

Ethische Fundraising-Grundsätze

Als DZI-Spendensiegel-Organisation verpflichten wir uns, die Standards des DZI einzuhalten. Abgeleitet von diesen Standards definieren wir unsere ethischen Grundsätze im Fundraising.

Allgemeines

Der Satzungszweck der Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe ist die Förderung des öffentlichen Gesundheitswesens, der Wissenschaft und Forschung und der Bildung auf den Gebieten der Verhütung, Früherkennung, Behandlung und Rehabilitation von Gefäßerkrankungen, auch in der Pränatalmedizin sowie bei Kindern und Heranwachsenden bis zum 18. Lebensjahr, der Therapiemöglichkeiten im Rahmen der Behandlung von Gefäßerkrankungen sowie die Verbesserung von Reintegrationsmaßnahmen und die Förderung der Aus- und Weiterbildung in diesen Bereichen. Insbesondere zielt unsere Arbeit auf die Optimierung der ganzheitlichen Versorgung der Patienten ab.

Zur Erfüllung dieses Zwecks sind wir auf das Vertrauen unserer Spenderinnen und Spender, sowie unserer Sponsoren angewiesen, die mit ihrer finanziellen Zuwendung unsere Arbeit erst ermöglichen. Das nachhaltige Vertrauen dieser Menschen ist unser höchstes Gut und setzt Transparenz voraus. Daher lassen wir unsere Arbeit umfassend prüfen und informieren ausführlich über die Verwendung dieser Zuwendungen.

Seit 2006 ist die Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe Trägerin des **Spendensiegels des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI)**. Mit dem Spendensiegel werden Organisationen ausgezeichnet,

wenn sie die strengen und von unabhängiger Seite kontrollierten Kriterien des DZI erfüllen.

Wir sehen uns als Mittler zwischen Unterstützungssuchenden und Unterstützenden, sowie als Treuhänder der berechtigten Interessen beider Seiten. Eine transparente, an ethischen Grundsätzen orientierte Fundraising-Praxis ist für uns unabdingbar. Als DZI-Spendensiegel-Organisation verpflichten wir uns, die Standards des DZI einzuhalten. Abgeleitet von diesen Standards definieren wir folgend unsere ethischen Grundsätze im Fundraising.

I Zielsetzung

Wir befolgen Recht und Gesetz, achten die Menschenrechte und natürliche Lebensgrundlagen und folgen unserer Satzung. Unsere Ziele und Tätigkeitsbereiche sowie die grundlegenden Funktionen und Aufgaben der Organe stellen wir eindeutig und verständlich in unserer Satzung dar.

II Leitung und Aufsicht

Wir verfügen über angemessene Leitungs- und Aufsichtsstrukturen, in denen eindeutig geregelt ist, wer zu Entscheidungen und Vertretungen befugt ist. Durch die klare Trennung von Leitung und Aufsicht werden beide Funktionen wirksam wahrgenommen und Interessenkonflikte vermieden.

III Spendenwerbung

Wir informieren klar, wahr, sachlich und offen über unser Anliegen, unsere Struktur und unsere Arbeit. Wir achten stets die Würde der Betroffenen, setzen die Umworbene nicht unter Druck und verhalten uns fair gegenüber anderen Organisationen.

1. Klar und unmissverständlich

Wir halten Spendenwerbung eindeutig, verständlich und aussagekräftig. Wir unterlassen missverständliche Darstellungen in Wort und Bild und meiden eine Verwechslungsgefahr mit dem

Namen oder dem Auftreten anderer Organisationen. Der Charakter der Mittelverwendung der eingeworbenen Spenden wird nicht verschleiert.

2. Wahrhaftigkeit

Unsere Spendenwerbung spiegelt unsere Tätigkeiten und unsere Schwerpunkte angemessen und wahrheitsgemäß wider. Die vermittelten Informationen geben die Realität in Wort und Bild zutreffend wieder. Es werden keine falschen, irreführenden oder übertreibenden Angaben verbreitet.

