



**Ethische Fundraising-Leitlinien von EUROPARC Deutschland e.V. in der
Zusammenarbeit mit Wirtschaftsunternehmen
Beschluss EUROPARC Deutschland e.V.
Mitgliederversammlung 28.11.2013 in Gersfeld**

Die Leitlinien dienen dem Grundverständnis der gegenseitigen Beziehung und sollten dem jeweiligen Unternehmen bei Vertragsabschlüssen bekannt sein¹.

Präambel

EUROPARC Deutschland e.V. ist der Dachverband der Nationalen Naturlandschaften, die vertreten werden durch die Nationalparks, Biosphärenreservate, Naturparks, Umweltverbände, Umweltstiftungen, Einzelpersonen u. a.. Die Arbeit des Dachverbandes als Teil der EUROPARC Federation e. V. dient dem Verständnis, der Würdigung und dem Schutz des Natur- und Kulturerbes in Deutschland und Europa.

Ziel von EUROPARC Deutschland e.V. ist es, die Aufmerksamkeit und das Interesse in der Gesellschaft für die Nationalen Naturlandschaften zu steigern. EUROPARC Deutschland e.V. setzt sich sowohl für Nachhaltigkeit in den Nationalen Naturlandschaften als auch dafür ein, dass in repräsentativen Wildnisbereichen der Nationalen Naturlandschaften „Natur Natur sein kann“.

Der Dachverband möchte gemeinsam mit Wirtschaftsunternehmen an der Verwirklichung dieser Ziele arbeiten. Unternehmen, die die Idee der Nationalen Naturlandschaften tragen und weiterentwickeln sind als Partner willkommen.

Wir begreifen Wirtschaftsunternehmen als wesentliche Akteure unserer Gesellschaft. Es liegt auch in ihrer Verantwortung, sich den ökonomischen, sozialen, ökologischen und kulturellen Herausforderungen in einer globalisierten Welt zu stellen und durch Handeln im Sinne der Nachhaltigkeit die Zukunft zu sichern. Die Kooperation mit Wirtschaftsunternehmen bietet eine Chance für gemeinsame Projekte in den Nationalen Naturlandschaften.

Von einer Zusammenarbeit sollen EUROPARC Deutschland e.V. mit seinen Mitgliedern und die Wirtschaftsunternehmen profitieren, indem sie Möglichkeiten nutzen, voneinander zu lernen und die jeweiligen Stärken auszubauen.

Bei allen Projekten ist es EUROPARC Deutschland e.V. ein besonderes Anliegen auf die Gleichstellung von Frauen und Männern, auf Menschen unterschiedlicher sozialer, ethnischer und religiöser Herkunft sowie auf Menschen mit Handicaps zu achten. EUROPARC Deutschland e.V. verpflichtet sich im Respekt vor der Bürgergesellschaft und gegenüber seinen Unterstützern zu einem verantwortlichen Fundraising und einem entsprechenden Umgang mit Zuwendungen. Die folgenden ethischen Grundsätze sind dabei der Maßstab:

¹ **Entwurf Fundraising-Leitlinie EUROPARC Deutschland e.V. Stand: 29.04.2013**

An der Erarbeitung waren Guido Puhmann (Vorstandsvorsitzender EUROPARC Deutschland e.V. und Leiter BR Mittelbe); Karl Friedrich Sinner (Vorstand), Christian Unselt (Vorstand), Hartmut Escher (Vorstand und Leiter NP Terra Vita), Dirk Treichel (AG Nationalparke und Leiter NLP Unteres Odertal), Jörg Nonnen (AG Naturparke und Leiter Naturpark Kyffhäuser), Eugen Nowak (AG Biosphärenreferate und Leiter BR Spreewald), Heidrun Heidecke (Vertreterin NGO), Dr. Hendrik Brunckhorst (AG Kommunikation und Pressesprecher NLP Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer), Matthias Schwabe (AG Forschung und Monitoring), Klaus Jarmatz (ehemaliger Vorstand und Leiter BR Schaalsee), Ulrich Messner (ehemaliger Vorstand und Leiter NLP Müritzt), Dr. Johannes Hager (ehemaliger Vorstand und Leiter NP Hainich); Dr. Elke Baranek (Geschäftsführerin EUROPARC Deutschland e.V.) und Dr. Katja Arzt (Projektleiterin bei EUROPARC Deutschland e.V.) beteiligt.

