

Verbands-Management (VM)

Fachzeitschrift für Verbands- und Nonprofit-Management



VM 2/19

Laura Mittermayr und Sandra Stötzer

Spendensiegel als Orientierungs- und Entscheidungshilfe?

Verbands-Management, 45. Jahrgang, Ausgabe 2 (2019), S. 52-59.

Herausgeber: Verbandsmanagement Institut (VMI)
Universität Freiburg/CH (www.vmi.ch)
Redaktion: Luisa Wagenhöfer
Layout: Luisa Wagenhöfer / Paulusdruckerei, Freiburg/CH
Fotomaterial: Thema «Dynamik»: istockphoto.com
ISBN: 978-3-909437-55-9
ISSN: 1424-9189
Kontakt: info@vmi.ch

Die Zeitschrift VM erscheint dreimal jährlich in den Monaten April, August und November.

Abdruck und Vervielfältigung von Artikeln und Bildern, auch auszugsweise oder in Abschnitten, nur mit Genehmigung des Herausgebers.



**UNI
FR**
UNIVERSITÉ DE FRIBOURG
UNIVERSITÄT FREIBURG

Forschungsbeitrag

Spendensiegel als Orientierungs- und Entscheidungshilfe?

Laura Mittermayr und Sandra Stötzer

Spendengütesiegel gelten als vertrauensbildende Massnahme mit hoher Praxisrelevanz. Sie sollen Seriosität, Professionalität sowie eine zweckgerechte und effiziente Mittelverwendung von spendensammelnden Organisationen belegen. Im zunehmend umkämpften Spendenmarkt wollen solche Gütezeichen dadurch eine Orientierungs- und Entscheidungshilfe für (potentielle) Unterstützer bieten. Der Beitrag beleuchtet am Beispiel des Österreichischen Spendengütesiegels und auf Basis einer Befragung von sowohl Spendern als auch Nicht-Spendern, ob dieser Anspruch eingelöst werden kann.

Nonprofit-Organisationen (NPO) und insbesondere spendensammelnde NPO sind seit geraumer Zeit mit vermehrten Forderungen nach Transparenz, Professionalität und Rechenschaftslegung konfrontiert. Zu diesem generellen Trend trugen nicht zuletzt vereinzelte «Spendenskandale» bei, welche bei vielen (potentiellen) Unterstützern Verunsicherung erzeugen und Vertrauen zerstören. Mögliche Massnahmen zur Generierung oder Erhöhung von Vertrauen, das als wesentliche Einflussgrösse für die Spenderbindung gilt, inkludieren neben einer adressatengerechten Rechnungslegung und Berichterstattung auch (idR freiwillige) Zertifizierungen wie Spendengütesiegel.¹ Solche Gütezeichen für spendensammelnde Organisationen sind ein extrinsisches Qualitätssignal. Sie sollen auf Basis einer Prüfung von Siegelstandards einen verantwortungsvollen und seriösen Umgang mit Spendengeldern bescheinigen, Informationsasymmetrien und Transaktionskosten reduzieren und Unterstützern als Orientierungs- und Entscheidungshilfe dienen.²

Spendensiegel sind meist national orientiert und finden sich in vielen Ländern. Im deutschsprachigen Raum sind für die Schweiz das bereits seit 1942 verliehene Spendensiegel der Schweizerischen Zertifizierungsstelle für gemeinnützige, Spenden sammelnde Organisationen (ZEWÖ) und das (seit 1990 vergebene)

ne) Gütesiegel der Schweizerischen Evangelischen Allianz (SEA) zu nennen. In Deutschland gilt das 1992 eingeführte Siegel des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI) als wichtigstes Gütezeichen für Spendenorganisationen. Zudem vergeben der 1993 gegründete Deutsche Spendenrat (DSR) ein Logo und die Deutsche Evangelische Allianz (DEA) ein Prüfsertifikat, welche ebenfalls auf Basis von Selbstverpflichtungserklärungen Seriosität signalisieren und Vertrauen schaffen sollen. In Österreich hat das Österreichische Spendengütesiegel (OSGS), welches 2001 durch einen Kooperationsvertrag von sechs NPO-Dachverbänden mit der Kammer der Wirtschaftstreuhänder (KWT) initiiert wurde, bislang eine Alleinstellung.³

Die (relativ überschaubare) Literatur zu Spendengütesiegeln⁴ sowie praxisorientierte Veröffentlichungen gehen überwiegend davon aus, dass das Tragen solcher Gütezeichen für NPO vorteilhaft sei und diese von Spendern als Entscheidungskriterium bei der Auswahl zu unterstützender Organisationen genutzt würden. So führt bspw. der Fundraising Verband Austria (FVA) in seinem Spendenbericht für das Jahr 2017 aus: «Mit seiner hohen Bekanntheit hat sich das Spendengütesiegel als wichtige Entscheidungshilfe etabliert: 30 % aller SpenderInnen geben heute an, vorwiegend Organisationen mit dem Gütesiegel zu unterstützen.»⁵ Aus den FVA-Berichten können keine Schlüsse auf die dabei befragten Personen oder die Art und Weise des Einflusses des OSGS auf das Spenderverhalten gezogen werden. Dies gilt auch für ein Statement auf der OSGS-Homepage, wonach die externe Prüfung Vertrauen und Glaubwürdigkeit erhöhe und dadurch «das OSGS eine bessere Entscheidungsgrundlage für potenzielle SpenderInnen, SubventionsgeberInnen und FirmenspenderInnen (40 % der SpenderInnen spenden bevorzugt an OSGS NPO)»⁶ biete. Auch in der österreichischen Spendenstudie von Neumayr und Schober⁷ wird der Umstand, dass eine NPO

