



# Grundlagen der Spendengütesiegel-Prüfung Transparente Kostenzuteilung

Mag. Alexander Kastelic

Wirtschaftsprüfer, Steuerberater

# Kooperationsvertrag Spendengütesiegel

- Vertrag zwischen der KWT und Dachverbänden von NPOs
- Standards für NPOs in den Bereichen Spendenmittelaufbringung und Spendenmittelverwaltung
- Antragstellende NPO tritt dem Kooperationsvertrag bei
- KWT vergibt Spendengütesiegel
- Jährliche Evaluierung, zuletzt für 2014
- Neue Fassung ist mit 1.5.2015 inkraftgetreten

# Wer kann das Spendengütesiegel beantragen(1/2)

- Organisation in Ö ansässig
- Österreichische oder EU-/EWR Rechtsform
- Tätigkeit der NPO gemeinnützig, mildtätig oder kirchlich
- NPO sammelt ausschließlich Spenden mit dem Ziel der Weitergabe
- Geordnetes Rechnungswesen mit internem Kontrollsystem, Jahres- oder Rechnungsabschluss
- 3 abgeschlossene Jahre mit Spendeneinnahmen
- Ausformulierte Selbstdarstellung
- Die Leitung ist einem übergeordneten Kontrollorgan verantwortlich

# Wer kann das Spendengütesiegel beantragen(2/2)

- Insichgeschäfte werden offengelegt
- Bei gewerblicher Tätigkeit ein eigener Buchungskreis
- NPO hat Entscheidungskompetenz für Spendenverwendung
- NPO verfügt über ein dokumentiertes IKS
- Dokumentiertes Gehaltsschema
- Eigenes Bankkonto
- Datenschutzbeauftragter
- Verantwortlicher für Werbemaßnahmen
- Eigener Internetauftritt (mit Selbstdarstellung und Jahresbericht)

# Spendengütesiegelprüfer

- Unabhängiger Wirtschaftstreuhand (Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer)
- Weitere, zulässige Funktionen des WP:
  - Jahresabschluss- und/oder Rechnungsprüfer
  - Spendenabzug § 4a EStG 1988
  - Steuerberatung

## Wann findet die Prüfung statt

- Spätestens 9 Monate nach dem Abschlussstichtag muss die Prüfung abgeschlossen und die Bestätigung der KWT übermittelt worden sein.
- Zeitliche Aspekte bei erster Antragstellung beachten

# Prüfungsbereiche

- Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung
- Internes Kontrollsystem (IKS)
- Satzungs- und widmungsgemäße Mittelverwendung
- Sparsamkeit & Wirtschaftlichkeit
- Finanzpolitik (Veranlagungen)
- Personalwesen
- Lauterkeit der Werbung, Ethik der Spendenwerbung

# Jahresbericht

- Tätigkeitsbericht
- Finanzbericht
- Nennung der verantwortlichen Personen
  - Verwendung der Spenden
  - Spendenwerbung
  - Datenschutz

Hinweis:

Muss bis zum Abschluss der Prüfung veröffentlicht sein.

# Prüfungsdurchführung

- Fachgutachten über die Durchführung nach dem Kooperationsvertrag (KFS/PE 23)
  - Mindestdokumentation der Prüfung
  - Verweis auf die Checklisten der KWT (auf Anfrage erhältlich!)
  - ALLE Kriterien des aktuellen Kooperationsvertrages müssen geprüft werden
  - Zusatzempfehlung im Fachgutachten: Vollständigkeitserklärung
- Fragen zur Rechnungslegung der Vereine (KFS/RL 19)



# Prüfungsplanung

- Inhalt der Selbstdarstellung (Spendenselbstverpflichtung)
- Wie ist die NPO tätig?
- Liegen Betriebe vor?
- Wo ist die NPO tätig (In- oder Ausland)?
- Nationale und internationale Vernetzungen
- Inhalt und Aufbau des Jahresberichtes
- Notwendige Veröffentlichungen

# Ergebnis der Prüfung Bestätigung an die KWT

- Bestätigung an die KWT:  
Die Non Profit Organisation erfüllt auf der Basis des Rechnungsjahres von / bis die Voraussetzungen für die Erlangung bzw. Beibehaltung des Spendengütesiegels.
- Zusatzinformationen
  - Hinweis auf die gesondert durchgeführte Jahresabschlussprüfung durch den WP
  - Erläuterung gemäß Prüferleitfaden 2.2, falls die Werbe- und Verwaltungskosten 30 % an den Gesamtausgaben überschreiten

# Wie lange ist das Spendengütesiegel gültig

- Das Siegel wird für jeweils ein Jahr vergeben.
- Danach muss wieder eine Prüfung stattfinden, um das Siegel weiter führen zu dürfen.

# Qualitätssicherung bei Prüfungen durch KWT

- Anforderung von NPO Unterlagen anlässlich Erstverleihung oder Verlängerung des Spendengütesiegels
- Beauftragung von externen Nachschauern bei den NPOs in begründeten Fällen
- Beauftragung von externen Nachschauern bei den beauftragten Prüfern in begründeten Fällen
- Jährliche Qualitätskontrolle von mindestens 5 WT-Kanzleien, die diese Prüfungen durchführen

# Die Schritte zum Spendengütesiegel

1. Die NPO stellt einen Antrag an die Kammer der Wirtschaftstreuhänder.
2. Die NPO beauftragt einen Wirtschaftstreuhänder mit der Prüfung.
3. Der Prüfer informiert die KWT, dass er den Auftrag angenommen hat.
4. Der Wirtschaftstreuhänder prüft, ob die NPO alle Voraussetzungen erfüllt.
5. Der Prüfer bestätigt – wenn die Prüfung positiv ausgefallen ist – dass die NPO alle Voraussetzungen erfüllt.
6. Die NPO überweist die Bearbeitungsgebühr an die KWT.
7. Die NPO erhält eine Spendengütesiegel-Urkunde sowie eine Anleitung zum Download des OSGS-Logos samt der jeweiligen Registriernummer.

# Finanzbericht

- Struktur als „Kennzahlenbericht“

## **Mittelherkunft**

(Einnahmen = Erträge)

## **Mittelverwendung**

(Ausgaben = Aufwendungen)

- Ableitung aus der gesamten G&V bzw. Einnahmen-Ausgaben-Rechnung
- Saldierungsverbot  
Ausnahmen: steuerpflichtige Geschäftsbetriebe und Vermögensverwaltung

# Finanzbericht

## Mittelherkunft (1/2)

- I. Spenden:
  - a. ungewidmete
  - b. gewidmete
- II. Mitgliedsbeiträge
- III. Betriebliche Einnahmen
  - a. Betriebliche Einnahmen aus öffentlichen Mitteln
  - b. Sonstige betriebliche Einnahmen
- IV. Subventionen und Zuschüsse der öffentlichen Hand
- V. Sonstige Einnahmen
  - a. Vermögensverwaltung
  - b. So. andere Einnahmen (nicht unter Pkt I. bis IV. enthalten)

# Finanzbericht

## Mittelherkunft (2/2)

- VI. Auflösung von Passivposten für noch nicht widmungsgemäß verwendete Spenden bzw. Subventionen
- VII. Auflösung von Rücklagen
- VIII. Jahresverlust

Änderung ab 1.5.2015:  
Trennung VI. und VII.  
Zeile VIII. Jahresverlust



# Finanzbericht

## Mittelverwendung

- I. Leistungen für statutarisch festgelegte Zwecke
- II. Spendenwerbung
- III. Verwaltungsausgaben
- IV. Sonstige Ausgaben, sofern nicht unter I. bis III. enthalten
- V. Zuführung zu Passivposten für noch nicht widmungsgemäß verwendete Spenden bzw Subventionen
- VI. Zuführung zu Rücklagen
- VII. Jahresüberschuss