1. EUROPARC Deutschland übernimmt Verantwortung in der Bürgergesellschaft.

Die Prinzipien des „Global Compact“ werden von EUROPARC Deutschland e. V. bei der Auswahl seiner Partner angewandt.

Der Global Compact ist eine freiwillige Wirtschaftsinitiative der Vereinten Nationen, die vom ehemaligen Generalsekretär Kofi Annan 2000 ins Leben gerufen wurde. Weltweit werden Unternehmen dazu aufgerufen, sich zu den Prinzipien des Global Compact öffentlich zu bekennen und sich aktiv für ihre Umsetzung einzusetzen. Ziel ist es, die Globalisierung ökologischer und sozialer zu gestalten.

Folgende **Prinzipien** stehen im Fokus:

Menschenrechte

1. Respektierung und Förderung des Schutzes der internationalen Menschenrechte innerhalb des eigenen Einflussbereichs.
2. Sicherstellung, dass sich das Unternehmen nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig macht.

Arbeitsnormen

3. Sicherstellung der Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen.
4. Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit.
5. Abschaffung von Kinderarbeit.
6. Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung.

Umweltschutz

7. Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen.
8. Ergreifung von Schritten, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen.
9. Förderung von Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien.

Korruptionsbekämpfung

10. Bekämpfung aller Arten von Korruption, einschließlich Erpressung und Bestechung.

EUROPARC Deutschland e.V. überprüft, ob die jeweiligen Unternehmen die Prinzipien des Global Compact einhalten.

EUROPARC Deutschland e.V. behält sich das Recht vor, Zuwendungen abzulehnen, die der Herkunft oder der bestimmten Verwendung nach nicht mit seinen Zielen und seiner Verantwortung zu vereinbaren sind. Die Unabhängigkeit des Dachverbandes darf durch die Kooperation nicht gefährdet werden. Die Kritikmöglichkeit gegenüber dem Kooperationspartner muss erhalten bleiben. Eine begründete Beendigung der Partnerschaft ist jederzeit möglich. Jede Kooperation bedarf einer Vorstandsentscheidung.

2. EUROPARC Deutschland e.V. verpflichtet sich zu einem verantwortlichen Fundraising und einem entsprechenden Umgang mit erhaltenen Zuwendungen.

EUROPARC Deutschland e.V. respektiert die Spenderrechte entsprechend der Charta des Deutschen Fundraising Verbandes e. V. Das bedeutet für uns, dass wir die freie Entscheidung des Spenders akzeptieren. Die Mittel werden sorgsam und im Respekt vor der freien Wahl des Gebers eingeworben. Zur Spendeneinwerbung werden nur Informationen verwendet, die wahr, genau und nicht irreführend sind.

Spender von EUROPARC Deutschland e.V. haben Anspruch darauf zu erfahren, in welcher Rolle, Funktion und in welchem Auftragsverhältnis ihnen handelnde Personen einer Organisation gegenüberstehen. EUROPARC Deutschland e.V. achtet auf Datensicherheit und Datenschutz gemäß den gesetzlichen Vorgaben. Spender haben Anspruch auf Schutz ihrer Privatsphäre. Anliegen und Beschwerden der Spender betreffend der Arbeit von EUROPARC Deutschland e.V. werden sorgfältig und in angemessener Zeit bearbeitet.

