 14. Legislaturperiode des Deutschen Bundestages das Stiftungsrecht in steuerlicher wie zivilrechtlicher Hinsicht reformiert. Schon die Verankerung dieser Aufgabe in der Koalitionsvereinbarung der 14. Legislaturperiode legte den Grundstein für ein verstärktes mediales Echo, das sich spürbar auch darin niederschlug, daß in vielen Elitenmilieus, in CSO und in Unternehmen das Instrument Stiftung auf die Tagesordnung kam. Diese verstärkte Aufmerksamkeit und Diskussion wurde dann durch eine steuerliche Vorzugsbehandlung von Stiftungen mit der Stiftungssteuerrechtsreform im Juni 2000 ergänzt.

Es ist diese Kombination von medial-politischer Diskussion und konkreter, monetäre Anreize verstärkenden Gesetzgebung, die dazu geführt hat, daß der evolutionäre Anstieg noch einmal deutlich aufgeheizt wurde. Vergleichbares hat für den Spendenbereich nicht stattgefunden, in dem es lediglich administrative Änderungen ohne breite Diskussion gegeben hat (Einführung von A- und B-Liste, Abschaffung des Spendendurchlaufverfahrens). Gerade im Spendenbereich kam es im Gegenteil, sowohl in der letzten, wie in der gegenwärtigen Legislaturperiode zu Fauxpas, die von sich aus kommunizieren, daß der Spendenmarkt als solcher, damit aber auch das Spenden und die Spender, im politischen Raum nicht als relevanter Faktor in unserer Gesellschaft ernst genommen werden. So wurde in der letzten Legislaturperiode zwischenzeitlich der Zweck Völkerverständigung aus der Abgabenordnung aus Versehen gestrichen (was dann später wieder korrigiert wurde), und das misslungene Unterfangen des BMF im Oktober 2002, den Unternehmensspendenabzug streichen zu wollen, ist noch gut erinnerlich: die Tatsache, daß diese Maßnahme im Anhang zum Koalitionsvertrag, also im Kleingedruckten versteckt war, zeigt, daß der Spendenmarkt und seine Pflege nur administrativ verwaltet, nicht aber politisch gedacht und diskutiert wird.

Dadurch kommt es zu dem etwa im Vergleich zu den USA paradoxen Phänomen, daß der Stiftungsmarkt boomt, während zugleich der Spendenmarkt stagniert – dort steigen beide seit vielen Jahren deutlich an, wobei das Volumen des Spendenmarktes deutlich größer, als der des Stiftungsmarktes ist, nicht zuletzt auch, was den Finanzierungsanteil bei CSO angeht.

Resümee

Die Analyse der drei Teilmärkte Sponsoringmarkt, Spendenmarkt und Stiftungsmarkt zeigt, daß weder Umwelt- und Naturschutz noch Tierschutz die erkennbaren Marktreserven erschlossen haben. Im Sponsoringmarkt bleiben sie kontinuierlich hinter den Prognosen zurück, im Unterschied zu Soziales und Kunst/Kultur; im Spendenmarkt zeigen internationale Zahlen, was an relativem Anteil möglich sein kann.

Erkennbar wird auch, daß es neben dieser relativen Dimension auch teilweise ein Volumenproblem dieser Märkte selbst gibt. Insbesondere der Spendenmarkt muss als Stiefkind in Deutschland gelten, was gerade vor dem Hintergrund des vergleichsweise erfolgreichen Stiftungsmarktes besonders auffällt. Gewiss spielt die hohe Abgabenquote in Deutschland eine wenig förderliche Rolle. Gleichwohl zeigt die Entwicklung im Stiftungsbereich, daß ein wichtiger Grund in dem politischen Desinteresse und in der fehlenden politischen Pflege von Spendenmarkt und Spendenwesen zu sehen ist. Hier ist ein wichtiger Ansatzpunkt für eine politische Begleitung von Fundraisingaktivitäten vom Umwelt-CSO zu sehen.

Warum nicht eine Initiative für Öko-Giving starten, wobei solch eine Initiative analog zum Stiftungsvorbild auch einer konkreten gesetzgeberischen Initiative bedarf, etwa in Form eines erhöhten Sonderabzugs. Ebenso sinnvoll könnte eine Initiative nach dem Leitmotto Spenderschutz ist Verbraucherschutz sein.

Vorzuziehen wäre für das BMU eine politische Strategie, die gleichzeitig auf eine Vergrößerung des Marktes insgesamt wie auf eine Vergrößerung des relativen Anteils für den Umwelt- und Naturschutz abzielt. Ein konkreter Ansatzpunkt dafür ist der in der Koalitionsvereinbarung festgeschriebene Auftrag zur Prüfung der Konsequenzen aus den Ergebnissen und Vorschlägen der Enquete Kommission Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements des 14. Deutschen Bundestages. Die Steuerungsgruppe Fundraising könnte ein Nucleus sein, um diesen Prüfprozess von Seiten des BMU in Kooperation mit den Umwelt-CSO gerade auch im Hinblick auf eine bessere Marktsituation für Umwelt- und Naturschutzfundraising durchzuführen und in publikumswirksame Vorschläge zu überführen.

IV. Grenzüberschreitende und transnationale Finanzierung von Civil Society Organizations (CSO)

Viele Umweltprobleme überschreiten den Rahmen nationaler Grenzen oder sind globaler Natur. Grenzüberschreitende und transnationale Arbeit liegt daher im Umweltbereich nahe. Auch die Verlagerung politischer Prozesse auf supranationale Organisationen bedingt es, daß sich internationale Arbeitsstrukturen auch bei Umweltorganisationen oder allgemein bei CSO herausbilden. Dies ist verstärkt der Fall, wenn nicht in fester Organisationsstruktur, sondern in Form von sogenannten epistemischen Netzwerken gearbeitet wird. Es liegt die Vermutung nahe, daß damit auch eine verstärkte grenzüberschreitende oder transnationale Finanzierung von Umweltverbänden einhergehen kann⁵. Sind Ansätze erkennbar oder folgt die Finanzierung nach wie vor nationalen Grenzen?

⁵ Grenzüberschreitend sind solche Maßnahmen, bei denen der Geldgeber zugleich Wert darauf legt, daß die CSO aus dem eigenen Land und/oder aus dem Zielland der finanzierten Maßnahme kommt. Transnational sind internationale Finanzierungen, die ohne solche regionalen Vora-

a) Entwicklung international

Das Civil Society Center der London School of Economics hat eine Untersuchung zum Thema grenzüberschreitender Finanzierung durchgeführt (Anheier, List: Cross-border philanthropy, o.J.). In allen in die Untersuchung eingebezogenen Ländern stellt der Staat immer mehr Mittel für nationale CSO zur Verfügung, damit sie in der internationalen Sphäre ihre Arbeit tun können. Dies betrifft allerdings zumeist Entwicklungshilfe in Ländern der Dritten Welt oder in den MOE.

Auf europäischer Ebene arbeiten CSO mit den Organen der EU seit Jahren eng auf zahlreichen Politikfeldern zusammen. Auch wenn sie keinen offiziellen Konsultationsstatus besitzen, bringen sie sich als Sachverständige in die Diskussionen mit ein. Finanzielle Förderung erfahren CSO auf Antrag vor allem im Rahmen größerer thematisch begrenzter Ausschreibungen (z.B. EU-Programm Tacis). Diese Förderung hat im Laufe der 1990er Jahre kontinuierlich zugenommen (Furtak, In der Kuschelfalle, 2001). Im Umweltbereich werden vor allem Forschungsvorhaben unterstützt. Im geringen Maße werden aber auch Projekte einzelner Organisationen im Umweltschutz gefördert („Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen im Rahmen eines Aktionsprogramms der Europäischen Gemeinschaft zur Förderung von hauptsächlich im Umweltschutz tätigen Nichtregierungsorganisationen“ von 2002). Rahmenbedingungen werden insofern unterstützt, als daß die zwei großen CSO-Netzwerke im Bereich Umwelt und Entwicklung subventioniert werden: Das Europäische Umweltbüro, das rund 130 nationale Umweltorganisationen bei der EU repräsentiert, wird zur Hälfte von der EU-Kommission finanziert; das Liaison Committee wird gar zu 85% finanziert, was die Frage seiner Autonomie ins Spiel gebracht hat (Furtak, In der Kuschelfalle, 2001).

Als Problem für den Zugang zu EU-Fördergeldern wird von Seiten der Umweltorganisationen unter anderem die mangelnde nationale und transnationale Kooperation zwischen den Organisationen gesehen. Zu fragen ist hier, ob die Politik solche Bestrebungen unterstützen kann.

b) Grenzüberschreitende private Philanthropie

Aus dem Bereich der privaten Philanthropie fließt vergleichsweise wenig Geld transnational. Positive Ausnahmen finden sich zwar, allerdings nicht im Bereich Umweltschutz: das George-Soros-Netzwerk, Gates Foundation, Atlantic Philanthropies, Kübel Stiftung, Körber-Stiftung, etc. So gaben US-amerikanische Stiftungen im Jahr 1998 rund 90 Millionen Dollar für Projekte in westeuropäi-

beinschränkungen nach rein sachlichen Kriterien gegeben werden: Bei einer transnationalen Finanzierung eines Projektes mit deutschen Fördermittel in Indonesien könnte eine lappländischen CSO zum Zuge kommen, bei einer grenzüberschreitenden Finanzierung wäre dies hingegen auf CSO aus Deutschland oder Indonesien beschränkt.

schen Staaten aus. Von den gesamten international durch amerikanische Stiftungen vergebenen Geldern (rund 1 Mrd. Dollar) flossen 8% in den Umweltbereich (Pinter, Funding Global Civil Society Organizations, 2001). Angesichts eines Themenfeldes, das viele genuin globale Inhalte im Unterschied zu vielen anderen Bereichen hat, ist das kein besonders hervorstechender Anteil.

Parallel dazu entwickeln sich internationale Strukturen, die der Förderung und Verbesserung von Know-how im philanthropischen Bereich dienen, z.B. das International Network for Strategic Philanthropy (Maecenata Aktuell 36, 2002). Qualitative Standards von Stiftungsarbeit werden hier international diskutiert. Dies betrifft auch philanthropische Mittel, die über Ländergrenzen hinweg vergeben werden. Ob dadurch Strukturen entstehen, die man als transnationale Philanthropie im Unterschied zu grenzüberschreitender Philanthropie bezeichnen kann, bleibt abzuwarten.

Transnationale Finanzierung durch international arbeitende Firmen folgt bisher den wirtschaftlichen Investitionen, geht ihnen aber nicht voraus – die erschließende Investition wird entweder staatlichen oder philanthropischen Institutionen überlassen.

c) Situation aus deutscher Perspektive

Die tatsächliche Ausrichtung der Arbeit der meisten deutschen CSO ist grundsätzlich wenig transnational bzw. grenzüberschreitend. So liegt der Anteil der Beschäftigten bei transnationalen oder grenzüberschreitenden CSO an der Beschäftigung im gesamten Dritten Sektor bei ca. 1%. Dies kann wiederum auf die Abhängigkeit der CSO von nationalstaatlichen Finanzierungsquellen zurückgeführt werden (staatliche Förderung, Einnahmen aus Spendenkampagnen, etc.).

In Deutschland kommt, auch im Kontext einer insgesamt hohen Staatsquote, eine Tradition hinzu, die die Rolle des Nationalstaates bejaht. Daher tut man sich immer noch schwer, über (finanzielle) Hilfen von nicht-staatlichen und auch supranationalen Institutionen nachzudenken oder sie etwa gegenüber global agierenden Unternehmen einzufordern.

In vielen Ländern der Erde werden philanthropische Zuwendungen an inländische Organisationen anders behandelt als grenzüberschreitende oder transnationale Philanthropie. Darin drückt sich eine allgemein verbreitete nationalstaatliche Tradition aus, die einheimisches philanthropisches Geld im eigenen Land behalten möchte.

In Deutschland ist diese Tradition auch noch gegenwärtig. Nur Organisationen, die dem deutschen Gemeinnützigkeitsrecht unterliegen und entsprechend vom Finanzamt geprüft werden, sind berechtigt Spendenquittungen auszustellen, die der Spender im Rahmen seiner Steuererklärung geltend machen kann.

Um diesem Problem zu begegnen, wird von privater Seite eine unterstützende intermediäre Infrastruktur aufgebaut. Es formiert sich ein europaweites Netzwerk von gemeinnützigen Organisationen (Transnational Giving Europe), die

über eine Hilfskonstruktion Spenden ins Ausland so abwickeln, daß sie der Spender steuerlich geltend machen kann (Maecenata International e.V., Deutschland, Fondation de France, Frankreich, Fondation Roi Baudouin, Belgien, Charities Aid Foundation, Großbritannien, Juliana Welzijn Fonds, Niederlande).

Ein alternatives Verfahren ist die Spende an deutsche CSO, die über Tochterorganisationen im Ausland bzw. eine Mutterorganisation im Ausland das Geld an den gewünschten Empfänger weiterleiten.