3. Sachlichkeit

Wir versichern, dass wir die Notwendigkeit der verfolgten Zwecke und die Eignung der geplanten Maßnahmen zur Erreichung dieser Zwecke informativ und begründet darlegen. Unangemessen emotionalisierende oder bedrängende Darstellungen in Wort und Bild werden unterlassen.

4. Offenheit

Die bei der Spendenwerbung verbreiteten Informationen sind transparent und vermitteln ein zutreffendes Bild unserer Organisation und unserer Arbeit.

5. Achtung der Würde

Wir unterlassen Darstellungen in Wort und Bild, die für die Betroffenen herabsetzend oder erniedrigend sind oder auf andere Weise deren Würde beeinträchtigen. Wir sehen von Inhalten, die diskriminieren oder als diskriminierend verstanden werden können, strikt ab. Die Darstellung von persönlich schwierigen Situationen der Betroffenen steht in einem angemessenen Verhältnis zu den vermittelten Informationen über unsere Vorhaben und Maßnahmen sowie – soweit darstellbar – der Partizipation der Betroffenen. Wir unterlassen eine entwürdigende, unredliche oder reißerische Darstellung.

6. Verzicht auf unlautere Werbung

Wir verhalten uns fair und respektvoll gegenüber anderen Organisationen. Diffamierende oder irreführende sowie vergleichende Aussagen, die andere Organisationen herabsetzen, unterbleiben. Aussagen über die Qualität unserer Arbeit und Organisation werden durch klare, nachvollziehbare Informationen belegt.

7. Kooperation mit Unternehmen

Sofern wir unseren Namen oder unser Logo etwa im Rahmen von Lizenzverträgen einem Unternehmen für gewerbliche Zwecke zur Verfügung stellen, wird die Art der Kooperation für die Umworbenen klar dargestellt. Sie werden vor unserer Entscheidung eindeutig und gut sichtbar darüber informiert, in welchem konkreten finanziellen Umfang wir von dem Verkaufserlös bzw. der Kooperation profitieren.

8. Beauftragung von gewerblichen Dienstleistern

Sofern wir für Spendenwerbung eine gewerbliche Dienstleistungsagentur mit der Durchführung beauftragen, wird die Zusammenarbeit schriftlich geregelt. Der Regelung sind insbesondere die von der Agentur zu erbringenden Leistungen sowie Art und Höhe ihrer Vergütung zu entnehmen. Die eingeworbenen Mittel werden nur von uns selbst und unmittelbar auf unseren eigenen Konten vereinnahmt. Sofern dies technisch nicht möglich ist, etwa bei einem Spendeneinzug über Telefonrechnungen etc., werden die Spenden schnellstmöglich an uns weitergeleitet.

Die bei der Zusammenarbeit mit der dienstleistenden Agentur gewonnenen Daten der spendenden Personen sind unser Eigentum. Die dienstleistende Agentur ist nicht berechtigt, diese Daten außerhalb des Auftragsverhältnisses zu nutzen oder weiterzugeben. Die Verantwortung für die Qualität der Spendenwerbung liegt auch im Fall der Beauftragung von Agenturen uneingeschränkt bei uns.

9. Telemarketing

Eine Kontaktaufnahme mittels Telemarketing (z.B. Telefon, Fax, E-Mail, SMS etc.) erfolgt bei Privatpersonen nur mit vorherigem Einverständnis der Angesprochenen. Ein einmaliger Dankanruf je spendender Person ist hiervon ausgenommen. Die Übermittlung der entsprechenden Kontaktdaten durch die angesprochene Person ist in der Regel als ein solches Einverständnis anzusehen.

10. Sorgsame Datenverwendung

Adressen von spendenden Personen werden von uns weder verkauft, vermietet, getauscht noch anderweitig an Dritte weitergegeben. Geben wir personenbezogene Daten von spendenden Personen zum Zwecke unserer Werbung im Rahmen eines Auftragsverhältnisses an Dienstleister weiter, so stellen wir sicher, dass die Daten ausschließlich für den vereinbarten Zweck verwendet werden und nach Beendigung des Auftragsverhältnisses nicht beim Dienstleister verbleiben. Wir beachten im Hinblick auf die Speicherung und Verwendung personenbezogener Daten, unter anderem hinsichtlich der Art, des Umfangs und der Häufigkeit von Werbeansprachen, die Wünsche der spendenden Personen.