3. EUROPARC Deutschland e.V. betreibt ein verantwortungsvoll Berichts-, Finanz- und Kostenmanagement.

EUROPARC Deutschland e.V. versichert, dass alle Vorgänge der Mittelbeschaffung, der Buchhaltung und des Berichtswesens innerhalb seiner Verantwortung transparent und eindeutig sind. Soweit gewünscht, informiert der Verband die Unterstützer nach Abschluss der geförderten Maßnahme über die Verwendung der Mittel (rechnerischer Verwendungsnachweis) nach Maßgabe der geltenden Bilanzierungsrichtlinie.

Anlage:Begriffsklärung:**Fundraising**

Fundraising wird verstanden als die umfassende Mittelbeschaffung einer Organisation. Diese umfasst Finanz- und Sachmittel, Rechte und Informationen, Arbeits- und Dienstleistungen, wobei der Schwerpunkt auf der Einwerbung finanzieller Mittel liegt². Im Fundraising unterscheidet man zwischen Spenden und Sponsoring. Die Lizenzvergabe der Dachmarke ist nicht Bestandteil des Fundraising.

Der Spendenmarkt ist generell viel größer als die Sponsoringleistungen der Unternehmen. Vom Sponsoring profitieren vor allem der Sport und die Medien. Im Gegensatz zu Großbritannien oder den USA ist das Fundraising in Deutschland noch eine „junge“ Disziplin, die aber in den letzten Jahren rasant gewachsen ist. In einer Studie des Wirtschaftsmagazins „Capital“ vom 27.11.2011 wurden 50 gemeinnützige Organisationen in Deutschland durchleuchtet, die zusammen rund 1,7 Milliarden Euro an privaten Spenden einsammelten. Insgesamt geben die Bundesbürger jährlich rund 4,5 Mrd. Euro für Umwelt- und Naturschutz, für Menschenrechte und gegen den Hunger in der Welt aus.

Die Spende ist eine freiwillige Wertabgabe in Form von Geld- oder Sachzuwendungen, die keine Gegenleistung erfordert, mit Ausnahme der Ausstellung einer abzugsfähigen Spendenbescheinigung. Im Gegensatz zur Spende können Sponsoringleistungen als Betriebsausgaben des Sponsors geltend gemacht werden. Der Gesponserte erbringt für die finanzielle Förderung eine Gegenleistung an das Unternehmen.

Tabelle 1: Unterschied Spende und Sponsoring

Spende	Sponsoring
Richtet sich nur an gemeinnützige Organisationen	Richtet sich traditionell an Profisportler
Keine Gegenleistung	Geschäft beruht auf dem Leistungsprinzip: Leistung-Gegenleistung
Prinzip der Freiwilligkeit	Ziel ist öffentliche Kommunikation der Sponsoringmaßnahme
Geld kommt aus dem Gewinn des Unternehmens	Geld kommt aus dem Werbeetat
Verantwortlich ist der Geschäftsführer	Verantwortlich ist meist der Marketingleiter
Entscheidung entsprechend der Präferenzen der Geschäftsführung	Entscheidung entsprechend der Werbewirkung für das Unternehmen.

Ethik im Fundraising

Ethik ist die Lehre vom sittlichen Verhalten. Ethische Aspekte sind „weiche“ Kriterien, schwierig festzulegen und schlecht überprüfbar³. In fast keinem Kodex des ethischen Fundraisings fehlen die

²Haibach, Marita (2006): Handbuch Fundraising, campus Verlag, Frankfurt/ Main; S. 19.