Änderung ab 1.5.2015:  
Trennung V. und VI.  
Zeile VII. Jahresüberschuss

# Finanzbericht

## Ausgewählte Fragen: Spenden

- Redaktionell nach dem Finanzbericht eingefügt; Katalog annähernd unverändert
- Kategorien der Spenden
  - Geldspenden
  - Sachspenden
  - Zeitspenden: unentgeltliche Dienstleistungen werden nicht erfasst
- Zweckwidmungen beachten
- Verwendung Sachspenden auch im Werbe- und Verwaltungsbereich möglich

# Finanzbericht

## Ausgewählte Fragen: Mitgliedsbeiträge

- Mitgliedsbeiträge:  
Geldbeträge, die von Mitgliedern gezahlt werden und mit denen Stimmrechte bei der Mitgliederversammlung verbunden sind.
- Förder- oder vergleichbare Mitgliedschaften sind Spenden

# Finanzbericht

## Mittelverwendung: Gesamtausgaben

- **Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke**
    - Projekte, Programme und/oder gemeinnützige Betriebe
    - Satzungsgemäße Kampagnen-, Bildungs-, Informationsarbeit
  - **Spendenwerbung:**
    - Werbung
    - allgemeine Öffentlichkeitsarbeit
  - **Verwaltung:**
    - allgemeine Verwaltung
    - Spendenverwaltung
- § 4a EStG 1988: 10% Grenze der Spendeneinnahmen

**Wie hoch darf  
%-Anteil  
an den Gesamt-  
ausgaben sein?**

# Verwaltungs- und Werbekosten

- Kommunikation mit dem Spender und anderen externen Personen
  - Kosten sind notwendig
  - Kosten sind angemessen
- Wie sind die Kosten vergleichbar zu berechnen?
- Berechnung einer Kennzahl: Basis Finanzbericht [Spendenwerbung + Verwaltung] : Gesamtausgaben
- Gibt es „Grenzwerte“, was das Verhältnis der anteiligen Verwaltungs- und Werbekosten an den Gesamtausgaben betrifft?

# Verwaltungs- und Werbekosten

- Lösungsansatz im Kooperationsvertrag
  - Anlehnung an die Standards in Deutschland DZI und ZEWO in der Schweiz
  - Prüferleitfaden als Ergänzung
  - Ausgabenmatrix als empfohlene Arbeitshilfe
  - Begründung durch NPO, wenn 30%-Anteil an den Gesamtausgaben überschritten ist
    - Ergänzung der ausgestellten Bestätigung WT durch eine Beilage mit eigener Begründung
    - OFFEN: Versagung der Bestätigung, wenn die Obergrenze „absolut“ überschritten ist

# Werbeaufwand

- **Werbung, Spendenwerbung**

Ausgaben zur Beschaffung insbesondere von Geldspenden, Sachspenden, Mitgliedsbeiträgen, Fördermitgliedsbeiträgen, Erbschaften, Nachlässen, Schenkungen, öffentlichen Mitteln sowie Zuwendungen von anderen Organisationen und Unternehmen.

- **Allgemeine Öffentlichkeitsarbeit**

Ausgaben für Selbstdarstellung, Imagearbeit, Kurzinformationen über Notlagen und geplante Maßnahmen, Projektberichterstattung und Rechenschaftsberichte.

# Verwaltungsaufwand

- Grundfunktionen der betrieblichen Organisation und des betrieblichen Ablaufs.
- Bereiche sind vor allem
  - Leitungsgremien
  - Aufsichtsgremien
  - Finanz- und Rechnungswesen
  - Personalverwaltung
  - Grundfunktionen der betrieblichen Organisation und des betrieblichen Ablaufs
- Allgemeine Verwaltung und Spendenverwaltung



# Ausgabenmatrix 1/2

Zuordnungen	Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke		Spendenwerbung	Verwaltungsaufwand	
	Projekte, Programme und/oder gemeinnützige Betriebe	Satzungsgemäße Kampagnen-, Bildungs-, Informationsarbeit		allgemeine Verwaltung	Spendenverwaltung (§4a ESTG)
X...keine Aufteilung S...Aufteilung möglich G...Aufteilung auf Spendenwerbung bzw. Kampagnen			Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit		
1. Personalaufwand					
2. Aufwandsentschädigungen					
3. Raumkosten					
4. sonstige Abschreibungen					
5. Bürokosten					
6. Rechnungswesen					
7. Sonstige Aufwendungen					

# Ausgabenmatrix 2/2

Zuordnung	Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke		Spendenwerbung	Verwaltungsaufwand	
	Projekte, Programme und/oder gemeinnützige Betriebe	Satzungsgemäße Kampagnen-, Bildungs-, Informationsarbeit		allgemeine Verwaltung	Spendenverwaltung (§4a ESTG)
X...keine Aufteilung S...Aufteilung möglich G...Aufteilung auf Spendenwerbung bzw. Kampagnen			Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit		
8. Drucksachen, Medien					
9. Veranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit					
10. Aufwendungen Projekte und Betriebe					
11. Mittelweiterleitungen					
12. Sonstiges					

## Anmerkungen:

X...keine Aufteilung

S...Aufteilung möglich

G...Aufteilung auf Spendenwerbung bzw. Kampagnen

# Ausgabenmatrix: Personalaufwand

Bezeichnung	Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke		Spendenwerbung	Verwaltungsaufwand	
	Projekte, Programme und/oder gemeinnützige Betriebe	Satzungsgemäße Kampagnen-, Bildungs-, Informationsarbeit	Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit	allgemeine Verwaltung	
X...keine Aufteilung S...Aufteilung möglich G...Aufteilung auf Spendenwerbung bzw. Kampagnen					
1. Personalaufwand					
Leitung (Vorstand, Geschäftsführung)				S	
Allgemeines Sekretariat				X	
projekt- und programmbezogenes Personal	X				
betriebsbezogenes Personal	X				
Personalrekrutierung				S	
Personalverwaltung				X	
Hausinterne Übersetzer				S	
Rechtsabteilung Hausjuristen				X	
Empfang				X	
Poststelle				X	
Fahrbereitschaft				S	
EDV-Betreuung				S	
Werbung und Mittelbeschaffung			X		
Spenderbetreuung			X		
Allgemeine Öffentlichkeitsarbeit			X		
Kampagnen-, Bildungs-, Informationsarbeit		X			
Pressesprecher/Presseabteilung			G		
Fach- und Projektförderung	X				
Projektfindung (eigene Projekte)	X				
Prüfung von Projekt-/Unterstützungsanträgen	X				
Materialbeschaffung				S	
Lagerhaltung, Logistik und Transport				S	
Sonstiges Personal				S	
Aus- und Fortbildung				S	

# Ausgabenmatrix Personalaufwand

- Zuordnung zu den jeweiligen Bereichen
  - Zeitaufzeichnungen (insb bei Mischverwendungen)
  - Eigene Erfahrungswerte und Schätzungen in der NPO
  - Schätzungen aus vergleichbaren NPOs

# Verwaltungs- und Werbekosten Vergleichswerte Deutschland

## **DZI** Deutsches Zentralinstitut für Soziale Fragen

- Verständnis als unabhängiger Trendsetter
- Datenerhebungen bei rund 1.000 NPOs, davon 240 Siegelträger; Kurzberichte auf der Website
- Klassifikation des Anteils von Verwaltungs- und Werbekosten an den Gesamtausgaben (Stand: zuletzt Jänner 2015)
  - 0-10% niedrig
  - 10-20% angemessen
  - 20-30% vertretbar
  - > 30% nicht vertretbar; Ausschlusskriterium beim Spenden-Siegel