Im Bereich transnationaler bzw. grenzüberschreitender Finanzierung ist Deutschland ein Geberland: aus Deutschland fließen ca. 9,5 Milliarden Euro ab, denen etwa 0,8 Milliarden Zuflüsse nach Deutschland gegenüberstehen, letztere vor allem im wissenschaftlichen Bereich. Die ausfließenden Gelder werden fast ausschließlich von staatlicher Seite vergeben, meist an deutsche CSO, die diese im Ausland weiter verteilen. Allerdings sind mangels klarer Datenlage diese Aussagen nicht sehr verlässlich und lückenhaft.

d) Reaktionsweisen transnational bzw. grenzüberschreitend tätiger CSO

Als vorherrschende Reaktionsweise auf die grundsätzlich national ausgerichteten Förderkulturen kann angesehen werden, daß sich CSO mit einer transnationalen oder internationalen Agenda analog zu den christlichen Kirchen verhalten: sie verwirklichen entweder das katholische Prinzip einer Zentrale und sehr starker Hierarchie, oder das Parallelprinzip der evangelischen Kirchen. Das katholische Prinzip herrscht im Umweltbereich vor, etwa bei Greenpeace oder WWF. In anderen Zweckfeldern, z.B. bei den S.O.S. Kinderdörfern, findet sich häufiger die Anwendung des evangelischen Prinzips. Welches Prinzip auch angewendet wird: beiden gemeinsam ist, daß die Finanzquellen im Kontext einer nationalstaatlichen Logik eingeworben werden, sei es nun von privater oder öffentlicher Seite.

Resümee

Transnationale bzw. grenzüberschreitende Finanzierung der Arbeit von CSO hat noch eine untergeordnete Bedeutung. Sie spielt auch im Umweltbereich eine Rolle, was angesichts der Globalität vieler Umweltprobleme nicht verwundert. Sie hat dort aber gleichwohl, sofern Daten verfügbar sind, kein ungewöhnlich starkes Volumen, zudem wird etwa im Rahmen der Akquise von EU-Geldern mangelnde Kooperation von Umwelt-CSO untereinander beklagt. Insofern kann hier in doppelter Hinsicht von Entwicklungspotential auch für Fundraisingstrategien gesprochen werden.

Zum einen gehört zur Agenda vieler Umwelt-CSO die transnationale, globale Dimension von Umweltproblemen – diesen effektiv zu begegnen bedeutet auch aufzuzeigen, daß es transnational zu bewirtschaftender Mittel bedarf. Die vom Netzwerk ATTAC geforderte Tobin Tax ist ein typisches Beispiel für solch eine

ambitiöse, transnationale Fundraisingstrategie – das Gegenbeispiel ist die rein nationalstaatliche Verwendung der deutschen Ökosteuer für die deutsche Rentenversicherung.

Man kann hier erkennen, daß Fundraising und Inhalt nicht wirklich voneinander zu trennen sind: es ginge also um eine Ausdehnung der von privater wie öffentlicher Seite zur Verfügung gestellten Mittel, also um Marktvergrößerung. Darin geht es dann zum zweiten um eine Konkurrenz der Ideen um die beste globale Verwendung solcher Mittel und die beste Umsetzung dieser Ideen.

Unbeschadet davon ist auch der Ausbau der parallelen oder hierarchisch strukturierten Bearbeitung nationaler Gebermärkte als bewährtes Prinzip grundsätzlich nicht ausgeschlossen.

V. Ansätze staatlicher und zivilgesellschaftlicher Unterstützung von Fundraisingaktivitäten

Die staatliche Unterstützung von Fundraisingaktivitäten (im Umweltbereich) wird anhand der drei Modelle dargestellt, die aktuell in deutschsprachigen Ländern verfolgt werden. Die zivilgesellschaftliche Unterstützung wird durch den Einbezug weiterer Länder betrachtet.

a) Staatliche Förderung von Fundraisingaktivitäten in der Schweiz, In Österreich und in Deutschland

Modell der Enthaltbarkeit: die Schweiz

Das Bundesamt für Wald und Umwelt der Schweiz gewährt im Bereich Fundraising keine Unterstützung für Natur- und Umweltschutzverbände. Es werden zwar Gelder an Umwelt- und Naturschutzverbände wie WWF, Greenpeace oder andere gegeben. Dabei handelt es sich aber um allgemeine Projektförderung oder um die Cofinanzierung des Erhalts bzw. der Pflege von Naturschutzgebieten.

Fundraisingaktivitäten jedoch werden nicht speziell unterstützt. Dies wird damit erklärt, daß der Staat gegenüber den Umwelt- und Naturschutzverbänden u.a. als eine Art Spender oder „Sponsor“ (so der Gesprächspartner im Ministerium) auftritt. Es könne daher nicht seine primäre Aufgabe sein, die Organisationen bei der Suche nach Sponsoren und Spendern zu unterstützen. Von staatlicher Seite wird lediglich ein Kompendium über Stiftungen herausgegeben, das jedoch neben dem Umwelt- auch den sozialen und kulturellen Bereich umfaßt⁶.

⁶ Telefonische Auskunft von Herrn Daniel Zürcher, Abteilung Ökonomie und Forschung, Leiter Dienst Technologie, Bundesamt für Wald und Umwelt Schweiz, 22.11.02.

Modell der finanziellen Fundraisingförderung: Österreich

Das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft in Österreich gewährt Einzelprojektförderung im Bereich Fundraising. Es werden bspw. direkte Fundraisingprojekte zur Anbahnung von Kontakten zu potentiellen Fundern unterstützt.

Maßnahmen zur mittelbaren Kompetenzstärkung werden ebenfalls gefördert. Das Ministerium leistet z.B. finanzielle Zuschüsse zu Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen zum Thema Fundraising. Sowohl mit der Einzelprojektförderung als auch mit der Finanzierung mittelbarer Kompetenzstärkung wurden, so das Ministerium, positive Erfahrungen gemacht.

Eine Bereitstellung von Strukturen z.B. in Form einer Informationsstelle beim Ministerium existiert nicht und ist auch nicht angestrebt. Ziel ist vielmehr, daß NGO-Dachverbände die erforderlichen Kompetenzen erwerben und weitergeben. Diese Form der Vermittlung sei gegenüber der Beratung durch eine Behörde vorzuziehen⁷.

Modell der indirekten Förderung, vor allem im Wohlfahrtsbereich: Deutschland

Zurzeit verfolgt Deutschland im wesentlichen einen Zwischenweg der indirekten Förderung von Fundraisingaktivitäten, auch wenn im Bundesland Brandenburg dem österreichischen Modell gefolgt wird.

Eine Form der Förderung ist in Deutschland traditionsgemäß die steuerliche Begünstigung des Spenders, die in einem hohen Maße zweckneutral ausgestaltet ist – im Unterschied zum Beispiel zu Österreich, wo nur Spenden an das Segment Wissenschaft und Forschung zu solchen einem Spendenabzug für den Spender führen, und das auch nur wenn die Organisation bei einer bei der Regierung geführten Liste berechtigter Organisationen eingetragen ist. Auch in anderen Ländern, wie etwa Frankreich, greift der Staat wesentlich direkter in Form von Listen und speziellen Anerkennungsprozeduren in das Spendengeschehen ein.

Eine andere Form besteht in Deutschland in der Finanzierung oder Cofinanzierung von Einrichtungen, die spezielle Dienstleistungen als Informationspool und Ansprechpartner in verschiedenen Zweckbereichen übernehmen, etwa im Rahmen der Beratung für EU-Fördermittel.

Eine besondere Struktur hat sich dabei im sozialen und humanitären Bereich in Form des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen entwickelt. Dieses agiert als unabhängige zivilgesellschaftliche Organisation (in der Rechtsform der Stiftung bürgerlichen Rechts) und blickt auf eine mehr als hundertjährige Ge-

⁷ Telefonische Auskunft von Dr. Wolfram Tertschnig, Abteilung II/4 U - Strategische Planung/Umweltforschung/Förderungen im Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft der Republik Österreich, 22.11.02.

schichte zurück. Finanziert und getragen wird es von der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege, vom Senat des Landes Berlin, der Bundesregierung, dem Deutschen Städte- und Gemeindetag und der Industrie- und Handelskammer Berlin. Hinzu kommt ein wachsender Finanzierungsanteil aus Einnahmen für erbrachte Dienstleistungen, insbesondere im Bereich der Zeitschriftendokumentation und des Spendensiegels.

Eine wesentliche Arbeitsdimension des DZI ist seit langem die Dokumentierung des Bereichs der Sozialen Arbeit in Form einer Bibliothek und einer umfassenden Auswertung aller einschlägigen Zeitschriften, um die Arbeitsgrundlage für diesen Bereich zu verbessern. Mit der Zeitschrift Soziale Arbeit, Workshops und Medienarbeit trägt es unmittelbar zur Entwicklung des Feldes bei.

Mit der Etablierung des Spendensiegels in den 1990er Jahren hat es das DZI zudem übernommen, mit staatlicher Grundfinanzierung den Staat von Aufgaben des Spenderschutzes zu entlasten, nota bene aber beschränkt auf den humanitären und sozialen Bereich.

Aufschlussreich ist dabei das System an Kooperationen und Wirkungen, das sich mittlerweile entfaltet hat. So hat das DZI eine Vereinbarung mit den Verbraucherschutzzentralen, nach der diese Anfragen zum Thema Spenden an das DZI weiterleiten bzw. Materialien des DZI direkt an Interessierte weitergeben, darunter die Liste der Organisationen, die aktuell das Spendensiegel führen dürfen. Umgekehrt leitet das DZI entsprechende Rechtsberatungsanfragen an die Verbraucherschutzzentralen weiter. Dabei recherchiert das DZI auf Anfrage von Spendeninteressierten auch Informationen zu Organisationen, die das Siegel nicht führen (wollen). Solche Recherchen werden rein zuwendungsorientiert finanziert, während das Spendensiegel selbst mit Kosten für die beantragenden Organisationen verbunden ist.

Gerade weil auch solche für Organisationen kostenlose Auskünfte erteilt werden, ist es bemerkenswert, daß die Zahl der Spendensiegelorganisationen kontinuierlich gestiegen ist, denn die Wiederbeantragung muss jährlich durchgeführt werden und ist mit Aufwand und Kosten für die Organisation verbunden, wobei letztere in den letzten Jahren zwei Mal deutlich erhöht wurden. Dieses Verhalten ist ein Indiz dafür, daß die spendensammelnden Organisationen, die das Siegel führen, daraus Vorteile ziehen.

Ein anderer Wirkungszusammenhang ist darin zu sehen, daß das Auswärtige Amt und das BMZ in ihre Förderkriterien aufgenommen haben, daß das Führen des Spendensiegels als ein Vorteil im Rahmen von Projektbewilligungen anzusehen ist.

Etwas auch nur annähernd Vergleichbares mit der Kombination von Dokumentation, Informationsstelle, Diskussionsort und Spendenprüforganisation existiert im Umwelt- und Naturschutzbereich ebenso wenig wie in anderen Zweckfeldern. Insofern kann man momentan von einem gewissen Ungleichgewicht bei der indirekten staatlichen Förderung von Strukturen für CSO, speziell ihren Informationsbedürfnissen und ihrem Fundraising zugunsten sozialer und humanitärer Zwecke sprechen. Dem entspricht auch, daß die „Erbschaft“ an der En-

quete Kommission Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend angetreten worden ist – obgleich in der 14. Legislaturperiode beim Beauftragten der Bundesregierung für Angelegenheiten der Kultur und der Medien ausdrücklich eine Zuständigkeit für den Dritten Sektor angesiedelt wurde.

Die Überlegungen des BMU sollten insofern auch auf die Korrektur dieses Ungleichgewichtes zumindest zugunsten des Umwelt- und Naturschutzes abzielen.

b) Zivilgesellschaftliche Förderung von Fundraising

International lassen sich zwei Ebenen zivilgesellschaftlicher Förderung von Fundraisingstrukturen und Begleitmaßnahmen feststellen: Selbstverpflichtungen auf Standards und geprüfte Standards.

Selbstverpflichtungen entstehen grundsätzlich aus den zivilgesellschaftlichen Feldern und den mit ihnen verbundenen Berufsgruppen wie Fundraisern oder Wirtschaftsprüfern.

So hat das Institut der Deutschen Wirtschaftsprüfer Standards für die Rechnungslegung und Prüfung von Stiftungen entwickelt; der Deutsche Fundraiserverband hat eine Ethik des Fundraisings verabschiedet, auf die sich seine Mitglieder verpflichten; das European Foundation Centre hat eine Selbstverpflichtung entwickelt, was gute Stiftungspraxis heißen soll; der Dachverband der Spendenprüforganisationen, das International Committee on Fundraising Organizations (ICFO) hat ebenso Standards für seine Arbeit entwickelt. Diese Aufzählung ließe sich beliebig fortsetzen.

Typische Inhalte solcher Selbstverpflichtungen sind Wahrheit und Wahrhaftigkeit in der Berichterstattung, Transparenz des Handelns für Dritte oder Mäßigung bei Gebühren- oder Verwaltungskosten. Bei Durchsicht von Begründungen solcher Selbstverpflichtungen werden Themen wie die Etablierung einer gemeinsamen Ethik, die zugleich das Vertrauen der aktuellen wie potentiellen Geldgeber rechtfertigen soll, entwickelt. Man kann also von Marktpflegemaßnahmen sprechen, die vor dem Hintergrund entwickelt werden, daß hiervon die notwendigen Mittelzuflüsse von privater Seite abhängen.