³ Siehe hierzu Fundraising professional 1/2008 sowie Haibach, Marita (2006)

Grundbestandteile, die nach auf dem International Fundraising Summit ratifiziert werden⁴: Ehrlichkeit, Respekt, Integrität, Mitgefühl (Empathie) und Transparenz. Diese Kodexe sollten in den folgenden Bereichen umgesetzt werden: Spendeneinwerbung, Beziehungen zu den Referenzgruppen, Kommunikation, Rechenschaft, Finanzen, Kosten, Respektierung von Gesetzen. Grundsätzlich ist jedoch anzumerken, dass ethische Standards immer nur ein Orientierungsrahmen sein können, es ist nicht möglich Regeln aufzustellen, die auswendig gelernt werden können und klar festlegen, was man darf und was nicht. Die Selbstverpflichtung eines Fundraisers/ Fundraiserin und der dahinterstehenden Organisation ist dennoch wichtig, sie signalisiert, dass man die eigene Tätigkeit reflektiert und sich mit ihr auseinandersetzt.

Hintergrund zur Entstehung der Ethikleitlinien: Fundraising bei EUROPARC Deutschland e.V.:
Auf der Strategiesitzung vom 29.04.2013 wurde auf Basis vorangegangener Sitzungen die hier dargelegten Ethikleitlinien beschlossen.

Während der Diskussionen der Strategiegruppe wurde festgestellt, dass die finanzielle Lage sowohl des Dachverbandes als auch seiner Mitglieder nicht ausreicht, um deren Ziele mit professionellem Personal und Sachmitteln zu unterstützen. Ferner wurde bemerkt, dass eine reine projektbasierte Finanzierung von EUROPARC Deutschland e.V. mit Hilfe von staatlichen Drittmitteln (z.B. BMU/BfN) auf Grund der zu erbringenden Eigenanteile nicht eine nachhaltige Grundfinanzierung des Dachverbandes ermöglicht. Mit Hilfe von Fundraising soll die finanzielle Lage des Verbandes verbessert werden. Zudem könnten durch Fundraising erfolgreiche Projekte, die staatlich gefördert wurden, nach ihrer „Erstimplementierung“ weiterverfolgt werden (wie z.B. Partner AG, Dachmarkenentwicklung etc.) und so zur Kontinuität der Projekte und des Verbandes beitragen.

EUROPARC Deutschland e.V. möchte seine Mitglieder bei der Umsetzung ihrer Schutzgebietsverordnungen und / oder Naturschutzziele unterstützen. Im Rahmen von Fundraising ist es Ziel, Investoren aus der Wirtschaft für Projekte im Bereich Natur-, Klimaschutz und Umweltbildung zu akquirieren. EUROPARC Deutschland e.V. setzt auf hohe Transparenz, gute Kommunikation und vor allem darauf, dass die Projekte, die mit dem Geld der Unternehmen umgesetzt werden kompetent, effizient und nachhaltig sind. Das Bild einer seriösen Organisation sollte nach außen durch beispielgebende Projekte etabliert werden. Hiervon könnte auch die Marke „NNL“ profitieren. Ein wesentlicher Aspekt für das Gelingen ist dabei auch eine aufrichtige Beziehung zu Unternehmen aus der Wirtschaft. Das Fundraising über den Dachverband erfolgt stets im Dienste der Mitglieder und setzt dort ein wo der politische Wille allein nicht ausreicht, um wichtige Projekte in den Gebieten auch zu realisieren. Vorteile für die Mitglieder:

1. Die einzelnen Gebiete sparen Kosten für eigenes Fundraising.
2. Sie haben einen gemeinsamen Ansprechpartner und können vom gegenseitigen Erfahrungsaustausch lernen.
3. Die Unternehmen werden durch den Dachverband kompetent betreut, hierzu zählt auch, dass sämtliche Verträge rechtlich geprüft und transparent dargestellt werden und ständig verbessert werden.
4. Die einzelnen Gebiete bewahren ihre Unabhängigkeit.
5. Die NNL konzentrieren sich vor allem auf die kompetente Umsetzung der finanzierten Projekte.

Der Entwurf einer ethischen Fundraising-Leitlinie basiert auf unterschiedlichen Beispielen von Verbänden und Stiftungen und einer eingehenden und umfassenden Recherche in diesem Bereich.

⁴ Siehe Haibach, Marita (2006, ebenda), S. 41