# Verwaltungs- und Werbekosten Vergleichswerte Schweiz

**ZEWO** Schweizerische Zertifizierungsstelle für gemeinnützige Spenden sammelnde Organisationen

- Verständnis als unabhängiger Trendsetter
- Laufende Veröffentlichungen von Studien, insbesondere zuletzt ZEWO Studie 2015 bei Hilfswerken:
  - Kostenstruktur: Anteile Mittelbeschaffung (Ø 8%) und Verwaltung (Ø 13%) an den Gesamtausgaben; Projekte und Dienstleistungen (Ø 79%)
  - Fundraising-Effizienz je Spendenfranken (Ø 21%)
  - Reserven (Eigenkapital): wie lange können die laufenden Ausgaben aus eigenen frei verfügbaren Mitteln erfüllt werden (Ø 1 Jahr)

# Nützliche Hinweise

- Website Spendengütesiegel Österreich  
<http://www.osgs.at/downloads>
- Website DZI Spenden-Siegel  
(Deutsches Zentralinstitut für Soziale Fragen)  
<http://www.dzi.de/spenderberatung>
- Website ZEWO Güte-Siegel  
(Schweizerische Zertifizierungsstelle für gemeinnützige Spenden sammelnde Organisationen)  
<https://www.zewo.ch>

**Anlagen:** Info OSGS Evaluierung Kooperationsvertrag 2014/2015  
Prüferleitfaden (inkl. Ausgabenmatrix)

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Mag. Alexander Kastelic  
Wirtschaftsprüfer, Steuerberater  
[alexander.kastelic@halpern-prinz.at](mailto:alexander.kastelic@halpern-prinz.at)

Halpern & Prinz Wirtschaftsprüfungs-  
und Steuerberatungs GmbH,  
1090 Wien, Wasagasse 4, Tel 01 3176691 0



**Nachstehend informieren wir Sie über die wichtigsten Änderungen:**

- Bei einem Erstantrag sind die Anlagen gem. Beilage V nur für das letzte Jahr vorzulegen.
- die Gebühr für die Verleihung und die Führung des Spendengütesiegels. Diese Gebühr beträgt 2015 **EUR 224,-** und wird wertgesichert (VPI 2000) festgesetzt – Organisationen bis EUR 100.000,- Spendenmittel (gemäß Beilage I Ebene 3 Pkt. 31.1.) zahlen **EUR 84,-** p.a. wertgesichert (VPI 2000).
- Die Organisation verfügt über einen eigenen Internetauftritt, auf dem zumindest die Selbstdarstellung und der aktuelle Jahresbericht /laut Pkt. 33.) **permanent** auf der Startseite bzw. leicht auffindbar abgerufen werden können.“
- Kriterien Mittelverwendung, Ziffer 25 Spendenmittel wird zur Gänze gelöscht und statt dessen in Punkt 33.1. neu geregelt
- Auf die Empfehlung für die Zuordnung und Darstellung von Ausgaben im Rahmen der Spendengütesiegelprüfung (**Prüferleitfaden und Ausgabenmatrix**) wird verwiesen“

**Pkt. 31.1. Finanzbericht – NEU**

Mittelherkunft

- I. Spenden**
  - a. ungewidmete
  - b. gewidmete
- II. Mitgliedsbeiträge**
- III. Betriebliche Einnahmen**
  - a. Betriebliche Einnahmen aus öffentlichen Mitteln
  - b. Sonstige betriebliche Einnahmen
- IV. Subventionen und Zuschüsse der öffentlichen Hand**
- V. Sonstige Einnahmen**
  - a. Vermögensverwaltung
  - b. Sonstige andere Einnahmen, sofern nicht unter Punkt I. bis IV. enthalten
- VI. Auflösung von Passivposten für noch nicht widmungsgemäß verwendete Spenden bzw. Subventionen**
- VII. Auflösung von Rücklagen**
- VIII. Jahresverlust**

Mittelverwendung

- I. Leistungen für statutarisch festgelegte Zwecke**
- II. Spendenwerbung**
- III. Verwaltungsausgaben**
- IV. Sonstige Ausgaben, sofern nicht unter I. bis III. enthalten**
- V. Zuführung zu Passivposten für noch nicht widmungsgemäß verwendete Spenden- bzw. Subventionen**
- VI. Zuführung zu Rücklagen**
- VII. Jahresüberschuss**

## **Erläuterungen zur Mittelherkunft**

Zu I. Spenden:

Unter Spenden werden grundsätzlich freigiebige Leistungen verstanden, welche an NPOs erfolgen und die keinen überwiegenden Anspruch auf Gegenleistungen beim Spender begründen. Bei Geldspenden handelt es sich um einmalige, mehrmalige oder regelmäßige Geldbeträge. Weiters werden den Geldspenden gleichgestellt: Fördermitgliedschaften ohne Gewährung von Stimmrechten bei der Mitgliederversammlung, Förderbeiträge, Schenkungen, Legate, Erbschaften, Spenden von Unternehmen (ohne überwiegenden Anspruch auf Gegenleistungen), Bausteinaktionen und Nummernlotterien. Einnahmen aus Benefizveranstaltungen und Events können dann den Spenden zugerechnet werden, wenn der freigiebige Charakter überwiegt.

Sachspenden sind überlassene materielle oder immaterielle Vermögensgegenstände.

Dienstleistungsspenden sind zB die unentgeltliche Zurverfügungstellung von Personal durch ein Unternehmen, die unentgeltliche Zurverfügungstellung von Räumlichkeiten oder die temporäre Überlassung eines LKW zur Nutzung. Dienstleistungsspenden sind nur dann als Einnahmen zu erfassen, wenn im gewöhnlichen Geschäftsverkehr ein Vergütungsanspruch entsteht und auf diesen erst im Nachhinein verzichtet wird (siehe auch Pkt 4.3 des Prüferleitfadens). Keinesfalls auszuweisen sind mangels Bewertbarkeit unentgeltliche Arbeitsleistungen von Mitgliedern oder sonstigen der Organisation nahestehenden Personen.

Zur Abgrenzung von gewidmeten und ungewidmeten Spenden:

Eine Widmung kann durch explizite Willensäußerung des Spenders erfolgen (zB durch einen Vermerk auf dem Erlagschein) oder auch durch schlüssiges Verhalten, wie zB die Einzahlung auf ein bestimmtes Bankkonto, das im Vorfeld im Zusammenhang mit einem bestimmten Spendenprojekt kommuniziert wurde.

Zu II. Mitgliedsbeiträge

Dabei handelt es sich um Geldbeträge, die von Mitgliedern gezahlt werden und mit denen Stimmrechte bei der Mitgliederversammlung verbunden sind.

Zu III.: Betriebliche Einnahmen

Dazu gehören sämtliche Einnahmen, denen ein Leistungsaustausch zugrunde liegt und die in unmittelbarem Zusammenhang mit Verwirklichung des Zwecks der Organisation stehen.

(unentbehrlicher Hilfsbetrieb)

Zu IIIa. Betriebliche Einnahmen aus öffentlichen Mitteln:

Darunter fallen sämtliche Zahlungen der öffentlichen Hand im Rahmen eines Leistungsaustausches, zB Tagsätze, Einheitensätze, Stundensätze, die im Rahmen von sozialen Dienstleistungen verrechnet werden.

Zu IIIb. Sonstige betriebliche Einnahmen:

Sämtliche sonstigen Einnahmen zur Zweckverwirklichung im Rahmen eines Leistungsaustauschs, die nicht von staatlichen Einrichtungen gezahlt werden, zB Eintrittsgelder zu einem Kongress eines wissenschaftlichen Vereins.