über das Spendengütesiegel verfügt, als eines von neun Kriterien privater Spender für deren Entscheidung, an welche Organisation sie spenden, angeführt. Dabei war das OSGS aber nur für 6 % der wichtigsten (an erster Stelle gereihte) Faktor. Die grösste Bedeutung hatten in dieser Studie die Kriterien Bekanntheitsgrad, Transparenz und Vertrauen. Ferner wurde in einer Befragung von österreichischen und Schweizer NPO zum Einfluss von Rechenschaftslegung auf die Ressourcenmobilisierung festgestellt, dass 78 % der antwortenden NPO (voll und ganz oder eher) der Ansicht sind, dass die Mehrheit der Spender in ihrem Land Spendensiegel für eine positive Spendenentscheidung heranziehe.⁸

Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel dieses Beitrages, den Stellenwert des OSGS als Orientierungs- und Entscheidungshilfe für (potentielle) Spender näher zu beleuchten. Hierfür werden im Folgenden zum einen die Merkmale, Zielsetzungen und das Selbstverständnis des OSGS skizziert, und zum anderen die Ergebnisse einer mündlichen Befragung von 200 Personen in Oberösterreich⁹ präsentiert. Dabei wurden neben dem Bekanntheitsgrad des Siegels die Erwartungen der oberösterreichischen Bevölkerung (Spender und Nicht-Spender) an das OSGS und dessen Stellenwert als Orientierungs- und Entscheidungshilfe ergründet.

Das Österreichische Spendengütesiegel (OSGS)

Das OSGS wird aktuell (Stand: September 2018) von 266 NPO geführt.¹⁰ Das Selbstverständnis des Siegels kommt in dem Leitspruch «Damit Ihre Spende sicher ankommt» zum Ausdruck. Dies werde durch jährlich erfolgende, «strenge und umfangreiche» Überprüfungen bzw. Kontrollen durch Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer und die Selbstverpflichtung der Siegelträger zu Transparenz gewährleistet.¹¹ Die auf Antrag der jeweiligen NPO erfolgende Prüfung basiert auf 34 Kriterien, die im Kooperationsvertrag festgehalten sind und folgende Prüfbereiche betreffen: Ordnungsmässigkeit der Rechnungslegung; internes Kontrollsystem; satzungs- und widmungsgemässe (d. h. den Werbemassnahmen entsprechende) Spendenmittelverwendung; Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit; Finanzpolitik bei der Spendenverwendung; Personalwesen; Lauterkeit der Werbung und Verantwortlich-

keitsregelung für ethisches Spendenwerben.¹² Die mit dem OSGS verbundenen Kosten umfassen einerseits die individuellen Kosten für den Wirtschaftsprüfer bzw. Steuerberater (idR 2 500-7 000 Euro) und andererseits eine Bearbeitungsgebühr (85 Euro bei Spendeneinnahmen unter 100 000 Euro bzw. 228 Euro bei höheren Spendeneinnahmen). Zudem wird ein zweckgewidmeter Werbekostenbeitrag (50 Euro p. a.) eingehoben.¹³

Der FVA, welcher als einer von sechs NPO-Dachverbänden den Kooperationsvertrag über die Vergabe des Spendengütesiegels mit der KWT abgeschlossen hat, nennt im Spendenbericht 2017 als Vorteile des OSGS für Spender einen widmungsgemässen Spendenmitteleinsatz, Transparenz, jährliche strenge Kontrollen, Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit sowie korrekte und ethische Spendenwerbung. Durch «strenge Qualitätsstandards» würde das OSGS «seit 2001 geprüfte Spendensicherheit» garantieren.¹⁴ Auf der OSGS-Homepage werden diverse Gründe angeführt, das Siegel zu beantragen; so würden NPO u. a. von folgenden Vorteilen profitieren: «erhöhtem Vertrauen und Glaubwürdigkeit (...) Unterstützung für Ihr Fundraising und Marketing (...) gemeinsamen öffentlichkeitswirksamen Kommunikationsmaßnahmen (...) einem starken Namen und einer bekannten Marke (...) weniger Spendenskandalen seit der Einführung des OSGS.»¹⁵

Von den 150 grössten spendensammelnden Organisationen in Österreich tragen 74 % dieses Gütezeichen; von den 50 grössten tragen es 37.¹⁶ So trägt etwa das Rote Kreuz, Österreichs grösste Spendenorganisation, das OSGS nicht, wenngleich man die Kriterien des OSGS erfülle.¹⁷ Bei der zweitgrössten Organisation, der Caritas, führt zwar die Caritas Österreich das Siegel, nicht jedoch alle Landes- oder Bezirksorganisationen. So hält bspw. die Caritas Linz fest: «Mit unserer Finanzgebarung erfüllen wir die Kriterien des Spendengütesiegels (...). Die Caritas hat dieses (...) nicht beantragt, weil es zu wenig aussagekräftig ist – vor allem in Bezug auf die Qualität der geförderten Projekte.»¹⁸ Bei der Einführung im Jahr 2001 beantragten die fünf grössten NPO (Rotes Kreuz, Caritas, Hilfswerk, Volkshilfe und Diakonie) kein Siegel, da dieses Skandale (wie jenen um World Vision) nicht verhindern könne.¹⁹ Weitere Gründe, kein Siegel zu tragen, beziehen sich auf die Kosten der jährlichen Prüfung,

die in Relation zu den generierten Spenden zu hoch seien, und darauf, dass man keine Notwendigkeit dafür sehe.²⁰

