

Pressemitteilung

Berlin, den 27. November 2015

Black Friday? Cyber Monday? #GivingTuesday!

DZI veröffentlicht Spendenmagazin 2015 und unterstützt den #GivingTuesday am 1.12.2015

Das Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) unterstützt den **#GivingTuesday** am Dienstag, dem 1.12.2015, und hat dazu jetzt das „Spendenmagazin 2015“ veröffentlicht. Es informiert auf 32 Seiten mit spannenden Reportagen, Hintergrundberichten, Interviews, Nachrichten und vielen Tipps darüber, wo und wie Spenden wirksam werden. Das Spendenmagazin enthält auch die aktuelle Liste mit Namen und Internetadressen aller 232 Organisationen, die als Zeichen besonderer Förderungswürdigkeit das DZI Spenden-Siegel tragen. Die E-Paper-Version des Spendenmagazins kann unter www.dzi.de abgerufen werden. Gedruckt liegt das Magazin am 1. Dezember der Süddeutschen Zeitung (Raum München), der Tageszeitung Die Welt (Raum Hamburg) und dem Tagesspiegel aus Berlin bei. Das Heft kann auch kostenfrei beim DZI bestellt werden.

„Die Vorweihnachtszeit ist traditionell auch die Jahreszeit, in der besonders viel gespendet und um Spenden gebeten wird. Der Giving Tuesday bietet zu Beginn der Adventszeit eine sehr gute Möglichkeit, den vielen Organisationen und Initiativen Aufmerksamkeit zu verschaffen, in denen Engagement, Ideen und Spenden von Millionen Menschen in nahezu allen Bereichen unserer Gesellschaft Gutes bewirken“, sagt Burkhard Wilke, Geschäftsführer und wissenschaftlicher Leiter des DZI. Mit der Veröffentlichung des Spendenmagazins 2015 und den vielfältigen Informationsangeboten seiner Spenderberatung (www.dzi.de/spenderberatung) will das DZI die Entscheidung zum Spenden leichter und sicherer machen. Es möchte dadurch auch solche Menschen zum Spenden motivieren, die bisher zögerlich sind und Bedenken haben, ob ihr Geld auch wirksam verwendet wird.

Zum Hintergrund des #GivingTuesday: Die Tage nach Thanksgiving, dem in Nordamerika als Familienfest zelebrierten Erntedank, haben sich in den USA und Kanada immer mehr zum Konsumfest entwickelt. Am „Black Friday“, dem Freitag nach Thanksgiving, lockt der traditionelle Einzelhandel mit Rabatten und Sonderaktionen, und nach dem Wochenende erzielt der Online-Handel dann mit dem „Cyber Monday“ inzwischen Umsatzrekorde. Seit 2012 rufen nun gemeinnützige Organisationen in den USA, Kanada und einer immer größer werdenden Zahl weiterer Länder dazu auf, am ersten Dienstag nach Thanksgiving gemeinsam den #GivingTuesday zu feiern, einen Tag zum Helfen, Schenken, Spenden und Teilen. Am Dienstag, dem 1. Dezember 2015, wird der #GivingTuesday erstmals auch in Deutschland gefeiert.

Pressekontakt:

Burkhard Wilke, Geschäftsführer und Wissenschaftlicher Leiter
Tel. 030-839001-11 und 0176-8410 5240

Allgemeine Informationen zum DZI

- Das 1893 gegründete Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) ist ein unabhängiges wissenschaftliches Dokumentationszentrum für die Theorie und Praxis der sozialen Arbeit. Als Stiftung bürgerlichen Rechts wird es getragen vom Senat von Berlin, dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag, dem Deutschen Städtetag und der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege e.V.
- Seit 1906 dokumentiert das DZI Spenden sammelnde Organisationen, wertet deren Tätigkeit und gibt Auskünfte an potentielle Spender, Behörden, Unternehmen, die Presse und andere. Die DZI Spenderberatung dokumentiert rund 1.000 Spendenorganisationen aus den Bereichen Soziales, Umwelt und Naturschutz. Neben neutralen Auskünften sowie den detaillierten Portraits aller Spenden-Siegel-Organisationen veröffentlicht das DZI unter der Rubrik „Das DZI rät ab“ auch negative Einschätzungen und Warnungen zu konkret benannten Organisationen.
- Seit 1992 vergibt das DZI im Rahmen der Spenderberatung auf Antrag und nach umfassender Prüfung das Spenden-Siegel an gemeinnützige Organisationen, die überregional Spenden sammeln. Die Prüfungen werden von sieben wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern durchgeführt, bei denen es sich überwiegend um Wirtschaftswissenschaftler handelt, und die dabei von vier weiteren Sachbearbeiterinnen und Sachbearbeitern unterstützt werden.