Daran schließen unterschiedliche Modelle an, die Einhaltung solcher Standards auch zu prüfen (zum folgenden besonders: Ingrid-Hélène Guet, *Monitoring Fundraising*, 2002).

In der Schweiz übernimmt dies die Stiftung ZEWO, die, privat gegründet, von der heutigen Trägerstruktur her dem DZI nicht unähnlich ist. Das von der Stiftung ZEWO erteilte Spendengütesiegel umfaßt neben sozialen, humanitären und kulturellen auch Umweltorganisationen. Die Stiftung subsummiert die verschiedenen Organisationen unter dem Stichwort ‚Gemeinnützigkeit‘, worunter selbstverständlich auch das Engagement im Umweltbereich fällt. Hierzu wird auch der Tierschutz gezählt, jedoch mit Einschränkungen: Organisationen, zu

deren Ziel der Tierschutz im Sinne des Artenschutzes zählt, können sich im Gegensatz zu bspw. einem Tierheim um das Spendengütesiegel bewerben. Mit der Entscheidung für die Einbeziehung von im Umweltbereich tätigen Organisationen wurden bislang keinerlei negative Erfahrungen gemacht⁸.

In Österreich wird das Spendensiegel vom Österreichischen Institut für Spendenwesen erteilt, das der Österreichischen Forschungsstiftung für Entwicklungshilfe angegliedert ist. Trotz dieser institutionellen Nähe zum Thema Entwicklungshilfe, können sich um das Gütesiegel sämtliche Non-Profit-Organisationen unabhängig von ihrer Größe, des Tätigkeitsbereichs oder der Rechtsform bewerben.

Im Unterschied zum DZI führt das ÖIS nicht selber die Prüfungen durch. Diese beruhen auf der Existenz eines einheitlichen und umfassenden Zertifikationsmodus, durch den eine Konkurrenz unter verschiedenen Siegeln verhindert wird.⁹ Grundlage ist ein Kooperationsvertrag zwischen der Kammer der Wirtschaftstreuhänder und den Dachverbänden der NPOs, in dem ein System der Standards für Non Profit Organisationen in den Bereichen Spendenmittelaufbringung und Spendenmittelverwendung niedergelegt ist. Auf der Grundlage dieser Standards führt dann die erfolgreiche Prüfung durch einen Wirtschaftstreuhänder zur Erlangung des Spendensiegels.

In Schweden wiederum wird die Prüfung von Organisationen von der privaten Swedish Foundation for fundraising Monitoring (SFI) durchgeführt. Deren Siegel ist im Grunde eine Zahl: sie verfügt über das ausschließliche Recht sechsstellige Postgirokontonummern zu vergeben, die mit der Nummer 90 beginnen. Gegründet wurde SFI 1943, um im Krieg Finnland bzw. Flüchtlinge aus Dänemark und Norwegen zu unterstützen. Nur Organisationen, die sich entsprechend den Standards von SFI prüfen lassen, erhalten diese Kontonummern und damit ein prägnantes Erkennungssymbol gegenüber der schwedischen Bevölkerung.

Resümee

Erkennbar gibt es unterschiedliche Modelle und Ansätze, wie von Seiten des Staates und der Zivilgesellschaft in unterschiedlichen Ländern versucht wird, die Einnahmesituation von CSO auf der Ebene privater Gebermärkte zu erhalten bzw. zu verbessern, sei es durch direkte Fundraisingunterstützung, sei es durch Maßnahmen des Vertrauensschutzes.

Ein staatlicher Ansatz ist, wie in Österreich, die finanzielle Unterstützung beim unmittelbaren Fundraising oder bei der Bereitstellung von Informationen für zielgerichtetes Fundraising.

Ein weiterer Ansatz besteht in der Pflege der Gebermärkte. Hierbei wirkt mal der Staat mit, wie in Deutschland für bestimmte Segmente, mal sind es zivilge-

⁸ Telefonische Auskunft von Frau Mayrhofer, Stiftung ZEWO, 20.10.02.

⁹ Telefonische Auskunft von Dieter Hernegger, Interessensvertretung Österreichischer Gemeinnütziger Vereine, 06.11.02.

sellschaftliche Organisationen, die diese Aufgabe übernehmen. Sowohl Selbstverpflichtungen als auch Prüfverfahren zielen auf die Stärkung des Vertrauens der Geberseite in die spendensammelnden Organisationen. Vielfalt und Einfallsreichtum der Ansätze, die hier nur ausschnittsweise für einige wenige Länder angedeutet werden konnten, unterstreichen, daß hier international Bedarf gesehen wird.

Bei Prüfverfahren kommt hinzu, daß sie Grundlage für einen identifizierbaren und damit bewerbbaaren Markenartikel sind, ob nun in Form eines Siegels oder einer Kontonummer. In Österreich, Deutschland oder Schweden sind damit Kosten und Aufwand verbunden. Daß die spendensammelnden CSO diese auf sich nehmen, zeigt, daß damit Vorteile verbunden sind. Bedenkt man, daß in Österreich 58% der Spender angeben, sich bei ihren Entscheidungen von dem neu eingeführten Siegel leiten lassen zu wollen, wird die potentielle Reichweite solch eines Vorteils erkennbar. Daß in Deutschland im Unterschied zu anderen Ländern solch ein Fundraisingmarkenartikel für den Umwelt- und Naturschutzbereich nicht existiert, zugleich aber für andere Bereiche, muss insofern als ein strategischer Nachteil für das Auftreten auf den Gebermärkten angesehen werden.

Da in Deutschland, im Unterschied zu anderen Ländern, an dieser Stelle die Bundesregierung über die Mitträgerschaft am DZI beteiligt ist, liegt es nahe, daß das BMU gefordert ist, seinerseits nach Wegen zu suchen, diesen Wettbewerbsnachteil zu beseitigen.

Zusammenfassende Bewertung der Ergebnisse und der Vorschläge

1.

Der Abschnitt I: Experteninterviews, konnten trotz der Disparität der Stakeholder, zu einer Reihe von Fragen weitgehende Konvergenzen darstellen. Allerdings muss man feststellen, daß es bei fast allen Punkten auch abweichende Expertenauffassungen gibt. Als Konvergenzen konnten gleichwohl festgehalten werden:

1. Eine Konvergenz besteht im Verständnis von CSO als am privaten Engagement hängenden und vom Staat unabhängigen Initiativen für das Gemeinwohl.
2. Der Staat als Förderer von CSO soll eher dem Leitbild eines ermöglichenden Staates entsprechen.
3. Als erfolgreiches Fundraising wird jene Form angesehen, die eng mit der inhaltlichen Arbeit von CSO verzahnt ist.
3. Der Staat soll das Fundraising von CSO durch verbesserte Rahmenbedingungen, Informations- und Beratungsstellen, Strukturbereitstellung, Unterstützung von Standards fördern.

4. Entsprechend der Idee des ermöglichenden Staates soll nicht auf eigenbetriebliche Maßnahmen des Staates gesetzt, sondern der Förderung von vorhandenen CSO und CSO-Strukturen der Vorzug gegeben werden.
5. Kompetenzstärkung wird als Förderziel einhellig befürwortet, wobei niemand sich für angebotsorientierte Maßnahmen ausspricht.
6. Umstritten ist insbesondere die unmittelbare Projektförderung im Fundraisingbereich, die teilweise auf entschiedene Ablehnung stößt.

2.

Der Abschnitt II: Finanzierungs- und Engagementstrukturen im Umwelt-, Natur- und Tierschutzbereich im internationalen Vergleich hat gezeigt, daß die erfolgreiche Ansprache von Bürgern, damit sie Geld oder Zeit spenden bzw. als aktive Mitglieder oder als Fördermitglieder sich beteiligen, für CSO mit den Zielen Umweltschutz, Naturschutz und Tierschutz von herausragender Bedeutung ist. Dies gilt nicht nur in Deutschland, sondern in den meisten untersuchten Ländern, im Unterschied insbesondere zum sozialen Bereich. Bei der Stärkung und Aufrechterhaltung des Erfolgs dieser Ansprache geht es elementar um die Einwerbung der notwendigen materiellen Ressourcen, also um das Fundraising.

Die Stärkung von Fundraisingaktivitäten durch das BMU kann als Hilfe zur Selbsthilfe geeignet sein, gerade auch den relativ staatsunabhängigen Charakter dieses Teiles der Zivilgesellschaft zu stärken. Dies gilt unter der Voraussetzung, daß die CSO in diesem Feld trotz ihrer hohen Privatquote diese Ressource noch nicht hinreichend ausgeschöpft haben bzw. alternativ, daß sich Gefährdungen erkennen lassen, die zumindest den Erhalt dieser hohen Quote in Frage stellen. Die relativ niedrige Staatsquote zeigt zugleich an, daß die öffentliche Hand in diesem Feld zurzeit nicht seine Maßnahmen daraufhin prüfen muss, ob sie zu viel Geld an CSO gibt.

3.

Der Abschnitt III: Aktuelle Trends auf Teilmärkten des Fundraisings, daß weder Umwelt- und Naturschutz noch Tierschutz die erkennbaren Marktreserven in Deutschland erschlossen haben. Im Sponsoringmarkt bleiben sie kontinuierlich hinter den Prognosen zurück, im Unterschied zu Soziales und Kunst/Kultur; im Spendenmarkt zeigen internationale Zahlen, was an relativem Anteil möglich sein kann. Lediglich der Stiftungsmarkt kann befriedigen, auch wenn die Abflachung der Anstiegskurve in den letzten zehn Jahren zu denken geben sollte.

Erkennbar wird auch, daß es neben dieser relativen Anteilsdimension auch ein Volumenproblem dieser Märkte gibt. Insbesondere der Spendenmarkt muss als Stiefkind in Deutschland gelten, was gerade vor dem Hintergrund des vergleichsweise erfolgreichen Stiftungsmarktes besonders auffällt. Die Entwicklung im Stiftungsbereich zeigt, daß ein wichtiger Grund in dem politischen Desinteresse und in der fehlenden politischen Pflege von Spendenmarkt und Spenden-

wesen zu sehen ist. Hier ist für das BMU ein wichtiger Ansatzpunkt für eine politische Begleitung von Fundraisingaktivitäten vom Umwelt-CSO zu sehen.

Ein Ansatzpunkt könnte sein Initiativen zum Öko-Giving zu starten, ebenso denkbar könnte eine Initiative Spenderschutz ist Verbraucherschutz sein. Entscheidend dabei ist die Begleitung solcher Losungen durch konkrete gesetzgeberische Initiativen, die in der Öffentlichkeit unterstreichen, daß es um etwas Wichtiges geht und entsprechend auch ein mediales Echo auslösen.

Das BMU sollte eine politische Strategie verfolgen, die gleichzeitig auf eine Vergrößerung des jeweiligen Marktes insgesamt wie auf eine Vergrößerung des relativen Anteils für den Umwelt- und Naturschutz abzielt. Ein konkreter Ansatzpunkt dafür ist der in der Koalitionsvereinbarung festgeschriebene Prüfauftrag der Ergebnisse und Vorschläge der Enquete Kommission Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements des 14. Deutschen Bundestages. Die Steuerungsgruppe Fundraising könnte ein Nukleus sein, um diesen Prüfprozess von Seiten des BMU in Kooperation mit den Umwelt-CSO gerade auch im Hinblick auf eine bessere Marktsituation für Umwelt- und Naturschutzfundraising zu organisieren und in publikumswirksame Vorschläge zu überführen.

4.

Der Abschnitt IV: Grenzüberschreitende und transnationale Finanzierung von Civil Society Organizations (CSO) hat gezeigt, daß diese Form insgesamt und auch im Umwelt- und Naturschutz noch eine untergeordnete Bedeutung hat – trotz der Globalität vieler Umweltprobleme. Das ist zum einen Resultat der vornehmlich nationalen Strukturen von Gebermärkten und Gebermentalitäten. Zum anderen aber entspricht dem die Mentalität von CSO. Im Umweltbereich kommt hinzu, daß Kooperation von Umwelt-CSO untereinander entwicklungsfähig ist. Insofern kann hier in doppelter Hinsicht von Entwicklungspotential auch für Fundraisingstrategien gesprochen werden: Marktbearbeitung und Aufstellung der Umwelt-CSO als Marktteilnehmer können erheblich verbessert werden. Im Umweltbereich wird zurzeit am erfolgreichsten das ‚katholische‘ Prinzip verwirklicht.

Das BMU sollte, im Interesse der Lösung globaler Umweltprobleme, nach Wegen suchen, wie es zu einer besseren Marktbearbeitung und einer besseren Präsenz von Umwelt-CSO auf dem Gebiet transnational oder international vergebener Finanzmittel beitragen kann. Ein konkretes Mittel kann die bevorzugte Unterstützung von Aktivitäten sein, die auf eine kooperative Akquise internationaler oder transnationaler Ressourcen durch Umwelt- und Naturschutz-CSO abzielen.

5.

Der Abschnitt V: Ansätze staatlicher und zivilgesellschaftlicher Unterstützung von Fundraisingaktivitäten zeigte, daß es international unterschiedliche Modelle

und Ansätze gibt, wie von Seiten des Staates und der Zivilgesellschaft versucht wird, die Einnahmesituation von CSO auf der Ebene privater Gebermärkte zu verbessern.

Ein staatlicher Ansatz ist, wie in Österreich, die finanzielle Unterstützung beim unmittelbaren Fundraising oder bei der Bereitstellung von Informationen für zielgerichtetes Fundraising.