Befragungsergebnisse

Da Gütesiegel im Allgemeinen als Orientierungs- und Entscheidungshilfe dienen (sollen),²¹ wurden die Auskunftspersonen zu Beginn nach ihrer generellen Einstellung gegenüber Gütesiegeln befragt: Auf die Frage: «Finden Sie Güte- und Prüfsiegel nützlich?» zeigte sich, dass die Befragten Gütesiegeln positiv gegenüber stehen. Mehr als zwei Drittel erachten diese als sehr nützlich (72) oder nützlich (71). 44 Personen wählten die Mitte der 5-stufigen Skala, die restlichen 12 Personen äusserten (stark) ablehnende Meinungen (Mittelwert: 2,0). Hinsichtlich der Frage: «Haben Sie Vertrauen in Gütesiegel?» ergibt sich ein Mittelwert von 2,6, wobei 26 Personen grosses und 71 Personen eher Vertrauen in Gütesiegel haben, während 70 Befragte hier unentschieden waren und sich 23 eher und 9 Personen stark ablehnend positionierten. Insgesamt nimmt also eine Mehrheit der befragten Oberösterreicher Gütezeichen als nützlich wahr und auch das Vertrauen in solche liegt insgesamt im positiven Bereich, wenngleich dieses noch ausbaufähig erscheint.

Bekanntheitsgrad und wofür steht das OSGS

Auf die Frage «Kennen Sie das Österreichische Spendengütesiegel?», antworteten 25 % der 200 Auskunftspersonen mit «ja» und 75 % mit «nein». Es zeigten sich keine signifikanten Unterschiede hinsichtlich der Herkunftsregion, des Alters oder Geschlechts der Befragten. Eine Mehrheit von beiden Gruppen (also jenen, die das OSGS kennen (50 Personen), sowie jenen, die es nicht kennen (150 Personen)), antworteten auf die (offene) Frage: «Was sagt das Spendengütesiegel für Sie aus?» bzw. «Was glauben Sie, was das Spendengütesiegel aussagt bzw. aussagen soll?» mit dem Aspekt, dass die Spende dort ankommt, wo dies versprochen wurde (50 % bzw. 59,3 %). Diese gängigste Antwort verweist auf das verbreitete Bedürfnis von Spendern zu wissen, ob ihre Unterstützung «ankommt», also ob die Mittel, die sie einer NPO anvertrauen, wirklich das gewünschte bzw. zugesagte Ziel erreichen und somit dem «guten Zweck» zugutekommen.²² Abbildung 1 bietet einen Überblick über das Antwortverhalten beider Gruppen (Mehrfachantworten waren möglich). Es zeigt sich, dass deren Einschätzungen relativ ähnlich sind und es folglich keine gravierenden Unterschiede zu geben scheint bei den Meinungen, wofür ein Spendengütesiegel steht, unabhängig davon, ob man das jeweilige Siegel kennt oder nicht.

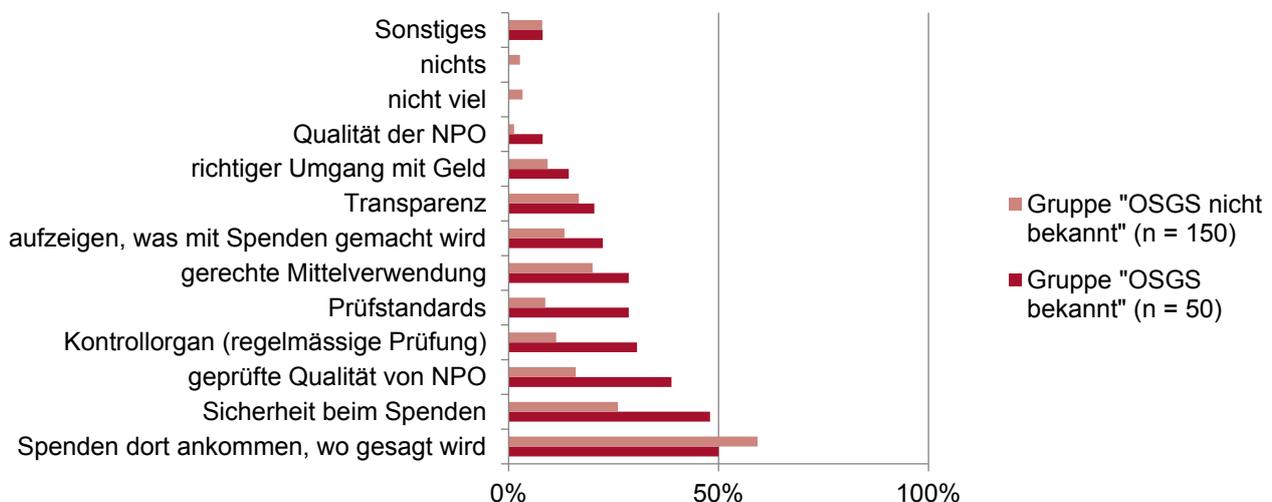


Abbildung 1: Was sagt das OSGS aus? (Quelle: eigene Darstellung)