IV Bargeldsammlung

Bargeldgebundene Sammlungen werden in angemessener Weise gegen unberechtigte Geldentnahmen gesichert. Die Bargeldspenden werden unter Berücksichtigung des Vier-Augen-Prinzips registriert und schnellstmöglich dem bargeldlosen Zahlungsverkehr übergeben.

V Kündigungsrechte

Dauerhafte Förderungen oder andere Dauerspenden sind jederzeit und mit sofortiger Wirkung kündbar.

VI Mittelverwendung

Wir verfügen über Strukturen und Prozesse, die eine angemessene Planung, Durchführung und Kontrolle der Mittelverwendung gewährleisten. Wir setzen unsere Mittel nur für die angegebenen Zwecke und die damit verbundenen notwendigen Werbe- und Verwaltungsausgaben ein. Die Verwendung der Mittel folgt den Grundsätzen der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit sowie dem Kriterium der größtmöglichen Wirksamkeit.

1. Zweckgerichtete Mittelverwendung.

Wir organisieren, dokumentieren und belegen dies in angemessener Weise. Es besteht kein Missverhältnis zwischen den in der Satzung genannten Zwecken und den tatsächlich realisierten Vorhaben. Werben wir für einen konkret benannten Zweck, so werden die eingeworbenen Mittel für diesen verwendet. Stehen dem zweckentsprechenden Mitteleinsatz nachvollziehbare Gründe entgegen, so wird über eine anderweitige Verwendung angemessen entschieden und öffentlich berichtet. Wir ergreifen geeignete Maßnahmen, um das Auftreten von Korruption bei der Mittelverwendung zu verhindern.

2. Wirtschaftliche und sparsame Mittelverwendung

Wir tätigen keine unverhältnismäßig hohen Ausgaben und gehen, soweit im Vorhinein erkennbar, keine für uns wirtschaftlich nachteiligen Vereinbarungen ein. Vor größeren Auftragsvergaben und in angemessenen Abständen auch bei mehrjährigen Geschäftsbeziehungen werden Vergleichsangebote eingeholt. Wir prüfen in angemessener Weise die wirtschaftliche und sparsame Verwendung der von uns selbst eingesetzten oder an Dritte weitergeleiteten Mittel.

3. Wirksame Mittelverwendung

Wir überprüfen die Wirkungen unserer Aktivitäten und ziehen die dadurch gewonnenen Erkenntnisse zur Steuerung des künftigen Mitteleinsatzes heran.

VII Transparenz

Wir legen gegenüber unterstützenden Personen, der Öffentlichkeit, den Medien und gesetzlichen Institutionen offen, woher wir unsere Einnahmen beziehen und in welchen Proportionen die jeweiligen Gelder für die verschiedenen Aktivitäten – einschließlich Fundraising – verwandt werden. Auf unserer Website, in unserem Jahresbericht und vielen weiteren Medien berichten wir offen und umfassend über unsere Arbeit, Strukturen und Finanzen. Anfragen und Beschwerden beantworten wir zeitnah und sachgerecht. Wir legen dem DZI alle Unterlagen vor und erteilen ihm alle Auskünfte, die es ermöglichen, die Einhaltung der Spenden-Siegel-Standards zu prüfen.

VIII Ablehnung von Spenden- und Sponsorengeldern

Wir nehmen weder Spenden an, die die Ziele, Unabhängigkeit, Gemeinnützigkeit, Werte oder Integrität der Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe beeinträchtigen könnten, noch bemühen wir uns um solche Gelder. Wir behalten uns das Recht vor, jede Spende und jedes avisierte Sponsoring abzulehnen, wenn dadurch eines der vorgenannten Schutzgüter der Stiftung geschädigt oder gefährdet werden könnte. Alle avisierten Sponsorenverträge unterlaufen einer internen Überprüfung, durch die wir uns versichern, dass die Annahme von Sponsorengeldern nicht gegen die Grundsätze der Stiftung und gegen diese Richtlinien verstößt.