

GREENPEACE International

Fundraising-Ethik

Daryl Upsall
1998

Übersetzt aus dem Englischen
von Gerhard Wallmeyer

Inhaltsverzeichnis

Mission Statement

1. Die generellen Prinzipien
2. Prinzipien, Ethik und Werte
3. Verhaltenskodex
4. Aufrichtigkeit und Integrität
5. Rassismus, Sexismus, religiöse und kulturelle Intoleranz
6. Finanzielle Transparenz
7. Datensicherheit und Datenmanagement
8. Nationale Gesetzgebungen
9. Fundraising und Kinder
- 10.a Beschränkte und unbeschränkte Spendeneinnahmen
- 10.b Ausnahmen zu den Regeln zu beschränkten Einnahmequellen
11. Stiftungen und gemeinnützige Stiftungen
12. Unternehmensspenden
13. Spendenprüfung
14. Zusammenfassung der Quellen für Spenden – Annahme/Ablehnung
15. Anstellung von nationalen/internationalen Bereichsleitungen für Fundraising
16. Jährliche Marketingplanung und Budgetierung der nationalen Büros
17. Warenverkauf und Lizenzvergabe

Mission Statement

„Die Fundraising Aktivitäten für Greenpeace haben die Aufgabe langfristig das Einkommen von Greenpeace zu sichern und es der Organisation zu ermöglichen, seine globale Aufgabe zu erfüllen. Weiterhin sollen sie die Einnahmen auf eine Weise zu erzielen, dass sowohl die Kampagnenziele und Strategien von Greenpeace gefördert, als auch uneingeschränkt die ethischen Ziele und Werte der Organisation widergespiegelt werden.“

1. Die generellen Prinzipien

Greenpeace ist eine unabhängige und gewaltfreie Organisation. Sie finanziert sich durch freiwillige Spenden einzelner Bürgerinnen und Bürger und durch Zuwendungen verschiedener Stiftungen.

- Greenpeace bemüht sich weder um finanzielle Unterstützung, noch akzeptiert die Organisation Spenden von Regierungen, Unternehmen, politischen Parteien oder multinationalen Regierungsorganisationen wie z. B. den Vereinten Nationen oder der Europäischen Union.
- Greenpeace nimmt keine Spenden an, die die Ziele, die Unabhängigkeit, die Werte oder Integrität der Organisation beeinträchtigen könnten, noch bemüht sich Greenpeace um solche Gelder.
- Alle Spenden, die den Wert von 5.000 US Dollar überschreiten, werden überprüft, ob sie mit den Grundsätzen der Greenpeace Fundraisingziele und Prinzipien übereinstimmen.
- Greenpeace behält sich das Recht vor, Spenden gegebenenfalls abzulehnen.

2. Prinzipien, Ethik und Werte

Alle Aktivitäten im Bereich Fundraising sollten:

- die Unabhängigkeit von Greenpeace schützen und gleichzeitig die Organisation mit Rahmenbedingungen versehen, die es ihr ermöglichen, ein kontinuierliches Einkommen zu sichern.
- den Zielen der Greenpeace-Politik zu Umweltfragen gerecht werden.
- dem öffentlichen Image von Greenpeace als aktiver, unabhängiger, internationaler und glaubwürdiger Organisation gerecht werden.
- in Betracht ziehen, welche Auswirkungen die Handlungen einer Greenpeace-Sektion auf andere Greenpeace-Sektionen haben.

3. Verhaltenskodex

Alle Greenpeace-Sektionen und ihre Vertragspartner erklären sich bereit, ihre Aktivitäten im Bereich Fundraising so zu gestalten, dass sie dem professionellen Verhaltenskodex entsprechen, der durch die entsprechenden Fundraising-, Marketing- und Werbeinstitutionen des jeweiligen Landes vorgeschrieben werden.

4. Aufrichtigkeit und Integrität

Gelder werden nur eingeworben, wenn sichergestellt ist, dass sie für geplante Kampagnen eingesetzt werden oder dazu dienen, Aktivitäten zu unterstützen, die von Greenpeace unternommen oder gefördert werden.

5. Rassismus, Sexismus, religiöse und kulturelle Intoleranz

In seinen Fundraising- und Marketing-Materialien gestattet Greenpeace keinerlei bildliche oder sprachliche Darstellung, die in irgendeiner Form rassistische oder sexistische Vorurteile, religiöse oder kulturelle Intoleranz fördert.