Auf die Frage: «Kennen Sie Organisationen, welche das Österreichische Spendengütesiegel tragen?» wurden folgende Organisationen mehrfach genannt (neben diversen Einzelnennungen): Rotes Kreuz (13 Nennungen), Caritas (12x), SOS-Kinderdorf (8x), WWF (3x), Diakonie (3x), World Vision (2x), Österreichische Krebshilfe (2x). Da die am häufigsten genannten NPO (Rotes Kreuz und Caritas) das OSGS nicht oder nur teilweise tragen, ist zu vermuten, dass viele Personen keine dezidierte Kenntnis davon haben, welche NPO das OSGS tragen, sondern hier primär grosse und bekannte Organisationen nannten, da sie davon ausgehen, dass diese das Siegel tragen würden.

Wahrnehmung von Werbemassnahmen

Bezüglich der kommunikationspolitischen Aktivitäten rund um das OSGS antworteten 91,5 % der 200 Befragten auf die Frage: «Haben Sie schon Werbemassnahmen des Österreichischen Spendengütesiegels wahrgenommen?» mit «nein». Somit scheinen sowohl die Massnahmen des Siegelherausgebers als auch jene der Siegelträger nur in geringem Masse wahrgenommen zu werden. Jene Personen, die mit «ja» antworteten, nahmen primär TV-Werbung (v. a. Licht ins Dunkel) und Informationen auf Erlagscheinen bewusst wahr.

Auf die Frage: «Welche Marketingaktivitäten würden Sie sich wünschen, um auf das Gütesiegel aufmerksam zu werden?», wurden diverse Instrumente genannt, z. B. Zeitungsberichte (32,5 % aller Nennungen), Werbespots des OSGS (29 %), Radioeinschaltungen (18 %) oder Plakate (17,5 %). Hervorzuheben ist, dass einige Personen dezidiert darauf hinwiesen, dass sie keinerlei Werbeaktivitäten wünschen, damit die Spendengelder für die missionsorientierte Arbeit eingesetzt werden.

Erwartungen an das OSGS

Hierzu wurde folgende offene Frage gestellt: «Welche Eigenschaften müssen Ihrer Meinung nach Organisationen erfüllen, um das Spendengütesiegel tragen zu dürfen?» Abbildung 2 fasst die Antworten der Befragten zusammen (erneut waren Mehrfachantworten möglich).

Es zeigt sich, dass die Offenlegung des Spendenweges (45,5 %) und dass die Spendengelder dafür verwendet werden, wofür sie gedacht sind (29 %), sowie Transparenz (27,5 %) und die Bereitschaft, sich prüfen zu lassen (25,5 %), jene Eigenschaften darstellen, welche die Befragten von NPO am häufigsten erwarten, wenn sie das OSGS tragen. Auch Offenheit bezüglich des (Verwaltungs- und Fundraising-)Aufwands wird von vielen Auskunftspersonen erwartet.

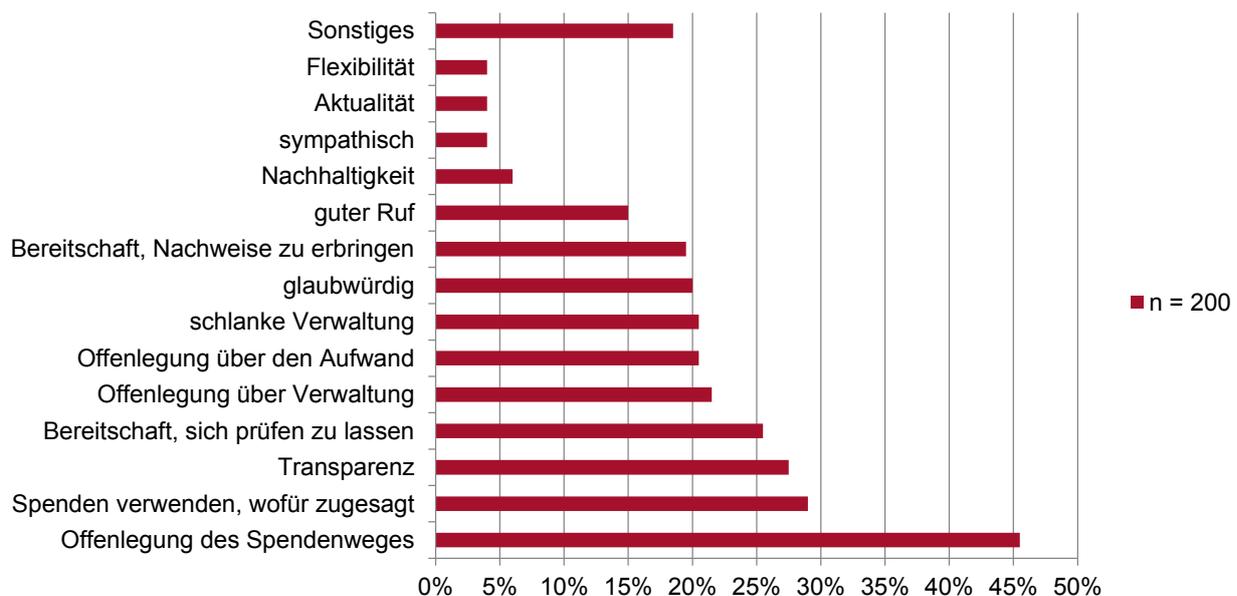


Abbildung 2: Erwartete Eigenschaften von Siegelträgern (Quelle: eigene Darstellung)

OSGS als Orientierungs- und Entscheidungshilfe?