Zu IV. Subventionen und Zuschüsse der öffentlichen Hand:

Hier sind jene Zahlungen der öffentlichen Hand zu erfassen, denen kein Leistungsaustausch zugrunde liegt, zB Basisfinanzierungen, Verlustabdeckungen u.ä.

Zu Va. Vermögensverwaltung:

Zur Vermögensverwaltung zählen Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung (zB Vermietung von Liegenschaften, aber auch die entgeltliche Zurverfügungstellung des eigenen Logos), Einkünfte aus Kapitalvermögen, soweit sie nicht den Spenden oder betrieblichen Einnahmen zugeordnet wurden.

Zu Vb. Sonstige Einnahmen:

Das „Auffangbecken“ für jene Einnahmen, die keinen der übrigen Kategorien zuzurechnen sind. Darunter fallen beispielsweise Sponsoring durch Unternehmen (Geld gegen eine angemessene Werbeleistung), Merchandising, Einnahmen aus karitativen Flohmärkten und Auktionen.

Zu VI. Auflösung von Passivposten für noch nicht widmungsgemäß verwendete Spenden bzw Subventionen:

Wurden in Vorjahren mehr gewidmete Gelder vereinnahmt, als für den gewidmeten Zweck verwendet werden konnten, so war für diesen Betrag ein Passivposten beim Fremdkapital zu bilden (siehe Pkt. V. der Mittelverwendung). Werden im laufenden Jahr daher mehr gewidmete Gelder verwendet als vereinnahmt wurden, so ist der Passivposten aufzulösen. Die Verringerung des Passivpostens im Vergleich zum Vorjahr ist hier als Einnahme auszuweisen.

Zu VII. Auflösung von Rücklagen:

Rücklagen sind ganz oder überwiegend dem Eigenkapital zuzurechnen. Dabei handelt es sich zB um „interne“ Zweckwidmungen (Beträge werden aufgrund von Vorstandsbeschlüssen für bestimmte Projekte reserviert). Die Verringerung dieser Rücklagen im Vergleich zum Vorjahr ist hier auszuweisen.

Gleichfalls sind hier Auflösungen von Sonderposten auszuweisen, die im Zusammenhang mit subventioniertem Anlagevermögen gebildet wurden.

## **Erläuterungen zur Mittelverwendung**

Die Punkte I., II. und III. werden im Prüferleitfaden ausgiebig beschrieben und voneinander abgegrenzt.

Zu V. Zuführung zu Passivposten für noch nicht verwendete Spenden und Subventionen:

Siehe auch KFS/RL 19, Pkt 7b

Wenn im Rechnungsjahr erhaltene zweckgewidmete Spenden oder Subventionen im selben Rechnungsjahr nicht zur Gänze ausgegeben werden, ist der Überschuss einem zweckgewidmeten Bilanzposten zuzuführen. Dadurch werden erhaltene, aber noch nicht verausgabte gewidmete Spenden und Subventionen ergebnismäßig neutralisiert.

Zu VI. Zuführung zu Rücklagen:

Dabei handelt es sich um Beträge, die auf Grund von Selbstbindungen gebildet werden (zB das Leitungsorgan beschließt die Errichtung eines Gebäudes oder satzungsmäßige Zwecke und „reserviert“ dafür bestimmte Beträge).

Gleichfalls sind hier Zuweisungen zu Sonderposten auszuweisen, die im Zusammenhang mit subventioniertem Anlagevermögen gebildet werden.

- Ergänzung **zu BEILAGE V zum Kooperationsvertrag, Bestätigung**

Die Anlage wird wie folgt ergänzt:

***Erläuterung gemäß Prüferleitfaden 2.2, falls die Werbe- und Verwaltungskosten 30 % an den Gesamtausgaben überschreiten“***

Arbeitsgruppe Spendengütesiegel (Kammer der Wirtschaftstreuhänder):

## **Empfehlung für die Zuordnung und Darstellung von Ausgaben im Rahmen der Spendengütesiegelprüfung**

### **1. Vorbemerkungen**

Der Kooperationsvertrag über die Vergabe eines Spendengütesiegels für Spenden sammelnde Non Profit Organisationen (NPOs) enthält in der Beilage I ein System der Standards für NPOs in den Bereichen Spendenmittelaufbringung und Spendenmittelverwaltung.

In der Ebene 3 werden die Kriterien der Standards für spendensammelnde Organisationen festgehalten.

Zur Einhaltung der Informationspflicht hat die Organisation bis spätestens zum Abschluss der Spendengütesiegelprüfung einen Jahresbericht (auch genannt: Rechenschaftsbericht oder Tätigkeitsbericht) zu erstellen.

Dieser beinhaltet auch einen Finanzbericht, der eine schlüssige und vollständige Darstellung der Einnahmen und Ausgaben<sup>1</sup> enthält.

Eine wesentliche Aussage kommt der Mittelverwendung im Finanzbericht zu. Diese ist zumindest zu gliedern in:

- I. Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke
- II. Spendenwerbung
- III. Verwaltungsaufwand
- IV. Sonstiger Aufwand sofern nicht unter Punkt I bis III festgehalten
- V. noch nicht verbrauchte zweckgewidmete Mittel
- VI. Dotierung von Rücklagen

Gerade die Zuordnung der einzelnen Ausgaben auf die Ausgabenarten, Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke, Spendenwerbung und den Verwaltungsbereich (siehe Punkte I bis III) führt in der Praxis zu Abgrenzungsfragen und damit verbundenen Zuordnungsproblemen.

Mit dieser Empfehlung soll eine Unterstützung zur Zuordnung der Ausgaben bzw. Aufwendungen in die oben angeführten Bereichen I – III gegeben werden. Eine Überleitung zur Einnahmen- und Ausgabenrechnung bzw. Gewinn- und Verlustrechnung zur Gewährleistung der Vollständigkeit ist erforderlich.

<sup>1</sup> Den Einnahmen und Ausgaben werden bei Erstellung eines Jahresabschlusses (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung) die Erträge und Aufwendungen gleichgestellt.

<sup>2</sup> vgl. auch Ausgabenmatrix des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI) und deren Unterschiede (siehe sogleich)

In dieser Empfehlung werden einzelne Ausgaben horizontal auf Aufwandsarten (vgl. Gliederung der Ausgabenarten der Gewinn- und Verlustrechnung) und vertikal statutarisch festgelegte Zwecke, Spendenwerbung und Verwaltung zugeordnet. Dies geschieht unter Anwendung einer „Ausgabenmatrix“ (siehe Beilage)<sup>2</sup>.

Die „Ausgabenmatrix“ versteht sich als Ergänzung des Arbeitsbehelfs „Checkliste zu Kooperationsvertrag“ der Arbeitsgruppe Spendengütesiegel.

Im Sinne bestmöglicher Transparenz sollen die Prüfer darauf hinwirken, dass sich die Ausgaben für statutarisch festgesetzte Zwecke, für Spendenwerbung und Verwaltung gemäß der beigelegten Abgrenzung in der Finanzberichterstattung der geprüften Organisationen widerspiegeln.

Es bleibt dem Prüfer überlassen, ob er diese Zuordnungsbestimmungen anwendet. Deren Nichtanwendung hat der Prüfer zu begründen. Der geprüften Organisation ist es möglich detailliertere Gliederungen in der Mittelverwendung als in der "Ausgabenmatrix" vorgesehen anzuwenden. Dies ist dem Prüfer plausibel zu erläutern.

Darüber hinaus soll durch diese Ausgabenzuordnung eine Harmonisierung mit den in Deutschland und in der Schweiz praktizierten Methoden erreicht werden.

Diesbezüglich wird auf die zugrundeliegenden Materialien und Definitionen des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI)<sup>3</sup> sowie der Schweizer ZEW Stiftung<sup>4</sup> hingewiesen.