Die 7 wichtigsten DZI-Tipps für Spender

1. *Spenden vertragen keinen Druck*

Lassen Sie sich nicht unter Druck setzen – weder durch Werbende an der Haustür oder auf der Straße, noch durch gedruckte Spendenwerbung. Denn Spenden und Fördermitgliedschaften sind freiwillige Leistungen, zu denen niemand überredet, genötigt oder gar gezwungen werden sollte. Stark Mitleid erweckende und gefühlsbetonte Werbung ist ein Kennzeichen unseriöser Organisationen.

2. *Gezielt spenden*

Konzentrieren Sie Ihre Spenden auf wenige Organisationen. Das erleichtert Ihnen die Seriositätsprüfung und mindert den Werbe- und Verwaltungsaufwand der Organisationen. Wer vielen Hilfswerken spendet, wird von all diesen Organisationen als „aktiver Spender“ registriert und umso mehr Werbung erhalten.

3. *Übertriebene Dringlichkeit*

Misstrauen Sie übertrieben dringlichen Spendenaufrufen. Seriöse Hilfswerke haben für Not- und Katastrophenfälle vorgesorgt und können die erste Hilfe ohne Rücksicht auf den Spendeneingang starten. Die Spenden sind dann wichtig, um weitergehende Maßnahmen zu finanzieren und die Katastrophenmittel wieder aufzufüllen.

4. *Informiert spenden*

Spenden Sie überlegt, nicht impulsiv. Die Zahl der Spendenorganisationen und die Intensität der Spendenwerbung nehmen ständig zu. Umso überlegter sollten Spendende entscheiden, welchen Zweck und welche Organisationen sie unterstützen. Informieren Sie sich im Internet, erbitten Sie Jahresberichte oder Projektbeschreibungen. Diese sollten verständlich, sachlich und informativ sein. Im Zweifel hilft Ihnen die Einschätzung des DZI.

5. *Kein Rücktrittsrecht*

Inwieweit Fördermitgliedschaften in gemeinnützigen Organisationen, die im Rahmen persönlicher Werbegespräche abgeschlossen werden, nach dem Widerrufsrecht bei Haustürgeschäften (§§ 312, 355 BGB) widerrufen werden können, hängt vom Einzelfall ab. Unter das Widerrufsrecht fallen insbesondere Mitgliedschaften in Organisationen, die ihren Mitgliedern einen Zugang zu bestimmten Leistungen vermitteln (z.B. Automobilclubs). Vermittelt die Organisation ihren Mitgliedern keine individuellen Leistungen, dürfte einem Neumitglied, kein Widerrufsrecht zustehen. Informieren Sie sich deshalb vorher über die in der Satzung festgelegten Kündigungsfristen.

6. *Geldspenden sind besser als Sachspenden*

Geldmittel können von den Hilfswerken flexibler und effizienter eingesetzt werden als Sachspenden. Teure Transportwege entfallen, viele Produkte können billiger vor Ort gekauft werden und stärken außerdem die Wirtschaft am Zielort. Sachspenden sind dann empfehlenswert, wenn seriöse Organisationen gezielt um sie bitten.

7. *Der Vorteil „freier“ Spenden*

Zweckgebundene Spenden sollten die Ausnahme bleiben. Sie sind nur als Ergänzung, nicht als Ersatz ungebundener Spenden sinnvoll. Denn sie engen den Entscheidungsspielraum der Hilfswerke stark ein, verursachen zusätzlichen Verwaltungs- und Werbeaufwand und benachteiligen für zweckgebundene Werbung nicht geeignete Hilfszwecke.