Ein weiterer Ansatz besteht in der Pflege der Gebermärkte. Hierbei wirkt mal der Staat mit, wie in Deutschland für bestimmte Segmente, mal sind es zivilgesellschaftliche Organisationen, die diese Aufgabe übernehmen. Sowohl Selbstverpflichtungen als auch Prüfverfahren zielen auf die Stärkung des Vertrauens der Geberseite in die spendensammelnden Organisationen.

Bei Prüfverfahren kommt hinzu, daß sie Grundlage für einen identifizierbaren und damit bewerbaren Markenartikel sind, ob nun in Form eines Siegels oder einer Kontonummer. In Deutschland existiert im Unterschied zu anderen Ländern solch ein Fundraisingmarkenartikel für den Umwelt- und Naturschutzbereich nicht, obgleich er in anderen Bereichen mit staatlicher Unterstützung vorkommt. Das ist ein strategischer Nachteil für das Auftreten auf den Gebermärkten. Das BMU ist gefordert, seinerseits nach Wegen zu suchen, diesen staatlicherseits finanzierten Wettbewerbsnachteil zu beseitigen.

Vor dem Hintergrund der vorliegenden Untersuchungsergebnisse kommt das Maecenata Institut daher zu den Schlussfolgerungen und Empfehlungen, die dem Gutachten als Zusammenfassung vorangestellt sind.

Anhang

Leitfaden für die Experteninterviews

Vorbemerkung: die im folgenden gegebenen Fragen werden im Einzelfall im Detail je nach Gesprächspartner etwas unterschiedlich ausfallen. Ein Vertreter einer kulturellen Organisation wird auf der Ebene der Problemanalyse von Finanzierungsfragen von CSO konkret nach dem Kulturbereich, nicht nach dem Umweltbereich gefragt.

A) Einführung:

- Kurze Erinnerung/Vorstellung des Projekts
- Klärung der Modalitäten der Aufnahme und Verwendung des gesprochenen Wortes (Mitschnitt? Freigabe etc.)

B) Frage zur Person des Interviewten im Hinblick auf sein Expertentum (Berufliche Stellung in seiner Organisation, Werdegang, seine Aufgaben)

- Können Sie mir kurz Ihre aktuellen Aufgaben in der Organisation beschreiben?
- Können Sie mir kurz Ihren Weg in die jetzige Aufgabe beschreiben, insbesondere im Hinblick auf Ihre Bezüge zum Sozial-/Kultur- oder Umweltbereich?
- Eventuell: haben Sie außerberufliche Bezüge zum Engagementfeld?

C) Tätigkeit der Organisation im Umweltbereich(Sozial-/Kulturbereich)

- Ihre Organisation ist bekannt für Stellen Sie bitte kurz die allgemeine Zielrichtung Ihrer Organisation im Umweltbereich (alternativ: Sozial- oder Kulturbereich) dar.
- Können Sie exemplarisch erläutern, was Sie in diesem Bereich konkret tun?
- Mit wem kooperieren Sie und wie ist diese Kooperation zustande gekommen?
- Sehen Sie Unterschiede im bürgerschaftlichen Engagement zwischen dem Umweltbereich, dem Sozialbereich und dem Kulturbereich, z.B. Motivationen, Strukturen, speziell auch Finanzierung?

D) Thematisierung von Standards

I: Zwei alternative Einstiege:

- a) „Sie haben auf Kooperationen mit abc hingewiesen. Gibt es einen Kriterienkatalog, den Partner für Sie erfüllen müssen?“ (evtl. Erläuterung: Professionalität, Transparenz u.ä.) – danach folgt dann die folgende Frage b!
- b) „Es gibt mittlerweile einige selbstgesetzte Standards im Bereich gemeinnütziger Organisationen und ihres Fundraisings, zum Beispiel das Spendensiegel des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen oder Fundraising Standards des Deutschen Fundraiser Verbandes. Welche Rolle spielen solche Standards aus Ihrer Sicht?“

II: Der zweite Einstieg setzt unmittelbar bei b an.

Nach den Einstiegen können Nachfragen erfolgen, wenn bestimmte Themen nicht von selbst expliziert werden, und zwar:

- Helfen solche Standards wie das Spendensiegel bei der Mittelakquise? Haben sie andere Bedeutung gegenüber der externen Öffentlichkeit?
- Was sind Bedingungen dafür, daß solche Standards Verbindlichkeit haben und wirksam sind? (Erläuterung z.B.: Beteiligung von betroffenen Organisationen bei der Erarbeitung, Unabhängigkeit der vergebenden Stelle)
- Helfen solche Standards bei der internen Weiterentwicklung einer Organisation?
- Sehen Sie einen speziellen Handlungsbedarf für den Umweltbereich bzw. auch für die anderen Bereiche? Kriterien der Zusammenarbeit (Förderung, Sponsoring, Berichterstattung)
- Was halten Sie von Rankings bei der Beurteilung der Arbeit gemeinnütziger Organisationen (Evtl. erläutern: die Zeitschrift Öko-Test hat ein Ranking von spendensammelnden Umweltschutzorganisationen vorgenommen, mit teilweise sehr harten Urteilen über einzelne Organisationen)?
- Evtl. Nachfrage: Sehen Sie Zusammenhänge zwischen Gütesiegeln und Rankings? (Eventuell erläutern: ist das Ranking eine Ersatzmaßnahme für das Fehlen von Gütesiegeln)
- Abschlussfrage hier: „Die Erteilung von Spendensiegeln u.ä. ist mit Kosten zum Beispiel für Prüfungsvorgänge verbunden. Ist es förderlich, wenn Organisationen an der Finanzierung solcher Kontrollen beteiligt werden (monitoring.-fees)?“

E) Fundraising

- Erfahrung mit Fundraising/Perspektive auf Fundraising
- Welche Probleme von Fundraising (im Umweltbereich)?
- Wie schätzen Sie den Stand der Professionalisierung von Fundraising in Deutschland ein, wenn möglich auch speziell im Umweltbereich?
- Welche Probleme und Vorteile können mit professionellem Fundraising verbunden sein, speziell auch für Umweltorganisationen?
- Bitte kommentieren Sie folgenden Satz: „Fundraising für Umwelt- und Naturschutz hat mit ganz anderen Problemen zu kämpfen als Fundraising für Kultur und Soziales. Ein Biotop verkauft sich auf dem Spendenmarkt nicht so gut wie eine Opernaufführung oder ein Kind.“

F) Rolle des Staates

„Ich möchte nun kurz auf die Rolle des Staates bei der Förderung von bürgerschaftlichem Engagement, speziell auch im Umweltbereich, zu sprechen kommen. Nun wäre das ein abendfüllendes Thema. Deshalb möchte ich mich auf zwei sehr konkrete Aspekte beschränken.“

- a) sollte der Staat unmittelbare Einzelprojektfinanzierung etwa im Umweltbereich vornehmen?
- b) hat der Staat Aufgaben im Bereich des Spenderschutzes?
 - Nachfrage: sehen Sie hier Handlungsbedarf?
 - evtl. Nachfrage: bei welchem Ministerium würden Sie politisch Aufgaben des Spenderschutzes ansiedeln?

G) Konfrontation mit Vorschlägen

„Dem BMU sind eine Reihe von Vorschlägen unterbreitet worden, wie das Fundraising von CSO im Umweltbereich unterstützt werden kann. Diese sollen im folgenden kommentiert werden. Die vielen Einzelvorschläge haben ich dabei in drei Gruppen zusammengefasst“

1. Wie beurteilen Sie es, wenn das BMU konkrete einzelne Fundraisingprojekte einzelner Organisationen fördert (Investitionsdarlehen, konkrete Fundraisingprojekte, Fundraisingstellen)?
2. Wie beurteilen Sie die Finanzierung mittelbarer Kompetenzstärkung im Bereich Fundraising von Umweltorganisationen durch das BMU, z.B. durch Förderung von Fortbildung, Teilnahme an Fundraisingkongressen, Finanzierung von Spendenmarktuntersuchungen?

3. Wie beurteilen Sie die Strukturbereitstellung und -förderung etwa in Form einer Informationsstelle, die über Spendersoftware, rechtliche Fragen usw. informiert, oder in Form politischer Unterstützung?

(diese drei Bereiche werden nacheinander erörtert)

H) Abschluss

„Vielen Dank für Ihre Bereitschaft zur Mitwirkung. Zum Abschluss möchte ich Ihnen noch die Möglichkeit zur freien Ergänzung von Problemen bzw. Lösungsvorschlägen zum Thema geben, die nicht in den Blick gekommen wurden.“

Quellenverzeichnis

- Assenmacher, Harry: Grüne Spenden. So ein Sumpf. Test: Öko-Spenden. Zwischen Biotop und Sumpf. In: Öko-Test, 11/02, S. 86 - 95
- Bachmann, Andreas / Gridl, Judith: Zwischen Biotop und Sumpf. Wie Umweltverbände mit Öko-Spenden umgehen. report Aus München, Skript der Sendung vom 21.10.2002, 21.00 Uhr / ARD. URL: http://www.br-online.de/politik/ard-report/2002/report_2110/umwelt.html, 4 Seiten
- Bekkers, René / Schuyt, Theo: VU-Project "Geven in Nederland". Center for the Study of Philanthropy and Volunteering. Giving in the Netherlands 2001. Summary of principal findings of the biannual research report on philanthropy and volunteering in the Netherlands. 05/09.2001. URL: <http://filantropie.scw.vu.nl/gjn/summary.pdf>, (Stand: 13.12.2002), 7 Seiten
- Bergstedt, Jörg: Reich oder rechts? Umweltgruppen und NGO's im Filz mit Staat, Markt und rechter Ideologie. Frankfurt am Main, IKO-Verlag, 2002
- Better regulation of fundraising. In: Private action, Public Benefit: A Review of Charities and the Wider Not-For-Profit Sector 6. Building Public Trust and Confidence and Supporting the Sector in Improving Performance, S. 65-68. Strategy Unit Report, September 2002. URL: <http://www.cabinet-office.gov.uk/innovation/2002/charity/report/downloads/strat-data.pdf>, 101 Seiten
- Böker, Susanne: Fundraising im Internet. Nutzungsmöglichkeiten des Internet als Kommunikationsmedium zwischen Nonprofit-Organisationen und potenziellen und existierenden Unterstützern. Konstanz, nonprofit-verlag, 2002
- Brearley, Chris: Confidence in Fund-Raising Charities. A submission to the PIU project on modernising the legal and regulatory framework for charities and the voluntary sector with some suggestions for raising confidence in fund-raising charities. PIU Submission. November 2001
- bsm newsletter. Informationsbulletin der Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing (BSM) - Deutscher Fundraising Verband e. V., alle 2 Monate
- Bühler, Theo: Projektförderung durch Stiftungen. Umweltschutz und lokale Agenda 21. Mit Beiträgen von Anke Valentin, Stefanie Janenz. Bonn, Wissenschaftsladen Bonn, 2001
- Bürgerschaftliches Engagement: auf dem Weg in eine zukunftsfähige Bürgergesellschaft; Bericht / Deutscher Bundestag 14. Legislaturperiode, Enquete-Kommission "Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements". Opladen, Leske + Budrich, 2002
- Cross-border philanthropy: An exploratory study of international giving in the United Kingdom, United States, Germany and Japan. Centre for Civil Society (CCS); Helmut K. Anheier / Regina List (Hrsg.). Charities Aid Foundation (CAF). London, Selbstverl., 2000

Der Ökogeschmack. Jürgen Resch, Geschäftsführer der Deutschen Umwelthilfe, über Umweltschutz, Sponsoring und die Bedeutung von Ökofragen für Qualitätstourismus. Interview Christel Burghoff. In: taz Magazin Nr. 6701, 16.3.2002, Seite XI. URL: <http://www.taz.de/pt/2002/03/16/a0013.nf/text.ges>, 5 Seiten

Erneuerung - Gerechtigkeit - Nachhaltigkeit. Für ein wirtschaftlich starkes, soziales und ökologisches Deutschland. Für eine lebendige Demokratie. Koalitionsvertrag vom 16. Oktober 2002. URL: <http://www.bundesregierung.de/Anlage444120/Koalitionsvertrag+zwischen+SPD+und+B%fcndnis+90/Die+Gr%fcnen+vom+16.+Oktober+2002.pdf>, (Stand: 12.12.2002), 88 Seiten

Faust, Ute: Umweltschutz zahlt sich aus. Höhere Gewinne durch Nachhaltigkeit. 26.08.2002, Politik & Gesellschaft. URL: <http://www.de/ZDFde/druckansicht/0,1986,2011757,00.html>, 2 Seiten

Fundraising Magazin. Wolfgang Happes (Hrsg.). Konstanz (bis Juli 2000: Bietigheim-Bissingen): NonProfit Verlag & Service, (Ersch.) 6x jährlich

Fundraising. Das Finanzierungshandbuch für Umweltinitiativen und Agenda 21-Projekte. Jacob Radloff, Georg R. Rettenbacher, Anja Wirsing (Hrsg.). München, ökom-Verlag, 2001

Fundraising. Handbuch für Grundlagen, Strategien und Instrumente. Fundraising Akademie (Hrsg.). Wiesbaden, Gabler, 2001