### **2. Spendenwerbung und Verwaltungsausgaben**

#### **2.1 Allgemein**

Werbe- und Verwaltungsausgaben sind im Grundsatz notwendige und sinnvolle Ausgaben. Diese Ausgaben bewirken Spenden - sie organisieren die Mittelverwendung.

Beurteilungskriterium ist die sachliche Angemessenheit der Verwaltung.

Unabhängig von der Finanzierung gilt: Jede Spendenorganisation wirbt um Spenden. Jede Organisation muss Mittel verwalten.

Die Höhe der Werbe- und Verwaltungsausgaben ist ein Beurteilungskriterium unter vielen. Darüber hinaus ist vor allem die Wirkung der Arbeit einer Organisation von Bedeutung (Sinnhaftigkeit,

<sup>3</sup> Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI): Werbe- und Verwaltungsausgaben Spenden sammelnder Organisationen. Juni 2006

<sup>4</sup> ZEW Stiftung: Methodik zur Berechnung des administrativen Aufwands. Die Einnahmen- und Kostenstruktur gemeinnütziger Organisationen. Juni 2011

Effektivität und Nachhaltigkeit der Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke).

## 2.2 Vergleich von Prozentsätzen

Da Non Profit Organisationen unter verschiedenen Rahmenbedingungen arbeiten, haben sie unterschiedliche Strukturen und verfolgen individuelle Zwecke. Dies hat zum Teil erheblichen Einfluss auf die jeweiligen Anteile der Werbe- und Verwaltungsausgaben. Beim Vergleich von Prozentsätzen ist zu beachten:

Die Organisationen erhalten Werbe- und Verwaltungsleistungen häufig unentgeltlich (z.B. Internetauftritt, Werbematerial, ehrenamtliche Erledigung der Verwaltung, Bereitstellung von Räumen). Dies hat Einfluss auf die Aussagekraft des Anteils der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben. Dies kann im Einzelfall zu einem berechneten Werbe- und Verwaltungskostenanteil von 0% führen, obwohl tatsächlich (gespendete) Werbe- und Verwaltungsausgaben anfallen, die sogar hoch sein können.

Andere Einnahmearten (z.B. öffentliche Zuwendungen) sind unter Umständen mit deutlich niedrigeren Werbe- und Verwaltungsausgaben verbunden, so dass sie den Gesamtanteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben umso stärker senken, je größer ihr Anteil an der Gesamtfinanzierung ist.

Spendenorganisationen werben unter unterschiedlichen Bedingungen und für verschiedene Zwecke. So lassen sich Spenden beispielsweise bei Katastrophenfällen, die stark von den Medien aufgegriffen werden, leichter erzielen als bei weniger beachteten strukturellen Notsituationen.

Dieser Leitfaden enthält eine Anleitung zur Ermittlung des Anteils der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben anhand einer eigens definierten Aufstellung („Ausgabenmatrix“). Der als vertretbar erachtete Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben beträgt 30 % der Gesamtausgaben. Bei Überschreitung der 30 % ist von der NPO eine schriftliche Erläuterung dem Prüfer gegenüber vorzulegen. Diese wird vom Prüfer im pflichtgemäßen Ermessen geprüft, wobei die Grundsätze der Wirtschaftlichkeit, Sparsamkeit und Zweckmäßigkeit zu berücksichtigen sind. Die so geprüfte Erläuterung wird der KWT gemäß Beilage V zum Kooperationsvertrag übermittelt.

## 3. Definitionen

### 3.1 Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke

#### 3.1.1 Projekte, Programme und/oder gemeinnützige Betriebe

Projekte und Programme dienen der satzungsgemäßen Zweckerfüllung.

Unter „gemeinnützigen Betrieben“ sind die auf Dauer angelegten wirtschaftlichen Geschäftsbetriebe im Sinne der §§ 45 und 46 Bundesabgabenordnung (BAO) (Zweckverwirklichungsbetriebe und "entbehrliche Hilfsbetriebe“) zu verstehen.

#### 3.1.2 Satzungsgemäße Kampagnen-, Bildungs- und Aufklärungsarbeit

Kampagnen-, Bildungs- und Aufklärungsarbeit bezweckt die Schaffung von öffentlicher Aufmerksamkeit und öffentlichem Bewusstsein und muss in der Satzung/Rechtsgrundlage als eigenständiger Zweck verankert sein, um bei der Ausgabenabgrenzung von den Ausgaben für Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit unterschieden werden zu können. Die vermittelten Inhalte müssen dabei über allgemeine Öffentlichkeitsarbeit hinausgehen.

### 3.2 Spendenwerbung, Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit

Die Ausgaben für Werbung umfassen die Ausgaben zur Beschaffung insbesondere von Geldspenden, Sachspenden, Mitgliedsbeiträgen, Fördermitgliedsbeiträgen, Erbschaften, Nachlässen, Schenkungen, öffentlichen Mitteln sowie Zuwendungen von anderen Organisationen und Unternehmen. Zur allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit zählen insbesondere die Ausgaben für Selbstdarstellung, Imagearbeit, Kurzinformationen über Notlagen und geplante Maßnahmen, Projektberichterstattung und Rechenschaftsberichte.

### 3.3 Verwaltungsausgaben

Verwaltungsausgaben beziehen sich in erster Linie auf die Organisation als Ganzes und gewährleisten die Grundfunktionen der betrieblichen Organisation und des betrieblichen Ablaufs. Die hauptsächlichen Bereiche sind Leitungs- und Aufsichtsgremien, Finanz- und Rechnungswesen sowie Personalverwaltung und Organisation.

#### 3.3.1 allgemeine Verwaltung

Diese Position beinhaltet alle Verwaltungsausgaben mit Ausnahme der Spendenverwaltung.

#### 3.3.2 Spendenverwaltung

Diese Ausgabenkategorie wurde für die Beurteilung der steuerlichen Spendenabsetzbarkeit als Untergruppe der Verwaltungsausgaben eingerichtet

## 4. Anwendungserläuterungen

#### **4.1 Ausgaben der Leitungsebene**

Bei kleineren Organisationen können die Ausgaben der Leitungsebene anteilig bei den Projektausgaben berücksichtigt werden, sofern die Leitung entsprechende operative Aufgaben zum Beispiel im Rahmen der Projektbegleitung oder der Kampagnen-, Bildungs- und Aufklärungsarbeit wahrnimmt.

Bei größeren Organisationen werden im Regelfall sämtliche Ausgaben der Leitungsebene (Vorstand, Geschäftsführung) als Verwaltungsausgaben anzusetzen sein.

#### **4.2 Sachspenden**

Im Anlagevermögen sind auch im Wege von Sachspenden und –subventionen der NPO übertragene Vermögensgegenstände, die der dauernden Nutzung durch die Organisation dienen, auszuweisen. Diese Anlagegegenstände und andere unentgeltlich erworbenen aktivierungspflichtige Vermögensgegenstände sind mit fiktiven Anschaffungskosten (dem beizulegenden Wert) in die Bücher aufzunehmen und planmäßig, erforderlichenfalls auch außerplanmäßig abzuschreiben.<sup>5</sup>

#### **4.3 Ehrenamtliche Arbeit**

Ehrenamtliche Arbeit sind Arbeits- oder Dienstleistungen, die von vornherein unentgeltlich erbracht werden und daher entsteht kein Vergütungsanspruch für die erbrachte Leistung. Diese Arbeits- oder Dienstleistungen sind nicht im Rechnungswesen zu erfassen.<sup>6</sup>

Für Leistungen, für die im gewöhnlichen Geschäftsverkehr ein Vergütungsanspruch entsteht und auf diesen erst im Nachhinein ganz oder teilweise verzichtet wird, ist zunächst eine Verbindlichkeit gegenüber dem Erbringer der Dienstleistung zu passivieren. Die Ausbuchung der Verbindlichkeit und die damit verbundene Realisierung als Spendenertrag ist zum Zeitpunkt des Verzichts auf die Gegenleistung vorzunehmen.<sup>7</sup>

Falls Aufwandsentschädigungen an ehrenamtliche Mitarbeiter gezahlt werden, werden sie abhängig von der Tätigkeit der Ehrenamtlichen entweder den Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke, der Spendenwerbung oder dem Verwaltungsaufwand zugeordnet.