Um den Stellenwert des OSGS für individuelle Spendenentscheidungen zu eruieren, wurden mehrere (primär) geschlossene Fragen gestellt. So zeigte sich bei der Frage «Haben Sie schon einmal an eine Organisation, welche das Österreichische Spendengütesiegel trägt, gespendet?», dass die Mehrzahl (66 %) dies nicht weiss; 16 % antworteten mit «ja» und 19 % mit «nein». Jenen 34 Personen, die bereits wissentlich an NPO mit dem OSGS gespendet haben, wurde die Frage gestellt: «Hat das Österreichische Spendengütesiegel dazu beigetragen, dass Sie sich für eine bestimmte Organisation entschieden haben?» 53 % (18 Personen) bejahten dies, während die restlichen 47 % äusserten, dass das Siegel keine Rolle für ihre Unterstützungsentscheidung spielte. Auf die ergänzende Frage: «Warum hat es dazu beigetragen?», wurden folgende Gründe genannt: das OSGS vermittele mehr Vertrauen und gäbe den Spendern dadurch ein sichereres Gefühl; das OSGS vermittele die Gewissheit, dass die Spende dort ankomme, wo sie gebraucht wird; mehr Informationen und Transparenz. Insgesamt lässt sich somit festhalten, dass bei dieser Befragung 9 % (18 von 200 Personen) angaben, dass das OSGS ihre Spendenentscheidung zugunsten einer NPO beeinflusst habe.

Ergänzend wurden die Einstellungen zum OSGS durch eine Bewertung folgender Aussagen näher er-

gründet (Bewertung anhand einer 5-stufigen Skala; 1: trifft sehr zu; 5: trifft nicht zu):

- «Ich vertraue Organisationen mehr, wenn sie das Gütesiegel tragen, als wenn sie es nicht tragen.»
- «Ich finde/fände Spendengütesiegel nützlich bei meiner Spendenentscheidung.»
- «Ich empfinde ein solches Spendengütesiegel als wichtig.»

Dabei zeigte sich, dass die 198 Personen, welche diese Frage beurteilten, im Mittel eher positive Einstellungen gegenüber dem OSGS äusserten. Am positivsten wurde die letzte Aussage zur Wichtigkeit eines solchen Siegels bewertet (Mittelwert 1,8), während die Nützlichkeit für die Spendenentscheidung am geringsten eingeschätzt wurde (Mittelwert 2,2). Der Aspekt des Vertrauens durch das OSGS erzielte einen Mittelwert von 2,1. Dabei zeigte ein t-Test, dass das Geschlecht hierauf einen Einfluss hat: Männer schenken demnach Organisationen mehr Vertrauen, wenn sie das OSGS tragen, als Frauen. Beim Alter konnte eine Varianzanalyse dagegen keine Unterschiede feststellen.

Auch die Spendenhöhe und -regelmässigkeit wurden abgefragt. Stellt man die Regelmässigkeit der Kenntnis des OSGS (bekannt oder nicht bekannt) gegenüber, zeigt sich, dass Personen, die das Gütesiegel kennen, regelmässiger spenden als jene, die es nicht kennen (siehe Tabelle).²³ Hinsichtlich der Spendenhöhe (164 Personen gaben darüber Auskunft) zeigte sich da-



NonproCons

Neue Wege
für Nonprofit-Organisationen

Wir sind für alle Nonprofit-Organisationen ein kompetenter und vertrauensvoller Partner in den zentralen Fragen des Managements einer Organisation – von der Gründung bis zur Liquidation und von der Strategie bis zum Reglement.

Ein Beispiel aus unserer aktuellen Arbeit: Ein bedeutendes Forschungsinstitut im Gesundheitswesen will sich neu den Spendenmarkt erschliessen. Das braucht eine Fundraising-Strategie und eine komplette Neuorientierung des Vereins in Kultur, Organisation und Finanzen. NonproCons bringt in allen Bereichen das Fachwissen ein und begleitet den Prozess.



Stiftungs- und Vereinsmanagement
Fundraising
NPO-Finanzmanagement

NonproCons AG
Rittergasse 35 • 4051 Basel
Telefon +41 61 278 93 93
www.nonprocons.ch



gegen kein signifikanter Zusammenhang mit der Kenntnis des OSGS. Zudem konnte bei beiden Aspekten (Regelmässigkeit und Höhe) kein Einfluss des Geschlechts festgestellt werden. Am häufigsten unterstützen die (164 auskunftsbereiten) Befragten das Rote Kreuz, die Freiwillige Feuerwehr, die Dreikönigsaktion, örtlich ansässige Vereine, die Caritas und die Kinderkrebshilfe. Bei den Spendenzwecken decken sich die Prioritäten der Befragten mit den in der Literatur gängigen «Klassikern» wie der (regionalen und internationalen) Katastrophenhilfe, Kindern, (Krebs-)Kranken und Tieren.