Für eine Stärkung und Neuorientierung des Naturschutzes. Sondergutachten. Der Rat von Sachverständigen für Umweltfragen. Zusammenfassung und Fazit. URL: <http://www.umweltrat.de/pdf/kurzsg02.pdf>, (Stand: Juni, 2002), 42 Seiten

Furtak, Florian: In der Kuschelfalle. NGOs und die Europäische Union. In: politische ökologie72, Okt. 2001

Gallop, Bradley: Cross border Issues facing Foundations and their Donors. In: Schüler, Andreas u.a. (Hrsg.): Foundations in Europe. London, 2001

Global Civil Society: Dimensions of the Nonprofit Sector. The Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Projekt. Baltimore, The Johns Hopkins Center for Civil Society Studies (CCSS), 1999

Grünes Geld - Gutes Geld. Ökologisch investieren mit Gewinn. taz-journal. 2002/01

Guét, Ingrid-Hélène: Monitoring Fundraising. A Comparative Survey of ICFO Members and there Countries. Berlin, International Committee on Fundraising Organizations, May 2002

Haas, Lucian: Alles im Grünen Bereich bei den Umweltverbänden? Die Organisationen kritisieren einen Spenden-Test der Zeitschrift Ökotest. Berliner Zeitung, Nr. 254, 31.10.2002

Hohn, Bettina: Internet-Marketing und -Fundraising für Nonprofit-Organisationen. Wiesbaden, Deutscher Universitäts-Verlag, 2001

Jahrbuch Sponsoring. Peter Strahlendorf (Hrsg.). Hamburg, VMK, seit 1992, jährlich

Janenz, Stefanie: Stiftungen im Umwelt-, Natur- und .Landschaftsschutz. Ziele, Strategien, Projekte. München, Ökom Verlag, 2002

Jansen, Paul J. / Katz, David M.: For nonprofits, time is money. The McKinsey Quarterly, 2002 Number 1. URL: <http://www.mckinseyquarterly.com/article>, 7 Seiten

Jordan, Grant: Shell, Greenpeace and the Brent Spar. Houndmills, palgrave, 2001

Kalupner, Sibylle: Das Stiftungswesen im politischen Diskurs 1983 - 2000. Eine Evaluationsstudie zur Reform des Stiftungsrechts und zur Rolle der Politikberatung in diesem Prozeß. Arbeitshefte des Maecenata Instituts für Dritter-Sektor-Forschung, Heft 4. Berlin, Maecenata Verlag, 2000

Kingdom, United States, Germany and Japan. Centre for Civil Society (CCS), Helmut K. Anheier; Regina List (Hrsg.); Charities Aid Foundation (CAF). London, Selbstverl., 2000

Koch, Christian: Controlling im Fundraising. socialnet - Materialien. URL: <http://www.socialnet.de/materialien/fundraisingcontrolling.html>, (Stand: 04.11.2002), 11 Seiten

Kursbuch Fundraising. Mittelbeschaffung für selbstorganisierte Initiativen. (Hrsg.): cash coop Hessen und der cash coop Initiativgruppe Berlin-Brandenburg fjs-Arbeitshefte, Schriftenreihe. Berlin, fjs-verlag, 1994

Maecenata Aktuell. Maecenata Institut für Dritter-Sektor-Forschung. Berlin, Maecenata Verlag, alle 2 Monate, o.J.

Martin, Jörg / Wiedemeier, Frank / Hesse, Ulrike: Fundraising-Instrument Stiftungen. Die neuen Möglichkeiten für soziale Dienstleister. Regensburg, Berlin, Wallhalla Fachverlag, 2002

Nährlich, Stefan / Zimmer, Annette: Germany. In: Anheier, Helmut / List, Regina: Crossborder Philanthropy. o.O., o.J

Naumann, Stefan: Kulturförderpolitik. Ein systemorientierter Ansatz zur Identifikation von Effizienzkriterien beim Vergleich öffentlicher und unternehmenspolitisch motivierter Kulturförderung. Marburg, Techum Verlag, 2002

Naumann, Stefan: Kulturförderpolitik. Ein systemtheoretischer Ansatz zur Identifikation von Effizienzkriterien beim Vergleich öffentlicher und unternehmenspolitisch motivierter Kulturförderung. Marburg, Tectum Verlag, 2002

o.V. Bilanz 2000: Unterschiedliche Spendenentwicklung bei großen Organisationen. In: bsm newsletter, August 2001: URL: <http://www.sozialmarketing.de/bilanz-newsletter.pdf>, (Stand: 12.12.2002), 6 Seiten

- o.V. Fundraising und Umweltschutz. Fachtagung, 25. / 26. März 2002, Berlin. Nachlese zur Fachtagung. URL: <http://www.fundnet.de>, 8 Seiten
- o.V. Gemeinschaftsrahmen für staatliche Umweltschutzbeihilfen. URL: <http://www.solarthemen.de/dokumente/gemeinschaftsrahmen.pdf>, (Stand: 03.02.01), 13 Seiten
- o.V. Georgia's nonprofit sector. facts and figures. Giving and volunteering in America. URL: <http://www.nonprofitgeorgia.org/pdfs/snaphots3rd.pdf>, (Stand: 13.12.2002), S. 10 - 11 von 12
- o.V. Giving Trends in Australia. O'keefe & Partners' report into Giving. URL: <http://www.auscharity.org/giv2000.pdf>, (Stand: 13.12.2002), 12 Seiten
- o.V. opensecrets.org. Industry Totals: Environment. Long-Term Contribution Trends. URL: <http://www.opensecrets.org/industries/indus.asp?Ind=Q11>, (Stand: 06.12.2002), 1 Seite
- o.V. San Diego Grantmakers Online. Strengthening Philanthropy. Giving Trends. URL: http://www.sandiegograntmakers.org/philanthropy/giving_trends.asp, (Stand: 06.12.2002), 2 Seiten
- o.V. Spendenmarkt (Österreich). Die Spendenbereitschaft nach einer Untersuchung aus dem Dezember 2001. URL: <http://www.saz.at/news/markt.html>, (Stand: 12.12.2002), 2 Seiten
- o.V. Stellungnahme des Verkehrsclub Deutschland (VCD) zu dem Artikel "Zwischen Biotop und Sumpf" aus Öko-Test 11/2002. Öko-Test-Recherche: Note ungenügend! URL: <http://www.vcd.org/dervcd/05e.html>, (Stand: 04.11.2002), 4 Seiten
- o.V. WWF. Sponsoring. Unsere Partner. URL: <http://www.wwf.de/sponsoring/unsere-partner/>, (Stand: 12.12.2002), 1 Seite
- o.V. Zahlen zum Fundraising in Deutschland, Update 6.2.2002. Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing (BSM) - Deutscher Fundraising Verband e.V. URL: <http://www.sozialmarketing.de/zahlenallgemein.htm>, (Stand: 13.12.2002), 11 Seiten
- o.V. Zum Geburtstag alles Gute. Prominente Glückwünsche zum 100. Geburtstag des NABU. Naturschutz heute – Ausgabe 1/99 vom 5. Februar 1999. URL: <http://www.nabu.de/nh/199/gratulation199.htm>, 5 Seiten
- Pinter, Frances: Funding Global Civil Society Organisations. In: Anheier, Helmut u.a. (Hrsg.): Global Civil Society 2001, Oxford
- Piwko, Rudi: Arbeitshilfe Fundraising. Bonn, Berlin, Stiftung MITARBEIT, socius Organisationsberatung, 1999
- Projektwerkstatt auf Gegenseitigkeit zur Entschärfung von Privateigentum. Graue Seiten. Kommentierte Umwelt-Adressenliste. URL: <http://www.projektwerkstatt.de/adressen/index.html>, (Stand: 07.10.2002), 54 Seiten

Roth, Roland: NGO und transnationale soziale Bewegungen: Akteure einer "Weltzivilgesellschaft"?. In: Brand, Ulrich u.a. (Hrsg.): Nichtregierungsorganisationen in der Transformation des Staates. Münster, 2001

Rotthaus, Stephan: Grüne Geldanlagen. Ökologisch und ethisch bewußt investieren. Alle Anlageformen im Überblick. Niedernhausen, Falken, 2001

Schmelzer, Geert: Nachhaltiges Wirtschaften lohnt sich für Unternehmen. URL: <http://www.impulse.de/the/man/169992.html?viewstyle=print>, (Stand: 27.09.03), 1 Seite

Seminar. Finanzierung von Naturschutz in der Entwicklungszusammenarbeit - Probleme, Instrumente, Partner - 23. bis 28. Juli 2000 in Camp Reinsehlen und EXPO 2000, Hannover. Veranstalter: Bundesamt für Naturschutz - Internationale Naturschutzakademie - Insel Vilm (INA); Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit mbH (GTZ). URL: <http://www.gtz.de/listra/documents/workshops/sneverdingen.pdf>, (Stand: 12.12.2002), 143 Seiten

Spendenmarkt Schweiz. Fundraising Markt. Quelle: Studie Spendenmarkt Schweiz 1998, Ruth Wagner und Stefan Kessler. URL: <http://www.vitaminb.ch/pdf/Fundraising%20Vitamin%20B.pdf>, (Stand: 13.12.2002), S. 12 - 16 von 43 Seiten

Spendenwesen. Erfahrungen Europa, mit einer Dokumentation zur ÖFSE-Studientagung "Informations- und Kontrollbedarf auf dem Spendenmarkt". Österreichische Forschungsstiftung für Entwicklungshilfe (ÖFSE) (Hrsg.). ÖFSE Edition 2. Wien, Mai 1995

Sprengel, Rainer: Statistiken zum Deutschen Stiftungswesen 2001. Ein Forschungsbericht. Maecenata Institut. Berlin, Maecenata Verlag, 2001

Stiftung und Sponsoring. Das Magazin für Non-Profit-Management und -Marketing. Stiftung & Sponsoring Verlags GmbH, alle 2 Monate

Take, Ingo: NGOs im Wandel. Von der Graswurzel auf das diplomatische Parkett. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 2002

Timm, Gerhard: Stellungnahme des BUND Freunde der Erde (Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland) zu dem Artikel "Zwischen Biotop und Sumpf" aus Öko-Test 11/2002. URL: <http://www.bund.net/lab/reddot2/pdf/oekotest.pdf>, (Stand: 25.10.2002), 5 Seiten

TNS-EMNID-Spendenmonitor 2001. Archiv Fundraising, Sozialsponsoring. (April 2002). URL: http://www.paritaet.org/berlin/finanzen/archiv/0402_07a.html, (Stand: 29.11.2002), 4 Seiten

Trend-Informationen für Führungskräfte der Sozialwirtschaft / Bank für Sozialwirtschaft AG Köln; Stephanie Rüth (Hrsg.). Köln, Bank für Sozialwirtschaft AG, o.J.

Trittin, Jürgen: Ökologische Modernisierung schafft Wettbewerbsvorteile. Vortrag, Mitgliederversammlung AGU, Berlin, 14. Mai 2002. URL:

http://www.bmu.de/reden/rede_trittin020514.php?vers=text, (Stand: 2011.2002), 4 Seiten

Umweltbewußtsein in Deutschland 2002. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Referat Gesellschaftspolitische Grundsatzfragen, Berlin 2002

Umweltgutachten 2002. Für eine neue Vorreiterrolle. Der Rat von Sachverständigen für Umweltfragen. Stuttgart, Metzler-Poeschel, 2002

Urselmann, Michael: Fundraising. Erfolgreiche Strategien führender Nonprofit-Organisationen. Bern, Stuttgart, Wien, Haupt, 1998

Vom David zum Goliath?. NGOs im Wandel. politische ökologie, Nr. 72. Jacob Radloff (Hrsg.). München, ökom, Oktober, 2001

Zivilgesellschaft international. Alte und neue NGOs, Christiane Frantz; Annette Zimmer (Hrsg.). Opladen, Leske + Budrich, 2002

Softwareverzeichnisse:

Softwareverzeichnis 2002: URL:

<http://www.nonprofit.de/software/softwareverzeichnis.asp?Software=Fundraising>, (Stand: 15.10.2002), 2 Seiten

Softwareverzeichnis Fundraising, aus Fundraising Magazin Ausgabe 6 / 2001, Seite 16, download (12 Seiten / 4,8 Euro): URL:

<http://www.nonprofit.de/leserservice/redauswahl.asp?zid=2115>, (Stand: 15.10.2002)

Softwareverzeichnis 2001 / 2002, aus Verein und Management Ausgabe 6 / 2001 Seite 13, download (9 Seiten / 3,6 Euro): URL:

<http://www.nonprofit.de/leserservice/redauswahl.asp?zid=2147>, (Stand: 15.10.2002)

Liste der Softwareanbieter im Fundraising (Stand 15.03.2002): URL:

<http://www.sozialmarketing.de/softanb.htm>, (Stand: 12.12.2002), 10 Seiten

TEIL B

Kommentar zum Gutachten des Maecenata Instituts für Dritter-Sektor-Forschung

zur Bewertung der Vorschläge zur Förderung von Fundraising-Aktivitäten der Umwelt- und Naturschutzverbände durch das BMU



Autor: Dipl.-Soz. Kai Fischer

Hamburg, 31. Januar 2003

1. Einleitung

Die Vorschläge der Umwelt- und Naturschutzverbände zur Förderung von Fundraising-Aktivitäten basieren auf der Wahrnehmung von Problemen, vor denen Organisation, die Fundraising implementieren wollen, stehen. Zur Beurteilung der Vorschläge ist deshalb in einem ersten Schritt zu erfassen, welche Probleme bei Umwelt- und Naturschutzverbänden auftreten, die ein Fundraising-System implementieren bzw. aufbauen wollen. Die einzelnen Vorschläge sind in Bezug auf ihren Beitrag zur Lösung dieser Probleme zu beurteilen.