#### **4.4 Kampagnen-, Bildungs- und Aufklärungsarbeit in Werbung und allgemeiner Öffentlichkeitsarbeit**

In begründeten Ausnahmefällen können satzungsgemäße Informationsanteile in der Werbung und allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit anteilig als Kampagnen-, Bildungs- und Aufklärungsarbeit berücksichtigt werden (z.B. kampagnenbezogene Straßenansprachen, Fachvorträge in Unternehmen). Die Inhalte müssen dabei klar über Informationen, die im Rahmen einer üblichen allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit präsentiert werden, hinausgehen.

Anteilige satzungsgemäße Kampagnen-, Bildungs- und Aufklärungsarbeit wird im Fall von Straßenansprachen nur berücksichtigt, wenn die Vergütung zu mindestens 50 % in Form eines fixen Grundhonorars erfolgt. Ausgaben im Rahmen von Haustüransprachen werden stets den Werbeausgaben zugerechnet.

#### **4.5 Werbung und Verwaltung als Satzungszweck**

Die Festschreibung von Werbung und/oder Verwaltung als Satzungszweck kann nicht zur Einstufung als Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke führen.

Dies entspricht der Voraussetzung einer ausschließlichen und unmittelbaren Betätigung gemäß § 41 Abs. 1 Bundesabgabenordnung.

#### **4.6 Steuerpflichtiger wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb**

Ausgaben, die im Rahmen eines steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes anfallen, werden mit den erzielten Einnahmen saldiert. Ein negatives Ergebnis wird je nach sachlichem Zusammenhang den Werbe- oder Verwaltungsausgaben zugerechnet. Ein negatives Ergebnis wird nur dann nicht als Ausgabe berücksichtigt, wenn es durch im Rechenwerk ausgewiesene Gewinnvorträge dieses wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes ausgeglichen wird.

#### **4.7 Vermögensverwaltung**

Aufwendungen der Vermögensverwaltung werden mit den Erträgen der Vermögensverwaltung saldiert, so dass lediglich das Ergebnis der Vermögensverwaltung erfasst wird. Ein negatives Ergebnis wird der allgemeinen Verwaltung zugerechnet.

#### **4.8 Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit**

<sup>5</sup> vgl. KFS/RL 19: Stellungnahme des Fachsenats für Handelsrecht und Revision zu verschiedenen Fragen zur Rechnungslegung der Vereine. Frage 7

<sup>6</sup> vgl. IDW Stellungnahme zur Rechnungslegung: Besonderheiten der Rechnungslegung Spenden sammelnder Organisationen (IDW RS HFA 21). Rz 32

<sup>7</sup> vgl. ebenda



Die Frage, ob in der Umsetzung das Ziel der „Wirtschaftlichkeit“ oder „Sparsamkeit“ zu verfolgen ist, hängt von der Ausgestaltung der übergeordneten Zielsetzung ab.

Soll ein bestimmtes Output Niveau mit geringstmöglichem Mitteleinsatz erreicht werden, spricht man vom Prüfziel der „Sparsamkeit“.

Wird ein Globalbudget zur Verfügung gestellt, mit der Maßgabe, eine bestmögliche Zielerreichung anzustreben, wird tendenziell das Prüfziel „Wirtschaftlichkeit“ angesprochen sein.

In der Praxis werden die beiden Prüfziele nicht exakt getrennt.

#### **4.9 Zweckmäßigkeit**

Bei der Prüfung auf Zweckmäßigkeit sind immer das Verhältnis alternativer Vorgehensmöglichkeiten zueinander, die Erfolgsaussichten und das Kostenrisiko zu überprüfen.

### **5. Hinweise zur Ausgabenmatrix**

#### **5.1 Ausgabenarten**

In der nachfolgenden Ausgabenmatrix sind einzelne Ausgabenarten den Bereichen Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke, der Spendenwerbung und dem Verwaltungsaufwand zuzuordnen.

Es steht der NPO frei, eine detailliertere oder weniger detaillierte Gliederung der Ausgabenarten vorzunehmen.

Sofern eine Organisation sämtliche Ausgaben in einer Position zusammengefasst ausweist (Beispiel: Personalausgaben), ist zur Abgrenzung der Spendenwerbung und der Verwaltungsausgaben eine Schlüsselung dieser Ausgaben anhand einer Kostenrechnung (Aufteilung auf Kostenstellen) oder einer nachvollziehbaren Schätzungsmethode erforderlich, nämlich dann, wenn die Ausgaben für verschiedene Bereiche oder Projekte anfallen..

Jedenfalls sind jegliche Zuordnungen und Schlüsselungen zu erläutern.

#### **5.2 Bedeutung der Symbole**

**X:** Sofern ein Feld in der Matrix ausschließlich mit einem „X“ versehen ist, bedeutet dies, dass die entsprechenden Ausgaben eindeutig entweder nur den Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke, nur der Spendenwerbung oder nur dem Verwaltungsaufwand zuzuordnen sind. Eine Abweichung ist unter berücksichtigungswürdigen Gründen und schriftlicher Dokumentation möglich.

**S:** Ein „S“ bedeutet, dass organisationsintern eine direkte Ausgabenzuordnung oder Schlüsselung

auf die fünf Unterkategorien erfolgt. Die Aufteilung erfolgt auf Basis einer Kostenrechnung bzw. einer nachvollziehbaren Schätzungsmethode. Das „S“ wurde in der Ausgabenmatrix jeweils exemplarisch in die Spalte gesetzt, die für die Zuordnung in der Mehrzahl der Fälle zutreffend sein dürfte.

**G:** Es erfolgt die Aufteilung auf die Bereiche a) Spendenwerbung und b) Satzungsgemäße Kampagnen, Bildungs- und Informationsarbeit.



# Ausgabenmatrix

	Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke		Spendenwerbung	Verwaltungsaufwand	
	Projekte, Programme und/oder gemeinnützige Betriebe	Satzungsgemäße Kampagnen-, Bildungs-, Informationsarbeit	Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit	allgemeine Verwaltung	Spendenverwaltung
<b>1. Personalaufwand</b>					
Leitung (Vorstand, Geschäftsführung)				S	
Allgemeines Sekretariat				X	
projekt- und programmbezogenes Personal	X				
betriebsbezogenes Personal	X				
Personalrekrutierung				S	
Personalverwaltung				X	
Hausinterne Übersetzer				S	
Rechtsabteilung Hausjuristen				X	
Empfang				X	
Poststelle				X	
Fahrbereitschaft				S	
EDV-Betreuung				S	
Werbung und Mittelbeschaffung			X		
Spenderbetreuung			X		
Allgemeine Öffentlichkeitsarbeit			X		
Kampagnen-, Bildungs-, Informationsarbeit		X			
Pressesprecher/Presseabteilung			G		
Fach- und Projektförderung	X				
Projektfindung (eigene Projekte)	X				
Prüfung von Projekt-/Unterstützungsanträgen	X				
Materialbeschaffung				S	
Lagerhaltung, Logistik und Transport				S	
Sonstiges Personal				S	
Aus- und Fortbildung				S	
<b>2. Aufwandsentschädigungen</b>					
Ehrenamtliche Mitarbeiter	S				
Vorstandsmitglieder				X	
Aufsichtsräte, Beiräte, Kuratoren etc.				X	
Sonstige Aufwandsentschädigungen				S	