Schlussfolgerungen

Angesichts des Bestehens des OSGS seit dem Jahr 2001 und der seither auf 266 NPO angewachsenen Zahl an Siegelträgern erscheint das Ergebnis, dass nur 25 % der Befragten das OSGS kannten, überraschend niedrig. Dass das OSGS und der FVA dem Siegel eine «hohe Bekanntheit» zuschreiben bzw. von einer «bekannten Marke» sprechen und «öffentlichkeitswirksame Kommunikationsmassnahmen» bewerben, kann somit nur bedingt nachvollzogen werden. Hinsichtlich der Aussagen seitens des FVA bzw. OSGS, dass 30 % bzw. 40 % der Unterstützer bevorzugt an NPO mit dem Gütesiegel spenden, ist nicht bekannt, ob dabei nur Spender befragt wurden. In der hier präsentierten Studie bejahte knapp die Hälfte jener 34 Personen, die das OSGS kennen, dass das Siegel ihre Spendenentscheidung zugunsten einer bestimmten NPO beeinflusste. Insgesamt entsprechen diese 18 Personen jedoch lediglich 9 % aller 200 Auskunftspersonen, welche sowohl Spender als auch Nicht-Spender inkludieren. Dies legt den Schluss nahe, dass der Anspruch, als Orientierungs- bzw. Entscheidungshilfe zu fungieren, bislang nicht umfassend verwirklicht werden konnte.

Berücksichtigt man die eruierten Erwartungen der Befragten (vgl. Abb. 2), den Umstand, dass einige der grössten und bekanntesten Spendenorganisation bewusst kein Siegel führen, jedoch viele Befragte irrüm-

lich davon ausgingen, sowie die Ergebnisse der Spendenstudie von Neumayr und Schober, so liegt der Schluss nahe, dass der Stellenwert des OSGS bei Spendenentscheidungen gering sein dürfte. Der jeweilige Bekanntheitsgrad, das Image und Vertrauen in eine bestimmte NPO sowie die subjektiv wahrgenommene Transparenz scheinen relevantere Entscheidungskriterien für viele Unterstützer zu sein. Dennoch soll damit nicht pauschal gesagt werden, dass sich eine Investition in ein solches Siegel nicht trotzdem lohnen könne. So sind insbesondere etwaige «Umwegrentabilitäten» bzw. indirekte Nutzenaspekte des Siegels auf die Ressourcenmobilisierung und Imagebildung schwer fassbar. Zudem zeigen auch die Befragungsergebnisse, dass die Einstellung gegenüber Gütezeichen insgesamt positiv ist und das OSGS vielen Menschen ein gutes Gefühl zu vermitteln scheint. Diese Basis könnte stärker genutzt und ausgebaut werden, indem der Bekanntheitsgrad des Siegels durch intensivierete kommunikationspolitische Aktivitäten gezielt erhöht wird. Dabei wäre aber darauf zu achten, dass dies mit möglichst geringen Kosten verbunden ist, um keine (potentiellen) Spender zu verärgern, bei welchen der Eindruck entstehen könnte, dass hier Spendengelder «zweckentfremdet» werden.

Es ist zu bedenken, dass es sich beim OSGS um ein noch relativ junges Gütesiegel handelt. Insofern können die Ergebnisse dieser Befragung nicht auf andere (teils deutlich länger bestehende) Siegel und Länder übertragen werden. Nichtsdestotrotz scheinen viele (potentielle) Spender solchen Gütezeichen teilweise überhöhte Erwartungen entgegenzubringen. Die Ziele von Spendengütesiegeln (idR Vertrauen und Spendenvolumen erhöhen, Transparenz demonstrieren sowie eine effiziente und effektive Mittelverwendung garantieren)²⁴ decken sich bei den meisten dieser Gütezeichen und entsprechen teilweise auch den eruierten Erwartungen der Befragten. Unabhängig vom (ggf. in naher Zukunft stark steigenden) Bekanntheitsgrad, können jedoch manche dieser Erwartungen,

Tabelle: Spendenregelmässigkeit nach Kenntnis des OSGS (Quelle: eigene Darstellung)

		Spendenregelmässigkeit					
		wöchentlich	1x im Monat	mehrmals im Jahr	1x im Jahr	nie	gesamt
Kenntnis OSGS	ja (n=50)	0 %	8 %	60 %	30 %	2 %	100 %
	nein (n=150)	2 %	15 %	31 %	29 %	23 %	100 %

ebenso wie einige der kommunizierten Ziele bzw. Vorteile des OSGS, in realiter nicht erfüllt werden. So können etwa die Qualität und Effektivität der Arbeit von NPO bzw. die Wirksamkeit ihrer Zweckverwirklichung im Zuge einer Prüfung des organisatorischen Rahmens, der Ordnungsmässigkeit der Rechnungslegung, des satzungsgemässen Mitteleinsatzes und der Einhaltung ethischer Grundsätze nicht beurteilt werden. Zudem kann kein Siegel Skandale vollständig verhindern.²⁵

Nach Ansicht der Verfasserinnen sollten somit sowohl die Herausgeber als auch Träger des OSGS und anderer Gütezeichen bedenken, dass ihre Informations- und Kommunikationspolitik teilweise als «Wohlfühl-Rhetorik» erscheint und unrealistische, überhöhte Erwartungshaltungen gegenüber Siegeln schüren kann. So sind etwa der Leitspruch «Damit Ihre Spende sicher ankommt» oder die Aussage, dass es seit der OSGS-Einführung «weniger Spendenskandale» gäbe, letztlich nicht einlösbare Versprechen, da dies nicht garantiert werden kann. Ein Grossteil der Befragten dürfte sich jedoch auf solche Zusagen verlassen (wollen). Somit könnte ein neuer (letztlich durch kein Siegel der Welt zu verhindernder) «Spendenskandal» zu einer starken Desillusionierung solcher Erwartungen führen, wodurch solche «Zeichen für Vertrauen» dann wohl mehr beschädigt würden, als wenn man deren Grenzen von Beginn an klar kommuniziert hätte.