Darüber hinaus können Interventionen und Subventionen zu unerwünschten Folgen und Nebeneffekten führen. Die einzelnen Vorschläge sind also auch in Bezug auf mögliche Folgen, die durch die Förderung induziert aber nicht gewollt werden, zu beurteilen.

Die hier vorgelegte Kommentierung geht von den derzeitigen Problemlagen aus und entwickelt hieraus ein Bewertungsraster, das ergänzt wird durch die Berücksichtigung nicht erwünschter Folgen. Anschließend werden die einzelnen Vorschläge mit Hilfe des Bewertungsrasters beurteilt. Dies führt zu der abschließenden Bewertung, wie und in welcher Form das Bundesministerium für Umwelt und Reaktorsicherheit im Rahmen seiner Verbändeförderung Fundraising-Aktivitäten fördern kann bzw. sollte.

2. Datenbasis

Der vorliegende Kommentar zu dem Gutachten des Maecenata Instituts für Dritter-Sektor-Forschung basiert auf den Erfahrungen und Erkenntnissen des Autors, die er in den letzten fünf Jahren in der Beratung und in der Projektbearbeitung mit Nonprofit-Organisationen sammeln konnte. Insbesondere die Erfahrungen, die auf Seminaren, Workshops und Tagungen, sowie als Organisator des Hamburger Fundraiser-Treffs gesammelt werden konnten, sind in diesen Kommentar eingeflossen.

3. Problemlagen

Seit etwa einer Dekade ist bekannt, daß die öffentliche Förderung von Umwelt- und Naturschutzverbänden aufgrund der Haushaltskonsolidierungspolitik nicht weiter ausgebaut, sondern zurückgefahren werden wird. Es ist auch nicht damit zu rechnen, daß diese Politik mittelfristig geändert wird. Dies ist unabhängig von den Parteien, die die Regierungsverantwortung im Bund und in den Ländern tragen.

Trotzdem ist zu beobachten, daß eine Reihe von Umwelt- und Naturschutzverbänden auf diese Herausforderung nicht oder nicht adäquat genug reagieren, indem sie alternative Finanzierungsquellen erschließen. Dieses Verharren auf dem Status quo lässt sich m.E. auf folgende Punkte zurückführen:

- Auf den Verzicht von Organisationsentwicklungsprozessen bei der Implementierung von Fundraising-Systemen;
- Auf fehlende Investitionsmittel;
- Auf zu geringes betriebswirtschaftliches Know-how und ein fehlendes Controlling, um den Veränderungsbedarf, sowie die Effizienz und Effektivität der eingeleiteten Maßnahmen zu erfassen.

3.1 Organisationsentwicklung

Die Implementierung eines Fundraising-Systems bedeutet die Umstellung der systemischen Steuerung des jeweiligen Umwelt- und Naturschutzverbandes. Wurden sie bisher staatlich alimentiert, bedeutet Fundraising die Akquisition von Mitteln auf einem Markt. Eine derartige Umstellung, die auch mit neuen Anspruchsgruppen und neuen Leistungserstellungsprozessen einhergeht, ist als umfassender Organisationsentwicklungsprozess bzw. Organisationslernprozess zu verstehen.

Im Rahmen dieses Prozesses müssen neue Leistungen mit dezidiertem Nutzen für die Förderer erstellt und entsprechend beworben werden. Da die Prozesse der Leistungserstellung für den eigentlichen Zweck und die Fundraisingprozesse miteinander verzahnt sind – die Förderer stellen Ressourcen zur Verfügung, damit die Organisation ihren Zweck erfüllen kann – bestehen Interdependenzen

zwischen beiden Prozessketten. Die Implementierung eines Fundraising-Systems bedeutet deshalb immer auch eine Reorganisation aller innerorganisatorischen Prozesse und Strukturen. Gelingt dies nicht, wird Fundraising an den bestehenden Strukturen scheitern bzw. suboptimale Ergebnisse liefern.

Fundraising wird damit nicht nur zum vorherrschenden Management-Prinzip, sondern auch zu einer originären Aufgabe der Organisation. Diese Dimension wird jedoch nicht von allen Stakeholdern wahrgenommen. Wie die Interviews im Rahmen des Gutachtens des Maecenata Instituts für Dritter-Sektor-Forschung zeigen, bestehen in der Wahrnehmung der Funktion von Fundraising erhebliche Differenzen.

Die meisten interviewten Stakeholder – genauso wie die meisten Vorstände in den Organisationen – verstehen Fundraising als Vertriebsproblem. Die Organisationen versuchen über Fundraising möglichst schnell und möglichst kostengünstig möglichst hohe Geldbeträge einzuwerben. Die Akquisition der Geldmittel soll möglichst ohne größere Gegenleistung erbracht werden. Fundraising wird in diesem Fall als der eigentlichen Arbeit der Organisation äußerlich aufgefasst: Etwas, das man tun muss, um zu überleben, was aber eigentlich nicht dazu gehört. Entsprechende Klagen verschiedener Stakeholder finden sich in den Interviewübersichten.

Die Praxis zeigt, daß ein derartiger Ansatz, obwohl häufig versucht, zu kurz greift und in der Regel nicht zu den gewünschten Ergebnissen führt. Eine reine Vertriebstätigkeit mag kurzfristig Gelder mobilisieren, ist aber mittelfristig eher kontraproduktiv, da Beziehungen nicht gepflegt und Nutzen der Förderer nicht befriedigt werden. Der Kostenaufwand ist relativ hoch, da die größten Kosten in der Akquisition von neuen Förderern anfallen. Wird Fundraising als Vertriebsaufgabe implementiert, werden die notwendigen Entwicklungsprozesse innerhalb der jeweiligen Organisation nicht angestoßen.

In einigen Nonprofit-Organisationen wird Fundraising als strategische Aufgabe definiert. Die Fundraiser versuchen unterschiedliche Förderer-Zielgruppen mit unterschiedlichen Nutzenerwartungen gezielt anzusprechen und als Förderer der Organisation zu gewinnen. Häufig werden hierfür intern Fundraising-Abteilungen gegründet, denen Fundraising als Aufgabe im Sinne eines systematischen Beschaffungsmarketings zugewiesen werden. Charakteristisch für dieses Verständnis von Fundraising ist, daß die Leitungsorgane nicht systematisch in das Fundraising involviert sind und die Fundraising-Abteilung eigenständig ohne Querverbindungen innerhalb der Organisation agiert. Eine Verzahnung der verschiedenen Leistungserstellungsprozesse unterbleibt jedoch, sodaß im Binnenverhältnis der Organisation Friktionen auftreten können.

Ein strategisches Verständnis von Fundraising ist auch mittelfristig erfolgreich. Insbesondere wenn zusätzlich ein Controlling-System implementiert und damit eine strategische Auswahl der Zielgruppen und der Instrumente möglich wird. Grenzen werden dann erreicht, wenn es notwendig wird, die inhaltlichen Leistungserstellungsprozesse den Erfordernissen des Fundraisings anzupassen.

Um langfristige und nachhaltige Fundraising-Strukturen in Umwelt- und Naturschutzverbänden aufzubauen, muss die Implementierung des Fundraisings mit einem umfassenden Organisationsentwicklungsprozess einhergehen. Fundraising muss zu einer originären Aufgabe der Organisation werden. Diese müssen Fundraising mindestens dieselbe Aufmerksamkeit wie den inhaltlichen Projekten widmen. Alle Vorschläge, die auf die Verbesserung der strategischen Optionen zielen, sind notwendig und zu begrüßen, werden jedoch weniger effektiv sein. Alle Verfahren die auf eine reine Vertriebstätigkeit zielen, sind abzulehnen, da hierdurch allenfalls kurzfristige Effekte erwartet werden können. Häufig scheitert diese Form des Fundraisings an den Organisationsstrukturen und –prozessen.

3.2 Investitionsprobleme

Der Aufbau eines Fundraising-Systems ist zeit- und damit auch kostenintensiv. Erfahrungen zeigen, daß es drei bis fünf Jahre dauert, bis ein Fundraising-System aufgebaut ist und nennenswerte Beträge abwirft. Über diesen Zeitraum fließt mehr Geld in den Aufbau des Fundraising-Systems als Erträge erwirtschaftet werden.

Als größter Kostenblock haben sich die Kommunikation mit potenziellen Interessenten und die Akquisition von neuen Förderern herausgestellt. Die erste Spende deckt in der Regel nicht die notwendigen Akquisitionskosten.

Die Kosten sind stark von den Ressourcen abhängig, zu denen die jeweilige Organisation Zugang hat. Insbesondere vorhandene Kontakte können die Investitionskosten erheblich senken. Steht ein derartiges Kapital nicht zur Verfügung, ist davon auszugehen, daß zwischen 50.000 und 100.000 Euro benötigt werden, um ein Fundraising-System nachhaltig zu implementieren.

Wird der Investitionsetat zu gering kalkuliert, kann es zu suboptimalen Ergebnissen kommen. So kann beobachtet werden, daß der Verzicht auf qualifiziertes Personal oder der Einsatz von nicht professionellen Ansprüchen genügenden Kommunikationsmitteln auch nicht die gewünschten Erfolge erzielt. Als Folge hiervon wird entweder der Versuch, ein Fundraising-System aufzubauen, vorzeitig beendet oder die Investitionsphase verlängert sich überproportional. Dies hat zur Folge, daß insgesamt höhere Mittel aufgewendet werden müssen.

Für Nonprofit-Organisationen ist es derzeit fast unmöglich, an Investitionskapital für Fundraising-Aktivitäten zu gelangen. Mit der neuen Stiftung für Umwelt und Entwicklung in NRW gibt es eine Institution, die auch Mittel für Fundraising-Projekte vergibt. Bankdarlehen scheitern bei Umwelt- und Naturschutzverbänden in der Regel an fehlenden Sicherheiten: Bei Organisationen, die als Verein organisiert sind, stellt sich regelmäßig die Haftungsfrage. Zusätzlich verfügen die meisten Verbände über kein Eigenkapital, welches als Sicherheit für Bankdarlehen dienen könnte. Befürchtungen der Banken bezüglich des fehlenden kaufmännischen Know-hows der Vereinsvorstände, die darüber hinaus in kurzen Zeitabständen wechseln können, tun ein Übriges.

Die fehlenden Mittel zur Investition ins Fundraising führen im Markt zu Dynamiken, die nicht gewollt sein können. So wollen Organisationen regelmäßig nur auf Provisionsbasis bezahlen und versuchen so das finanzielle Risiko auf die Dienstleister zu verlagern. Die hierin innewohnende Dynamik, nur Projekte anfangen zu können, die schnell hohe Einnahmen erzielen, ohne langfristig eine gesunde und nachhaltige Fördererstruktur aufzubauen, wird gern übersehen. In den USA ist die Arbeit auf Provisionsbasis ethisch geächtet.

Die zweite genauso problematische Dynamik, die sich aus den fehlenden Investitionsmitteln ergibt, besteht in der Vorfinanzierung der Arbeit der Dienstleister durch diese selbst. Damit entsteht jedoch eine jahrelange Abhängigkeit von einzelnen Anbietern im Markt. Gleichzeitig lässt sich die Gefahr beobachten, daß die Dienstleister den öffentlichen Auftritt der jeweiligen Organisation zu dominieren versuchen, um ihre investierten Mittel wieder zurückzuerwirtschaften.

Insbesondere für Umwelt- und Naturschutzverbände, die ins Fundraising einsteigen müssen, ist die Lösung des Investitionsproblems die vordringlichste Aufgabe. Ohne eine Lösung dieses Problems besteht die Gefahr, daß entweder suboptimale Ergebnisse erzielt werden oder sich im Fundraising Praktiken manifestieren, die zu massiven Problemen führen werden.

Die Berücksichtigung von Fundraising-Kosten in Projektetats, die von öffentlichen Stellen ausgeschrieben und vergeben werden, ist kein Ersatz für die fehlenden Investitionsmittel. Die Organisationen müssen erst über die Investitionsmittel verfügen, um überhaupt Mittel einwerben zu können. Die Berücksichtigung von Fundraising in den Overhead-Kosten stellt dann die Refinanzierung dieser Mittel dar und ist unbedingt erforderlich. Fehlt die Refinanzierung der investierten Mittel – inklusive der Zinsen, die mit berücksichtigt werden müssen – geraten die Organisationen schnell in Liquiditätsengpässe.

3.3 Controlling und betriebswirtschaftliches Know-how

Ein umfassendes Controlling, welches neben ökonomischen Daten auch „weiche“ Prozessdaten abbildet, ist notwendig, um Nonprofit-Organisationen steuern zu können. Da der Aufbau eines Fundraising-Systems mit relativ hohen Investitionen einhergeht, müssen die Mittel, die in das Fundraising geflossen sind, auch mit Fundraising erwirtschaftet werden. Gelingt dies nicht, droht der Organisation die Insolvenz.