6. Finanzielle Offenheit

Greenpeace legt gegenüber Unterstützern und Unterstützerinnen, der Öffentlichkeit, den Medien und gesetzlichen Institutionen offen, woher die Organisation ihr Einkommen bezieht und in welchen Proportionen die jeweiligen Gelder für die verschiedenen Aktivitäten – einschließlich Fundraising – verwandt werden. Darüberhinaus sollte jede Person, die es wünscht, eine Kopie der nationalen oder internationalen Jahresbilanzprüfung kostenlos – oder zu einem geringen und angemessenen Preis für Kopierkosten und Versand – zugeschickt bekommen.

7. Datensicherheit und Datenmanagement

- Alle Greenpeace-Büros und ihre Vertragspartner und -partnerinnen sind verpflichtet, sich als Vertreterinnen und Vertreter der Organisation an die landesüblichen Gesetze zum Datenschutz zu halten und sich bei den entsprechenden Datenschützämtern anzumelden, sofern dies vom Gesetzgeber vorgeschrieben ist.
- Alle Greenpeace-Büros entsprechen den Wünschen von Unterstützerinnen und Unterstützern, sowie Mitgliedern, wenn diese keine weitere Post der Organisation mehr erhalten wollen. Es wird ein entsprechender Vermerk auf dem Datenträger vorgenommen.
- Die Namen von Unterstützerinnen, Unterstützern oder Mitgliedern werden weder an andere Unternehmen für deren Werbeaussendungen verkauft, noch vermietet.
- Wenn persönliche Daten von Unterstützerinnen, Unterstützern oder Mitgliedern, mit anderen ‚gleichgesinnten Organisationen‘ ausgetauscht werden, bekommen die betroffenen Personen zuvor die Möglichkeit einen solchen Austausch abzulehnen. Sie erhalten dafür einen Antwortcoupon in dem entsprechenden Mailing oder der Anzeige. Ihre Entscheidung, an dem Datenaustausch nicht teilzunehmen, wird in den Unterlagen der Unterstützer und Unterstützerinnen, bzw. Spender und Spenderinnen, entsprechend vermerkt.

8. Nationale Grenzen

- Fundraising-Aktivitäten können nur von einer nationalen Sektion oder von Greenpeace International im Einzugsgebiet einer anderen nationalen Sektion eingeleitet werden, sofern die betroffene nationale Sektion zuvor ihr Einverständnis erklärt oder zugestimmt hat.
- Sollten solche übernationalen Fundraising-Aktivitäten Auswirkungen auf die Zahlung der nationalen Sektion an Greenpeace International haben, können die entsprechenden Fundraising-Projekte nur mit der schriftlichen/formellen Zustimmung von Greenpeace International und den anderen beteiligten nationalen Sektionen gestartet werden.
- Fundraising-Aufrufe in internationalen Medien (z. B. CNN International, International Herald Tribune) liegen in der Verantwortung von Greenpeace International.

9. Fundraising und Kinder

Wo es Gesetze und Regelungen über die Aufbewahrung von Daten und Fundraising bei Kindern gibt, verpflichtet sich Greenpeace diesen Regelungen zu entsprechen.

10.a Beschränkte und unbeschränkte Spendeneinnahmen

- Die Fundraising Aktivitäten werben um Gelder für Greenpeace. Menschen unterstützen Greenpeace finanziell, um die Umwelt zu retten, egal wo auf der Welt. Nationale Greenpeace Sektionen können diese Greenpeace Kampagnen als Beispiele verwenden, auch wenn die nationale Sektion weder direkt noch indirekt finanziell daran beteiligt ist oder an der Kampagne teilnimmt.
- Greenpeace wirbt um Spenden anhand der Arbeit aller Kampagnen in allen Ländern, in denen Greenpeace arbeitet und anhand aller Probleme an deren Lösung Greenpeace arbeitet als anschauliche Beispiele gegenüber Unterstützerinnen und Unterstützern.
- Im Allgemeinen bemüht sich Greenpeace mit seinen Fundraising-Aktivitäten darum, keine Spenden einzuwerben, die mit Einschränkungen oder bestimmten Vorgaben gegeben werden, die eine rechtliche und/oder moralische Verpflichtung enthalten würden, diese Gelder nur für ganz bestimmte Kampagnen oder in bestimmten Ländern zu verwenden.
- Jede Werbung von Spenden, die beinhalten könnte, dass diese Gelder eingeschränkt verwandt werden müssten und die Zahlungen der nationalen/regionalen Sektion an Greenpeace International vermindert würden, müssen von Greenpeace International im Vorwege schriftlich genehmigt werden.