Fussnoten

- ¹ Gmür/Ziegerer 2013, S. 281ff, Naskrent 2013, S. 271ff, Stötzer 2009, S. 3ff.
- ² Haenraets/Ingwald/Haselhoff 2012, S. 149, Neundlinger/Stötzer 2014, S. 44, Theuvsen 2012, S. 9f.
- ³ Neundlinger/Stötzer 2014, S. 44ff.
- ⁴ Für einen Überblick vgl. z. B. Krönes 2013, Neundlinger/Stötzer 2014, Stötzer 2012 oder Wilke 2004.
- ⁵ FVA 2017, S. 18. In älteren Spendenberichten wird das OSGS noch von einem höheren Anteil der Befragten als Spendenmotiv genannt (z. B. 33 % im Spendenbericht 2016 oder 38 % im Spendenbericht 2013; vgl. FVA 2016 und FVA 2013).
- ⁶ <https://www.osgs.at/10-gruende-das-spenden-guetesiegel-zu-be-antragen> (14.09.2018).
- ⁷ Neumayr/Schober 2008, S. 88.
- ⁸ Stötzer/Söllwagner 2015, S. 434f.
- ⁹ Dabei wurde auf Basis einer qualitativen Vorstudie (Leitfaden-Interviews mit neun Personen) ein standardisierter Fragebogen ent-

wickelt und eine mündliche Befragung von 200 Personen in Oberösterreich (50 % weiblich bzw. männlich) durchgeführt. Das Sampling basierte auf dem Quotenverfahren: anhand von Daten der Statistik Austria zur oberösterreichischen Bevölkerung inkl. ihrer Verteilung nach Bezirken (vgl. Statistik Austria 2018) wurden die Quotenmerkmale Geschlecht und Alter bei der nicht-zufälligen Auswahl der Befragten berücksichtigt. Beim Alter wurde die Eingrenzung vorgenommen, dass die Befragten zumindest 17 Jahre alt sein mussten. Die Befragung fand in allen Bezirkshauptstädten Oberösterreichs auf belebten (Stadt-)Plätzen statt, um sowohl urbane als auch ländliche Bevölkerungsgruppen zu erreichen, und erfolgte an verschiedenen Wochentagen zu unterschiedlichen Tageszeiten. Die Auswertung (mittels uni-, bi- und multivariaten Analyseverfahren) wurde durch das Statistikprogramm SPSS unterstützt (für Details siehe Mittermayr 2015).

- ¹⁰ <http://osgs.at> (14.09.2018).
- ¹¹ <https://www.osgs.at/wofuer-steht-das-spenden-guetesiegel> (14.09.2018).
- ¹² <https://www.osgs.at/pruef-bereiche-und-kriterien> (14.09.2018).
- ¹³ Bachler/Kramer 2010, <https://www.osgs.at/schritte-und-kosten-zum-spendenguetesiegel> (14.09.2018).
- ¹⁴ FVA 2017, S. 18.
- ¹⁵ <https://www.osgs.at/10-gruende-das-spenden-guetesiegel-zu-be-antragen> (14.09.2018).
- ¹⁶ FVA 2017, S. 18.
- ¹⁷ <https://www.rotekreuz.at/news/datum/2015/02/19/das-ooe-rote-kreuz-fragen-und-antworten> (18.09.2018).
- ¹⁸ <https://www.caritas-linz.at/spenden-helfen/spenden/spendenverwendung> (18.09.2018).
- ¹⁹ VKI (2001).
- ²⁰ Stötzer/Söllwagner 2015, S. 436.
- ²¹ Haenraets/Ingwald/Haselhoff 2012.
- ²² Stötzer/Söllwagner 2015, S. 428.
- ²³ Wenngleich ein Zusammenhang zwischen der Kenntnis des OSGS und der Spendenregelmässigkeit festgestellt werden konnte (Chi-Quadrat Wert: 0,001), handelt es sich nur um einen Zusammenhang mittlerer Stärke (Cramer's V: 0,32).
- ²⁴ Neundlinger/Stötzer 2014, S. 47.
- ²⁵ Bachler/Kramer 2010, Ensslen 2004, S. 217f, Mühlkamp 2000, S. 190ff, Stötzer 2012, S. 231f.

Literatur

- Bachler, M. & Kramer, A. (2010). *Spenden-Report: Wo Ihr Geld wirklich landet: 10 Organisationen im FORMAT-Check* (veröffentlicht am 13.12.2010). Trend. Wien. Besucht am 18.09.2018 auf <https://www.trend.at/wirtschaft/business/spenden-report-wo-ihr-geld-10-organisationen-format-check-283926>.
- Ensslen, C. (2004). Diskussionsbericht II. In: Walz, W. R. (Hrsg.), *Rechnungslegung und Transparenz im Dritten Sektor* (S. 215-218). Köln/Berlin/München.
- FVA – Fundraising Verband Austria (2013). *Spendenbericht 2013*. Wien. Besucht am 04.04.2014 auf <http://www.fundraising.at/LinkClick.aspx?fileticket=Ua7rQuLLYac%3d&tabid=421&language=de-DE>.