Zurzeit verfügen nur die wenigsten Organisationen über ein aussagekräftiges Controlling. Dies ist auf verschiedene Ursachen zurückzuführen: Zum einen fehlt es häufig an entsprechendem Know-how. Zum anderen müssen Daten auf unterschiedlichen Ebenen aggregiert und für ein Berichtssystem zur Verfügung gestellt werden. Die meisten Fördererdatenbanken leisten dies jedoch nur eingeschränkt.

Auch wenn vielen Organisationen die Bedeutung von Controlling noch nicht bewußt ist, ist Controlling für die Steuerung der Organisation unverzichtbar. Je

größer das Investitionsvolumen und der Umsatz sind, desto wichtiger wird ein gutes Controlling-System.

Darüber hinaus verfügen Vorstände von Vereinen und Verbänden in der Regel nicht über eine kaufmännische oder betriebswirtschaftliche Ausbildung. Aufgrund des fehlenden Know-hows kann nicht ausgeschlossen werden, daß die Vorstände sich vorschnell und leichtfertig für die Implementierung eines bestimmten Fundraising-Systems entscheiden, ohne alle ökonomischen Implikationen überblicken zu können.

Subventionen können die Kosten – insbesondere die langfristigen Folgekosten – von Investitionen verschleiern. So müssen bei kreditfinanziertem Fundraising nicht nur die Zinsen, sondern auch die Tilgung erwirtschaftet werden. Fehlendes betriebswirtschaftliches Wissen kann in so einem Fall zur Folge haben, daß die Organisation sich übernimmt und von Insolvenz bedroht ist.

4. Nicht erwünschte Folgewirkungen

Die meisten vorgeschlagenen Möglichkeiten, Fundraising zu fördern, stellen Subventionen im weitesten Sinne dar. Subventionen greifen in den Markt ein und verändern Angebot und Nachfrage. Damit kann es zu unerwünschten, nicht-intendierten Wirkungszusammenhängen kommen, deren Auswirkungen ebenfalls berücksichtigt werden müssen, soll die Effektivität und Effizienz der einzelnen Maßnahmen abgewogen werden.

Drei Folgewirkungen haben dabei eine besondere Bedeutung:

- Mitnahmeneffekte, wenn geplante Investitionen aufgrund der Subventionen vorgezogen werden oder Subventionen ohne weiteren Effekt nur abgeschöpft werden;
- Steigende Kosten der Investitionen aufgrund von Subventionen;
- Implementierung suboptimaler Lösungen.

4.1 Mitnahmeeffekte

Mitnahmeeffekte treten z.B. auf, wenn eine Organisation plant, in Fundraising zu investieren und einen Fundraiser einzustellen, sich dann die Einstellung des Fundraisers aber subventionieren lässt. In diesem Fall zeitigt die Subvention keine Wirkung, da die Einstellung des Fundraisers auch ohne die Subvention erfolgen würde.

Mitnahmeeffekte in dieser Form werden grundsätzlich nicht auszuschließen sein. Es könnte allerdings unterstellt werden, daß frei werdende Mittel in den Umwelt- oder Naturschutz investiert werden und so dieser Bereich von den Subventionen des Fundraisings profitieren würde.

4.2 Steigende Kosten

Steigende Kosten ergeben sich, wenn die Nonprofit-Organisationen Leistungen bzw. Personal einkaufen und aufgrund der Subventionen auch überhöhte Preise zahlen können. Es besteht die Tendenz, daß Subventionen das Preisgefüge noch oben anheben.

Aufgrund steigender Preise ist die Effizienz im Fundraising gestört. Für die gleiche Leistung bzw. das gleiche Ergebnis wird mehr bezahlt als nach den Marktgesetzen notwendig. Damit verpuffen einige Gelder wirkungslos.

4.3 Implementierung suboptimaler Lösungen

Aufgrund von Subventionen kann auch dann noch Fundraising betriebswirtschaftlich durchgeführt werden, wenn es ohne die Subvention eingestellt oder gar nicht erst durchgeführt worden wäre. Unter dem Effizienz-Aspekt von Kosten und Nutzen ist dieses Fundraising suboptimal. Wären die Investitionen in andere Fundraising-Aktivitäten geflossen, hätten sie einen höheren Ertrag gebracht – vorausgesetzt die Berücksichtigung des Ertrags ist bei der Entscheidung für ein Fundraising-System eine wichtige Steuerungsgröße.

Bei der Implementierung suboptimaler Lösungen besteht die Gefahr, dauerhaft Subventionen geben zu müssen. Unter Umständen werden Systeme implementiert, die nur unter hohen Kosten wieder abgebaut werden können. Diese geben dann die Begründung zur Forderung weiterer Subventionen.

5. Bewertungsraster

Die skizzierten Punkte führen zu folgendem Bewertungsraster:

- Die Vorschläge sollten Organisationsentwicklungs und –lernprozesse mit induzieren, um langfristige Erfolge sicherzustellen.
- Sie müssen das Investitionsproblem auf Seiten der Umwelt- und Naturschutzverbände lösen.
- Sie sollten mit einem Controlling zur Absicherung der eingeleiteten Maßnahmen einhergehen und das betriebswirtschaftliche Know-how stärken.
- Mitnahmeeffekte sollten möglichst gering ausfallen.
- Die Effizienz des Fundraisings – in Bezug auf steigende Kosten und die Implementierung suboptimaler Lösungen – darf unter den Subventionen nicht leiden.

6. Bewertung der einzelnen Vorschläge

6.1 Spezielle Fundraising-Fortbildung für Umwelt- und Naturschutzverbände

Es wurde vorgeschlagen, Fundraising-Fortbildungen speziell für Umwelt- und Naturschutzverbände zu konzipieren.

Grundsätzlich ist nicht erkennbar, daß Fundraising für Umwelt und Naturschutz andere Methoden benötigt als Fundraising für soziale, kulturelle oder sportliche Projekte. Das Methodenrepertoire im Fundraising ist für alle Zwecke vergleichbar. Unterschiede ergeben sich hinsichtlich der jeweils besonderen Bedingungen bei der Umsetzung. Diese sind jedoch in Fortbildungen nicht zu vermitteln, sondern bedürfen eher der Begleitung der jeweiligen Organisation.

Fundraising-Fortbildungen helfen den Organisationen nicht über ihr Investitionsproblem hinweg. Die Qualifikation von Mitarbeitern macht beim Investment in Fundraising den geringsten Teil aus. Sie induzieren auch keine Organisationsentwicklungsprozesse, sondern wirken vorwiegend auf vertrieblicher oder strategischer Ebene.

Die Entwicklung von Fundraising-Fortbildungen gibt zu der Befürchtung Anlass, daß Mitnahmeeffekte erzeugt werden: Die mit dieser Aufgabe Betrauten unterliegen nicht den Marktgesetzen. Ebenso ist nicht sichergestellt, daß nicht die Effizienz leidet, da auch weniger effiziente und effektive Maßnahmen entwickelt werden könnten.

Insgesamt kann die Entwicklung von Fundraising-Fortbildungen speziell für Umwelt- und Naturschutzverbände nicht empfohlen werden, da eine inhaltliche Notwendigkeit nicht besteht.

6.2 Unterstützung der Teilnahme an Fortbildungsveranstaltungen und Kongressen

Durch die finanzielle Unterstützung der Teilnahme an Fortbildungsveranstaltungen und Kongressen kann das Fundraising-Know-how einzelner Mitarbeiter und der gesamten Organisation angehoben werden. Insofern ist diese Maßnahme grundsätzlich sinnvoll.

Sie löst allerdings weder das Investitionsproblem, da die Qualifizierung der Mitarbeiter insgesamt nur einen geringen Kostenanteil am Gesamtinvestment darstellt, noch induziert dies Organisationsentwicklungsprozesse. Es steht vielmehr zu befürchten, daß Mitarbeiter qualifiziert werden, die anschließend mit einem zu geringen Etat und ohne adäquate Einbindung in die Entscheidungsprozesse der Organisation Fundraising betreiben sollen. Die Wahrscheinlichkeit des Scheiterns in dieser Aufgabe ist relativ hoch. Insgesamt wird eher einer reinen Vertriebsorientierung Vorschub geleistet.

Folgeprobleme dieser Förderung sind zum einen Mitnahmeeffekte bei den Mitarbeitern und den Organisationen – notwendige Qualifikationen können sub-

ventioniert werden – und tendenziell steigende Preise bei den Anbietern, da durch die Subventionierung die Nachfrage erhöht wird und gleichzeitig der zu leistende Eigenbeitrag geringer wird.

Die finanzielle Unterstützung kann eine sinnvolle Maßnahme sein. Allerdings sollte sie nur unterstützend angeboten werden. Sich hierauf zu konzentrieren dürfte eher negative Effekte zeitigen.

6.3 Fundraisingberatung

Fundraisingberatung soll das Know-how innerhalb der Vereine und Verbände erhöhen und ihnen ermöglichen, möglichst optimale Entscheidungen bezüglich der Einführung der Fundraising-Systeme zu treffen.

Fundraisingberatung kann auf unterschiedliche Ebenen zielen. Schulungen können auf die Vertriebsprozesse zielen oder die strategischen Implikationen im Fokus haben. Organisationsentwicklungsprozesse werden ohne professionelle Unterstützung durch externe Berater kaum umzusetzen sein.

Das Investitionsproblem kann durch externe Fundraisingberatung allerdings kaum gelöst werden.

Durch die Subventionierung von Beratung steigt die Nachfrage, was ein durchaus gewollter Effekt ist. Steigerungen der Kosten von Fundraisingberatung können nicht ausgeschlossen werden. Die Implementierung suboptimaler Lösungen können durch den Einsatz von Beratern vermieden werden, da auf die Vermeidung dieser Probleme der Einsatz der externen Experten abzielt.

Auch wenn mit Fundraisingberatung nicht das Investitionsproblem gelöst werden kann, wird auf externe Berater bei den anstehenden Veränderungsprozessen nicht verzichtet werden können. Kann durch eine Subventionierung erreicht werden, daß Berater häufiger bzw. früher hinzugezogen werden, können die Prozesse optimiert und hohe Kosten durch falsche Investitionen vermieden werden.

Fundraisingberatung sollte unbedingt ergänzt werden. Neben dem eigentlichen Fundraising-Know-how haben die meisten Organisationen auch zu geringe Kenntnisse in betriebswirtschaftlichen Fragen. Auch für die Implementierung von Controlling-Systemen werden externe Berater benötigt.

6.4 Meinungsumfragen

Meinungsumfragen zielen auf die Kenntnis des Fundraising-Marktes, um Zielgruppen möglichst genau ansprechen zu können. Im Rahmen der Entwicklung strategiebasierter Fundraising-Konzepte sind Meinungsumfragen unverzichtbar.

Sie stellen allerdings keine Lösungen der wesentlichen Problembereiche beim Aufbau von Fundraising-Systemen dar. Weder führen sie zu Organisationsent-

wicklungsprozessen noch können sie das Investitionsproblem lösen. Auch zum Aufbau eines Controlling-Systems können sie keinen Beitrag leisten.

Mitnahmeeffekte und höhere Preise aufgrund der Subventionen können nicht ausgeschlossen werden. Ebenso kann nicht ausgeschlossen werden, daß Umfragen konzipiert werden, die zwar interessante Ergebnisse liefern, deren Relevanz jedoch nicht immer gegeben sein muss.

Auf Meinungsumfragen werden die Umwelt- und Naturschutzverbände nicht verzichten können, wollen sie strategisches Fundraising betreiben. Zu überlegen ist, ob hierfür nicht Gelder im Rahmen der Forschungsförderung bereitgestellt werden können. Zu denken wären z.B. an Sonderforschungsbereiche oder Graduiertenkollegs bzw. Forschungsprogramme in den Großforschungseinrichtungen des Bundes.

6.5 Förderer-Datenbank

Modernes Fundraising setzt eine sehr gute und speziell für die Aspekte des Fundraisings programmierte Datenbank voraus. Die Anschaffung derartiger Systeme ist teuer.

Die Fördererdatenbank ist notwendig für ein strategisches Fundraising und ein wichtiges Instrument für den Aufbau eines Controlling-Systems. Sie stellt keine Lösung für die Prozesse der Organisationsentwicklung dar. Das Investitionsproblem kann nur bedingt gelöst werden, da die Investitionen in die Fördererdatenbank nur Teile der Kosten ausmachen.

Mitnahmeeffekte sind in diesem Fall erwünscht, damit möglichst viele Organisationen eine optimale Software einsetzen können. Preissteigerungen sind eher wahrscheinlich. Suboptimale Lösungen können aufgrund der Subventionen allerdings vermieden werden, da aufgrund der Subventionen adäquate Lösungen angeschafft werden können.

Die gemeinsame Nutzung von EDV-Systemen bspw. im Rahmen eines Application Service Providings (ASP) ist letztendlich auch über den Markt zu erreichen. Sobald eine gewisse Anzahl von Umwelt- und Naturschutzverbänden ein zentrales Rechenzentrum nutzen, lassen sich derartige Angebote auch ohne Subventionen realisieren. Für den Anbieter einer derartigen Leistung ist entscheidend, daß relativ schnell der Break-Even-Point erreicht wird.