X...keine Aufteilung

S...Aufteilung möglich

G...Aufteilung auf Spendenwerbung bzw. Kampagnen

	Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke		Spendenwerbung	Verwaltungsaufwand	
	Projekte, Programme und/oder gemeinnützige Betriebe	Satzungsgemäße Kampagnen-, Bildungs-, Informationsarbeit	Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit	allgemeine Verwaltung	Spendenverwaltung
<b>3. Raumkosten</b>					
Miet- und Mietnebenkosten				S	
Reinigung				S	
Reparaturen und Instandhaltungen				S	
Abschreibungen auf Gebäude				S	
Sonstige Raumkosten				S	
<b>4. sonstige Abschreibungen</b>					
Möbel und sonstige Raumausstattung				S	
Technisches Gerät (EDV, Telefon, Kopierer etc.)				S	
Immaterielle Ausstattung (Software, etc.)				S	
Fuhrpark, Dienstwagen				S	
Geringwertige Wirtschaftsgüter				S	
Sonstige Geschäftsausstattung				S	
<b>5. Bürokosten</b>					
Porto			S		
Telekommunikation				S	
Büromaterial				S	
Sonstiger Bürobedarf				S	
Bankgebühren					S
<b>6. Rechnungswesen</b>					
Buchhaltung, Jahresabschluss				X	
Controlling, Revision (allgemein, übergreifend)				X	
Projektcontrolling, -revision und -evaluierung	X				
Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung				X	
<b>7. Sonstige Aufwendungen</b>					
Workshops, Tagungen				S	
Bewirtung, Gästebetreuung				S	
Kurierdienste				S	
Betriebliche Veranstaltungen				S	
Gebühr Spendengütesiegel				X	
Versicherungen				S	
Beiträge, Mitgliedschaften				X	
Lagerkosten von Sachspenden					X
Fremdkosten EDV				S	
KFZ Aufwendungen				S	
Rechtsberatung				S	

X...keine Aufteilung

S...Aufteilung möglich

G...Aufteilung auf Spendenwerbung bzw. Kampagnen

	Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke		Spendenwerbung	Verwaltungsaufwand	
	Projekte, Programme und/oder gemeinnützige Betriebe	Satzungsgemäße Kampagnen-, Bildungs-, Informationsarbeit	Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit	allgemeine Verwaltung	Spendenverwaltung
<b>8. Drucksachen, Medien</b>					
Mailings (Werbebriefe und Beilagen)			X		
Anzeigen, Plakate			X		
Spots (TV, Radio, Kino, etc.)			X		
Internetauftritt			X		
Beilage in Zeitungen, etc.			X		
Patenschaftsmaterial			X		
Infomaterial über Projekte, Kampagnen, etc.			S		
Kalender			X		
Spendenbestätigungen			X		
TV-und Videodokumentationen		G			
Broschüren zu Erbschaften, Nachlässen, etc.			X		
Jahresberichte			X		
Zeitschriften, Magazine etc.			G		
Schul-, Lehr- und Bildungsmaterialien		X			
Fachpublikationen, Fachbücher		X			
Themenhefte, Ratgeber		X			
Kampagnenmaterial		X			
Fachgutachten, Fachstudien		X			
Ausstellungsmaterial		G			
Sonstige Drucksachen, Medien, etc.			X		
Mitgliedsbeiträge				X	
<b>9. Veranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit</b>					
Galaveranstaltungen			X		
Benefizveranstaltungen, Tombolas, Lotterien, etc.			X		
Türsammlungen			X		
Straßensammlungen			X		
Telefonmarketing			X		
Inhaltliche Kampagnenarbeit, Advocacy, Aufklärung, Bewusstseins-schaffung, Bildungsarbeit		X			
Spendenaufrufe innerhalb von Kampagnen, etc.			X		
Verbandsarbeit (Serviceleistungen für Untergliederungen)			G		
Stände auf Messen und sonstigen Veranstaltungen			G		
Konzeption und Auswertung von Werbemaßnahmen			X		
Telefongebühren für Spendeneinzug etc.			X		

X...keine Aufteilung

S...Aufteilung möglich

G...Aufteilung auf Spendenwerbung bzw. Kampagnen

	Leistungen für die statutarisch festgelegten Zwecke		Spendenwerbung	Verwaltungsaufwand	
	Projekte, Programme und/oder gemeinnützige Betriebe	Satzungsgemäße Kampagnen-, Bildungs-, Informationsarbeit	Werbung und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit	allgemeine Verwaltung	Spendenverwaltung
Betreuung von Großspender/innen			X		
Werbekooperationen mit Firmen			X		
Teilnahme an organisationsübergreifenden Spendenaktionen			X		
Adresskauf und -miete			X		
Adressüberprüfungen bei Banken u.a.			X		
Meinungsumfragen für Werbezwecke			X		
Beschaffung öffentlicher Mittel			X		
Pressemitteilungen, Pressearbeit			G		
Journalistenreisen			S		
Vorträge, Tagungsbeteiligung		G			
Organisation Seminare, Fachtagungen etc.		X			
Projektzusammenarbeit mit anderen Organisationen, Netzwerkarbeit		X			
<b>10. Aufwendungen Projekte und Betriebe</b>					
Materialaufwand	X				
Fremdleistungen	X				
<b>11. Mittelweiterleitungen</b>					
Geldleistungen an Einzelpersonen	X				
Geldleistungen an Projekte	X				
Geldleistungen an Partner- /Koordinationsbüros	X				
Geldleistungen an Zentralorganisationen	X				
Geldleistungen für satzungsgemäße Unterstützung von Organisationen	X				
Weitergabe von Sachspenden	X				
Transportkosten von Sachspenden	X				
<b>12. Sonstiges</b>					
Finanzergebnis				S	
Verlust wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb (siehe 4.6)				S	
Verlust Vermögensverwaltung				X	
Verluste aus dem Abgang von Anlagevermögen				S	
Selbst genutzte Sachspenden				S	

X...keine Aufteilung

S...Aufteilung möglich

G...Aufteilung auf Spendenwerbung bzw. Kampagnen



- Wieso beantragt Ihre Organisation bereits seit 2002 das Spendengütesiegel?

Wir haben das Spendengütesiegel beantragt, weil wir in mehrererlei Hinsicht davon profitieren können. Aus unserer Sicht ist das Spendengütesiegel ein wichtiges Qualitätskriterium geworden. Es stärkt vor allem das Vertrauen von SpenderInnen in die Organisation und hilft uns auch neue SpenderInnen zu gewinnen. Gerade in Zeiten, wo es da und dort zu einer missbräuchlichen Verwendung von Spendengeldern gekommen ist, sind Qualitätsstandards, die extern geprüft werden wichtig, vor allem, weil es strenge objektive Kriterien sind, nach denen mit Spendengeldern umgegangen wird. Gleichzeitig schärft es auch den Blick auf die organisationsinternen Prozesse bei der Spendengenerierung und –verwendung sowie den sorgsamen Umgang mit Spendengeldern.

- Wofür steht das Spendengütesiegel aus Ihrer Sicht?

Das Spendengütesiegel steht für Transparenz, einen sorgsamen Umgang mit Spendengeldern und für eine korrekte Verwendung der Spendenmittel. Der Spender und die Spenderin können nachvollziehen, wie ihr Geld verwendet wird und sie wissen auch, wo und wie ihr Geld eingesetzt wird. Als spendenwerbende Organisation tragen wir Verantwortung zum einen gegenüber unseren KlientInnen zum anderen gegenüber unseren UnterstützerInnen. Dieser Verantwortung wollen wir uns stellen. Dies schafft Vertrauen bei den SpenderInnen und motiviert diese wiederum für weitere Unterstützungsleistungen.