FVA – Fundraising Verband Austria (2016). *Spendenbericht 2016*. Wien. Besucht am 12.09.2018 auf <http://www.fundraising.at/LinkClick.aspx?fileticket=4TxpOitLv3o%3d&tabid=421&language=de-DE>.

FVA – Fundraising Verband Austria (2017). *Spendenbericht 2017*. Wien. Besucht am 12.09.2018 auf <http://www.fundraising.at/LinkClick.aspx?fileticket=VvP4l4d1NLk%3d&tabid=421&language=de-DE>.

Gmür, M. & Ziegerer, M. (2013). Einflussfaktoren der Fundraising-Effizienz. Worin unterscheiden sich effiziente von weniger effizienten Hilfswerken? In: Gmür, M., Schauer, R. & Theuvsen, L. (Hrsg.), *Performance Management in Nonprofit-Organisationen* (S. 281-291). Bern/Stuttgart/Wien.

Haenraets, U., Ingwald, J. & Haselhoff, V. (2012). Gütezeichen und ihre Wirkungsbeziehungen – ein Literaturüberblick. *der markt – International Journal of Marketing*, 51, S. 147-163.

Krönes, G. V. (2013). Spendensiegel auf dem Prüfstand. Eine Synopse von Spendensiegeln in Deutschland, Österreich und der Schweiz unter dem Aspekt von Aussagekraft und Praktikabilität. In: Gmür, M., Schauer, R. & Theuvsen, L. (Hrsg.), *Performance Management in Nonprofit-Organisationen* (S. 377-385). Bern/Stuttgart/Wien.

Mittermayr, L. (2015). *Der Stellenwert des Österreichischen Spendengütesiegels in der oberösterreichischen Bevölkerung. Eine empirische Untersuchung*. Diplomarbeit. Linz.

Mühlenkamp, N. (2000). *Externe Rechenschaftslegung und Berichterstattung spendenfinanzierter Organisationen*. Dissertation. Köln.

Naskrent, J. (2013). Förderung der Fundraising-Effektivität durch Erfolgsberichterstattung. Eine empirische Studie zu Erfolgsfaktoren des Spenderbindungsmanagement. In: Gmür, M., Schauer, R. & Theuvsen, L. (Hrsg.), *Performance Management in Nonprofit-Organisationen* (S. 271-280). Bern/Stuttgart/Wien.

Neumayr, M. & Schober, C. (2008). *Spendenstudie 2008. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung zum Spendenverhalten in Österreich*. Wien. Besucht am 16.04.2015 auf http://epub.wu.ac.at/3659/1/npo-institut_spendenstudie.pdf.

Neundlinger, M. & Stötzer, S. (2014). Spendensiegel im internationalen Vergleich. *Verbands-Management* 40(2), S. 44-51.

Statistik Austria (2018). *Bevölkerung nach Alter und Geschlecht*. Wien. Besucht am 17.09.2018 auf http://statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/bevoelkerungsstruktur/bevoelkerung_nach_alter_geschlecht/index.html.

Stötzer, S. (2009). *Stakeholder Performance Reporting von Nonprofit-Organisationen*. Wiesbaden.

Stötzer, S. (2012). Anforderungen zur Fundraising-Effizienz spendensammelnder NPO im deutschsprachigen Raum. In: Andessner, R. C. & Stötzer, S. (Hrsg.), *Pfade im Public und Nonprofit Management* (S. 213-259). Linz.

Stötzer, S. & Söllwagner, S. (2015). Einfluss von Rechenschaftslegung auf die Ressourcenmobilisierung von Spendenorganisationen. In: Andessner, R., Greiling, D., Gmür, M. & Theuvsen, L. (Hrsg.), *Ressourcenmobilisierung durch Nonprofit-Organisationen* (S. 428-438). Linz.

Theuvsen, L. (2012). Transparenz im Dritten Sektor. *Verbands-Management* 38(3), S. 6-13.

VKI – Verein für Konsumenteninformation (2001). Spendengütesiegel. Ein erster Schritt. *Konsument – Das österreichische Testmagazin*, 12, veröffentlicht: 01.12.2001. Besucht am 18.09.2018 auf <https://www.konsument.at/markt-dienstleistung/spendenguetesiegel>.

Wilke, B. (2004). DZI Spenden-Siegel – Konzept, Erfahrungen und internationaler Vergleich. In: Walz, W. R. (Hrsg.), *Rechenschaftslegung und Transparenz im Dritten Sektor* (S. 177-191). Köln/Berlin/München.

Die Autorinnen



Laura Mittermayr / laura.mittermayr@gmx.at

Mag. Laura Mittermayr, Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Johannes Kepler Universität (JKU) Linz/Österreich. Seit 2017 Mitarbeiterin Customer Interaction, Hofer KG.



Sandra Stötzer / sandra.stoetzer@jku.at

Dr. Sandra Stötzer, Studium der Wirtschaftswissenschaften und Sozialwirtschaft an der Johannes Kepler Universität (JKU) Linz/Österreich. Seit 2005 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Public und Nonprofit Management (vormals: Institut für Betriebswirtschaftslehre der gemeinwirtschaftlichen Unternehmen) der JKU Linz.