6.6 Bürgschaften für Investitionsdarlehen

Ausfallbürgschaften für Kredite haben zum Ziel, Umwelt- und Naturschutzverbänden den Zugang zu Krediten zu ermöglichen, die ihnen ohne diese Bürgschaften aufgrund fehlender Sicherheiten nicht zugänglich sein würden.

Zentral ist bei diesem Vorschlag die Lösung des Investitionsproblems. Durch die Möglichkeit, Kredite in Anspruch zu nehmen, können die Organisationen Investitionen in Fundraising-Systeme vornehmen.

Aufgrund einer Kreditfinanzierung durch Banken stehen die Umwelt- und Naturschutzverbände unter dem Zwang, die Mittel auch zurückzuführen. Können sie dies nicht, d.h. machen sie strategische Fehler, sind sie durch Insolvenz bedroht. Hierdurch wird ein massiver Anreiz gegeben, Lern- und Entwicklungsprozesse innerhalb der Organisation zu initiieren. Sobald keine optimalen Strukturen geschaffen werden, besteht die Gefahr einer Insolvenz und damit der Verlust aller Arbeitsplätze. Dies ist gewollt und unbedingt notwendig, um bestehende Veränderungsbarrieren in den Organisationen zu überwinden.

Mitnahmeeffekte und suboptimale Lösungen sind bei Ausfallbürgschaften nicht zu befürchten, da ausschließlich das Kreditrisiko der Banken abgesichert, nicht jedoch in den Fundraising-Markt eingegriffen wird.

6.7 Förderung von Fundraising-Projekten

Die Förderung von Fundraising-Projekten soll die Investitionskosten senken und gleichzeitig die Möglichkeit bieten, ohne Risiko innovative Fundraising-Methoden auszuprobieren.

Mit der Förderung von Fundraising-Projekten können die Investitionsprobleme vermindert werden. Sie zielen jedoch in erster Linie auf Vertriebsaktivitäten und induzieren damit weder Organisationsentwicklung noch –lernprozesse. Auch betriebswirtschaftliches Know-how inklusive Aufbau eines Controlling-Systems ist mit dieser Förderung nicht verbunden.

Mitnahmeeffekte, suboptimale Lösungen und erhöhte Kosten sind zu erwarten. Alle Umwelt- und Naturschutzverbände werden versuchen, ihre Fundraising-Projekte fördern zu lassen. Aufgrund der Förderung können auch Projekte initiiert werden, die unter rein betriebswirtschaftlichen Überlegungen keine Chance zur Verwirklichung haben. Aufgrund der Subventionen muss auf eine optimale Kostenstruktur nur bedingt geachtet werden.

Die Finanzierung von Fundraising-Projekten kann zwar das Investitionsproblem mindern, wird jedoch zu einer Reihe von negativen Folgeproblemen führen, die suboptimale und zu teure Ergebnisse erwarten lassen.

6.8 Fundraising-Stellen

Die Finanzierung einzelner Fundraising-Stellen zielt auf das Investitionsproblem. Durch die Subvention der Personalkosten werden wesentliche Investitionskosten übernommen, sodaß die Chance besteht, daß die Organisationen ein funktionierendes Fundraising-System aufbauen können.

Durch die Finanzierung von Fundraising-Stellen werden allerdings keine Impulse für eine Organisationsentwicklung gesetzt. Es wird der Anschein erweckt, daß durch die Einstellung eines Fundraisers alle finanziellen Probleme beseitigt werden. Daß dies zu kurz greift, wurde oben schon dargestellt. Es steht also zu befürchten, daß mittelfristig nicht die gewünschten Ergebnisse erzielt werden.

Die Finanzierung von Fundraising-Stellen kann Mitnahmeeffekte implizieren, da alle Organisationen versuchen werden, entsprechende Leistungen zu erhalten. Besonders problematisch ist die Wahrscheinlichkeit, daß suboptimale Lösungen erreicht werden. Da Fundraising die Organisationen im Fall der Finanzierung der Stellen quasi nichts kostet, können auch Projekte in Angriff genommen werden, die sich betriebswirtschaftlich nicht rechnen. Es steht zu befürchten, daß durch die Finanzierung von Fundraising-Stellen die bestehenden Problemsituationen nicht in adäquater Weise gelöst werden können.

6.9 Politische Unterstützung von Fundraising-Aktivitäten

Politische Unterstützung von Fundraising-Aktivitäten zielt auf die Veränderung der Rahmenbedingungen, in denen Fundraising stattfindet. Da Fundraising zunächst als eine Leistung der Organisation implementiert werden muss, werden wesentliche Problemlagen hiervon nicht berührt und sind damit auch nicht unmittelbar hilfreich.

Zielt die politische Unterstützung direkt auf die Möglichkeit Fundraising zu betreiben, ist sie unbedingt notwendig. Ohne die Unterstützung der öffentlichen Hand wird es den meisten Umwelt- und Naturschutzverbänden nicht gelingen, die bestehenden Probleme zu lösen und funktionierende Fundraising-Systeme aufzubauen. Der wichtigste Punkt ist dabei, dafür zu sorgen, daß den Organisationen ausreichende finanzielle Mittel zur Verfügung stehen, um die anstehenden Veränderungsprozesse meistern zu können.

6.10. Spenden-Siegel

Das Gutachten des Maecenata Instituts für Dritter-Sektor-Forschung schlägt vor, Spenden-Siegel analog zum Siegel des DZI auch für Umwelt- und Naturschutzverbände einzuführen bzw. diesen Organisationen den Zugang zu einem Siegel zu ermöglichen. Die Gutachter sehen hierin ein Verfahren des Spender-schutzes und einen Vorteil auf dem Spendenmarkt, da das Siegel für Seriosität steht. Gleichzeitig versprechen sich die Gutachter von der Einführung eines Siegels Organisationsentwicklungsprozesse, da die Organisationen sich an definierten Standards orientieren müssen.

Die Entscheidung zu spenden, ist in erster Linie kein rationaler, sondern ein emotionaler Vorgang. Dies zeigen Beispiele wie das Deutsche Tierhilfswerk, das jahrelang einen zweistelligen Millionbetrag pro Jahr an „Spenden“ akquirierte, ohne gemeinnützig zu sein. Neben der emotionalen Ansprache der Spender hat der konsequente Markenaufbau die Funktion, über die Steigerung der Bekanntheit und den Aufbau von Seriosität zu höheren Spendeneinnahmen zu gelangen. Ob und inwiefern Spenden-Siegel die Bereitschaft zur Spende steigern, kann derzeit nicht gesagt werden, da der psychische Entscheidungsprozess beim Spender in keiner Weise erforscht ist.

Auch wenn der Beantragung eines Siegels Standardisierungsprozesse vorangehen müssen, sind umfassendere Prozessoptimierungen eher von der Einführung eines Controlling-Systems zu erwarten.

Ob ein Spenden-Siegel ein Instrument des Spenderschutzes sind, muss mit einem Fragezeichen versehen werden. Zurzeit haben 154 deutsche Organisationen das Spenden-Siegel des DZI erworben. Nach Schätzungen des DZI sind ca. 2.000 Organisationen im bundesweiten Fundraising tätig. Insgesamt sammeln etwa 20.000 von insgesamt 400.000 Nonprofit-Organisationen Spenden. Zurzeit lassen sich Tendenzen beobachten, daß die zuständigen Finanzämter im Rahmen der Prüfung der Gemeinnützigkeit Aufgaben im Spenderschutz wahrnehmen. So prüfen sie die zweckfremde und damit gemeinnützigkeits-schädliche Mittelverwendung. Diese kann dann vorliegen, wenn mehr als 10% der gemeinnützigen Mittel für dezidierte Spenderwerbung eingesetzt werden. Inwieweit dies tragfähig ist und welche Probleme damit verbunden sind, muss sich noch zeigen.

Insgesamt scheint ein Spenden-Siegel überschätzt. Allenfalls Mittler-Organisationen – Journalisten, Behörden und andere öffentliche Einrichtungen – versprechen sich von einem Siegel Hinweise auf die Seriosität einer Organisation.

7. Zusammenfassende Bewertung

Die einzelnen Vorschläge lassen sich folgendermaßen zusammenfassend bewerten:

	Organisationsentwicklung	Investitionsproblematik	wirtschaftliches Know-how	Controlling und betriebswirtschaftliches Know-how	Vermeidung von Mitnahmeeffekten	Vermeidung von steigenden Kosten	Vermeidung von Suboptimalen Lösungen
Eigenes Curriculum	---	---	-	-	--	--	--
Stipendien	-	+	+	--	-	-	+
Fundraisingberatung	+++	+	+++	--	-	-	++
Meinungsumfragen	---	---	--	-	--	--	++
Fördererdatenbank	---	++	+	-	-	-	++
Bürgschaften	+++	+++	+	+++	++	++	++
Fundraising-Projekte	---	++	-	--	--	--	---
Fundraising-Stellen	---	++	-	--	-	-	---

Politische Unterstützung						
Spenden-Siegel	-	---	+			

Abb. 1: Übersicht der Bewertung der verschiedenen Vorschläge

Die zusammenfassende Bewertung zeigt, daß die Gewährung von Ausfallbürgschaften den größten Erfolg verspricht. Auch Fundraisingberatung leistet zur Lösung der bestehenden Probleme einen wesentlichen Beitrag. Die Fundraisingberatung sollte unbedingt ergänzt werden durch betriebswirtschaftliche Beratungen und die Implementierung von Controlling-Systemen, um das interne kaufmännische Know-how der Umwelt- und Naturschutzverbände zu stärken. Alle anderen Vorschläge führen allenfalls zu Teillösungen oder können nicht erwünschte Folgen auslösen, die den Erfolg der Maßnahme in Frage stellen.

8. Empfehlungen

Aus der Bewertung der Vorschläge lassen sich folgende Empfehlungen ableiten:

- Umwelt- und Naturschutzverbänden sollten Ausfallbürgschaften zur Verfügung gestellt werden, damit diese ihre Fundraising-Aktivitäten vorfinanzieren können. Über die Vergabe der Ausfallbürgschaften sollten unabhängige Experten entscheiden. Denkbar ist eine unabhängige und eigenständige Bürgschaftsagentur, die über einen unabhängigen Vergabeausschuss verfügt. Um die Qualität zu sichern und das Bürgschaftsrisiko zu mindern, müssen Anträge von Umwelt- und Naturschutzverbänden, die eine Bürgschaft erhalten wollen, von zwei unabhängigen Fundraising-Experten im Doppel-Blind-Verfahren geprüft werden. Die Gutachten der Experten werden – ohne diese zu identifizieren – den beantragenden Organisationen zugänglich gemacht, um Lernprozesse zu stimulieren.
- Zusätzlich können über die Förderbanken des Bundes (KfW, DtA) zinsgünstige Darlehen für Fundraising-Aktivitäten aufgelegt werden. Dadurch mindert sich die Zinsbelastung, so daß die Organisationen nicht übermäßig durch Zinszahlungen belastet werden.
- Um Organisationsentwicklungs- und –lernprozesse nachhaltig initiieren und in den Organisationen verankern zu können, ist die anteilige Finanzierung von Fundraisingberatung unverzichtbar. Denkbar sind hier Modelle, in denen den Umwelt- und Naturschutzverbänden Beratungsgutscheine zur Verfügung gestellt werden, die die Organisationen bei Beratern einlösen können. Es ist sicherzustellen, daß nicht mehr als 50% der Beratungskosten subventioniert werden, um Mitnahmeeffekte zu minimieren.

- Die Implementierung von Controlling-Systemen ist unverzichtbar. Die Vorstände müssen in die Lage versetzt werden, die Entwicklungen jederzeit zu überblicken und steuern zu können. Auch hierzu kann die Beratung durch externe Experten finanziell gefördert werden.
- Durch die Vergabe von Stipendien, die Teile der Qualifizierungskosten abdecken, kann die Problemlösungskompetenz der einzelnen Organisationen nachhaltig gesteigert werden. Die Vergabe der Stipendien sollte an Organisationsentwicklungsprojekte geknüpft werden, um zu verhindern, daß die so gewonnenen Qualifikationen von den Organisationen nicht effizient und effektiv genutzt werden.
- Zusätzlich zu Qualifizierungen im Bereich des Fundraisings sind auch Qualifizierungen in betriebswirtschaftlichen Themen unerlässlich, um nachhaltig die Umwelt- und Naturschutzverbände zu stabilisieren. Auch diese Qualifizierungen sollten an Organisationsentwicklungsprojekte gebunden werden, um Mitnahmeeffekte vorzubeugen und die Effektivität der Maßnahmen zu sichern.
- EDV-Dienstleistungen können durch den Markt effizienter und effektiver hergestellt und distribuiert werden. Es dürfte ausreichend sein, wenn die öffentliche Hand eine Plattform zur Verfügung stellt, die den Zusammenschluss kleinerer Organisationen anstößt bzw. erleichtert.
- Politische Unterstützung ist für den anstehenden Transformationsprozess des Dritten Sektors unerlässlich. Die Problemlösungskompetenz der Umwelt- und Naturschutzverbände muss unbedingt gestärkt werden. Die politische Unterstützung muss zumindest darin bestehen, die Diskussionsprozesse anzustoßen und eine Diskussions-Plattform für die Protagonisten zur Verfügung zu stellen. Diese kann Ausgangspunkt für weitere parlamentarische oder außerparlamentarische Diskurse sein.