- Welche waren ganz zu Beginn, bei der Erstbeantragung, Ihre Wege?

Wir haben uns in einem ersten Schritt darüber informiert, was alles zu tun ist, wenn man das Spendengütesiegel tragen will. Dann haben wir intern geprüft, wie wir die geforderten Kriterien mit welchem Aufwand erfüllen können und dann aufgelistet, was die Vor- und Nachteile für uns sind. Aufgrund dieser Vorgehensweise war es für uns sehr schnell klar, dass wir uns um das Spendengütesiegel bewerben werden. Natürlich war uns bewusst, dass wir



- Wieso beantragt Ihre Organisation bereits seit 2002 das Spendengütesiegel?

Wir haben das Spendengütesiegel beantragt, weil wir in mehrererlei Hinsicht davon profitieren können. Aus unserer Sicht ist das Spendengütesiegel ein wichtiges Qualitätskriterium geworden. Es stärkt vor allem das Vertrauen von SpenderInnen in die Organisation und hilft uns auch neue SpenderInnen zu gewinnen. Gerade in Zeiten, wo es da und dort zu einer missbräuchlichen Verwendung von Spendengeldern gekommen ist, sind Qualitätsstandards, die extern geprüft werden wichtig, vor allem, weil es strenge objektive Kriterien sind, nach denen mit Spendengeldern umgegangen wird. Gleichzeitig schärft es auch den Blick auf die organisationsinternen Prozesse bei der Spendengenerierung und –verwendung sowie den sorgsamem Umgang mit Spendengeldern.

- Wofür steht das Spendengütesiegel aus Ihrer Sicht?

Das Spendengütesiegel steht für Transparenz, einen sorgsamem Umgang mit Spendengeldern und für eine korrekte Verwendung der Spendenmittel. Der Spender und die Spenderin können nachvollziehen, wie ihr Geld verwendet wird und sie wissen auch, wo und wie ihr Geld eingesetzt wird. Als spendenwerbende Organisation tragen wir Verantwortung zum einen gegenüber unseren KlientInnen zum anderen gegenüber unseren UnterstützerInnen. Dieser Verantwortung wollen wir uns stellen. Dies schafft Vertrauen bei den SpenderInnen und motiviert diese wiederum für weitere Unterstützungsleistungen.

- Welche waren ganz zu Beginn, bei der Erstbeantragung, Ihre Wege?

Wir haben uns in einem ersten Schritt darüber informiert, was alles zu tun ist, wenn man das Spendengütesiegel tragen will. Dann haben wir intern geprüft, wie wir die geforderten Kriterien mit welchem Aufwand erfüllen können und dann aufgelistet, was die Vor- und Nachteile für uns sind. Aufgrund dieser Vorgehensweise war es für uns sehr schnell klar, dass wir uns um das Spendengütesiegel bewerben werden. Natürlich war uns bewusst, dass wir



hinsichtlich der Spenderfassung und der Spendenbilanz einiges intern ändern werden müssen.

- Hat die Beantragung interne Prozesse verändert/beeinflusst? Welche? Wie?

Die Prozesse sind differenzierter geworden, d.h. es wird jede Art von Spende (Geld- oder Sachspende, zweckgewidmet oder allgemein,...) detailgenau erfasst. Da bei uns auch viele Spenden über MitarbeiterInnen und deren Umfeld generiert werden, war es wichtig diese ins Boot zu holen und zu erklären, warum jetzt viel genauere Aufzeichnungen erforderlich sind. Es hat in der Organisation auch vieles bewusster gemacht, wie mit Spendengeldern umgegangen wird und wofür sie eingesetzt werden. Dies hat auch dazu geführt, dass wir noch genauer hingeschaut haben, für welche Zwecke wir Spendenmittel einsetzen.

Gleichzeitig steigt natürlich der interne zeitliche Aufwand, den es braucht, um die Anforderungen zu erfüllen. Die genaue Spendenbilanz zu erstellen, bedeutet für unsere Abteilungen Finanzen und Kommunikation viel Arbeit, aber auch jeder einzelne, der mit Spenden zu tun hat, muss die Prozesse genauer dokumentieren.

- Welche Rückmeldungen erhalten Sie von SpenderInnen im Zusammenhang mit dem Spendengütesiegel?

Einige fragen, für was das Spendengütesiegel steht – es ist noch nicht bei allen bekannt. Einige fragen auch, was der Aufwand ist und ob es sich auszahlt und ob man mehr Spenden bekommt. In Summe zahlt es sich auf jeden Fall aus den oben genannten Gründen aus. Schließlich gibt es auch bereits viele Unternehmen und Institutionen, für die das Tragen des Spendengütesiegels eine zentrale Voraussetzung für den Erhalt von Spendengeldern ist. Einer dieser Einrichtungen ist z.B. Licht ins Dunkel, von der wir ohne Spendengütesiegel nichts erhalten würden.



- Welcher Vorteil/welcher Nutzen ergibt sich in Ihrer Organisation durch das Tragen des Spendengütesiegels?

Es stärkt das Vertrauen der SpenderInnen in unsere Organisation und hilft uns als Qualitätskriterium bei der Spendengenerierung. Darüber hinaus zeigt es auch allen SpenderInnen, dass wir mit ihren Geldern verantwortungsvoll umgehen und ihre Gelder auch für einen guten Zweck einsetzen. Besonders in Zeiten von Einsparungsdiskussionen, von denen zusehends auch der Bereich der Behindertenhilfe betroffen ist, sind wir noch verstärkter auf Spenden und Unterstützungen von Firmen, Vereinen, Organisationen und Privatpersonen angewiesen.

- Welchen Nutzen hat das Spendengütesiegel für den gesamten Spendenmarkt? Wie beurteilen Sie die Entwicklung, dass immer mehr Organisationen das Spendengütesiegel tragen (allgemein und für Ihre Organisation)?

Eigentlich „muss“ man als spendenwerbende Sozialorganisation das Spendengütesiegel tragen. Wer es nicht hat, muss sehr darauf achten, nicht in ein schiefes Licht zu geraten. Ein objektives Qualitätssiegel ist einfach wichtig für die SpenderInnen. Es werben ja sehr viele Organisationen um Spendengelder und gerade aus diesem Grund bietet das Siegel Orientierung und Sicherheit für alle, die Geld spenden wollen.

- Was würden Sie anderen Organisationen im Zusammenhang mit dem Spendengütesiegel raten? Was würden Sie Organisationen raten, die das Spendengütesiegel nicht tragen?

Eigentlich kann man es sich nicht mehr „leisten“, es nicht zu tragen. Wichtig ist, dass man sich die internen Prozesse anschaut, verantwortungsvoll mit Spendengeldern umgeht und vor allem sich genau überlegt, in welcher Form man die Spendenbilanz erstellt. Darüber hinaus ist es wichtig, auch auf die Haltung der MitarbeiterInnen im Zusammenhang mit Spenden zu achten. Vor allem gilt es, mit den Spendengeldern verantwortungsvoll umzugehen.





- Mit welchen Herausforderungen sind/waren Sie im Zusammenhang mit dem Spendengütesiegel konfrontiert?

Die größte Herausforderung stellen wohl die zeitlichen Ressourcen für die detaillierte Spendenbilanz und die genaue Erfassung jeder einzelnen Sach- und Geldspende dar, besonders unter dem Gesichtspunkt je größer eine Organisation wird.