10.b Ausnahmen für die Regelung zu eingeschränkten Spenden

In bestimmten Fällen kann es notwendig sein, zu diesen Regelungen Ausnahmen zu schaffen:

- wo nationale Gesetze, die gemeinnützige Organisationen betreffen, verlangen, dass alle eingeworbenen Spenden für bestimmte festgelegte Projekte verwandt werden müssen.
- wenn ein Spender oder eine Spenderin ausdrücklich wünscht, dass seine/ihre Spende ausschließlich für ein bestimmtes Projekt einzusetzen ist. (Greenpeace sollte diese Spenderinnen/Spender in jedem Fall versuchen davon zu überzeugen, dass ihr Geld für die Organisation als uneingeschränkte Spende sehr viel nützlicher sein kann.) Greenpeace behält sich in jedem Fall das Recht vor, im Einzelfall eine Spende abzulehnen, falls die Beschränkungen des Spendenziels zu weit gehen.
- wo der einzige Zugang zu einer Spende nur auf der Basis eines eindeutig vorgegebenen Projekts möglich ist und ein festgelegtes Budget und ein Zeitlimit vorgegeben wird. Das gilt mit großer Wahrscheinlichkeit für alle Spenden, die von gemeinnützigen Organisationen oder Stiftungen eingeworben oder angenommen werden.
- für die Werbung für Spenden von Unterstützern und von Stiftungen für sogenannte „Großprojekte“, deren Budget deutlich außerhalb des sonst üblichen Budgetrahmens der Organisation liegen.
- Greenpeace nimmt projektgebundene Spenden nur an, wenn die Projekte oder die Programme, die den Spendern oder Stiftungen vorgestellt werden, Teil der geplanten Arbeitsprogramme sind, die von der regionalen oder nationalen Sektion genehmigt wurden. Wo immer möglich, sollten solche Gelder für die gesamte Dauer des Projekts eingeworben werden, besonders um Gehälter und laufende Ausgaben zu decken.

11. Stiftungen und gemeinnützige Stiftungen

- Greenpeace wirbt und nimmt Spenden von Stiftungen nur dann an, wenn diese keine unverhältnismäßigen Einschränkungen oder Bedingungen für die Verwendung der Gelder und Greenpeace-Aktivitäten bedeuten.
- Greenpeace legt gegenüber der spendenden Stiftung regelmäßig Rechenschaft über die Verwendung der Gelder ab; in Form von finanziellen, programmatischen und abschließenden Rechenschaftsberichten.
- Sowohl die nationalen Sektionen wie auch Greenpeace International dürfen sich nur dann an eine Stiftung wenden, die im Gebiet einer anderen Greenpeace-Sektion liegt, wenn diese vorher zugestimmt hat, und weiterhin die Genehmigung der Fundraising-Bereichsleitung von Greenpeace International vorliegt.
- Sollte so eine Spendenwerbung Auswirkungen auf die Zahlungen der betroffenen Sektion an Greenpeace International bedeuten, sollte vorher die Zustimmung der Finanz-Bereichsleitung von Greenpeace International und anderer betroffener Parteien eingeholt werden.
- In vielen Fällen bietet es sich an, dass Greenpeace International sich selbst oder im Namen der nationalen oder regionalen Sektion an eine große Stiftung wendet. Dafür muss im Vorwege aber die Zustimmung der Sektion vorliegen, in deren Einzugsgebiet die Stiftung arbeitet.
- Greenpeace International richtet eine zentrale Datenbank ein, in der alle Spendenaufrufe und Antworten von Stiftungen gesammelt werden, die von den nationalen Sektionen oder von Greenpeace International ausgegangen sind. Diese Daten stehen allen Sektionen zur Verfügung und sollen in Zukunft als Quelle und zur Recherche dienen.
- Greenpeace bemüht sich weder um Spenden von Stiftungen, die von politischen Parteien finanziert werden, noch nimmt die Organisation Spenden solcher Stiftungen an.
- Greenpeace bemüht sich nicht um Spenden von Stiftungen, die von Regierungen finanziert werden. Ausnahmen bilden Stiftungen, bei denen weniger als 50% des Gesamteinkommens aus staatlichen Geldern stammt (z. B. wo eine Gruppe von Stiftungen Gelder bereitstellt, die eine unabhängige Stiftung bilden, die sich meistens mit einem bestimmten regionalen oder sonstwie begrenzten Projekt beschäftigen).
- Greenpeace nimmt keine Spenden von Stiftungen an, die von der Europäischen Union oder von den Vereinten Nationen finanziert werden, es sei denn, das Stiftungseinkommen aus Staatsmitteln beträgt weniger als 50% des Gesamteinkommens der Stiftung.

12. Firmenspenden

- Greenpeace bemüht sich nicht um Spenden von Unternehmen und nimmt solche auch nicht an.
- Alle Spenden über 5.000 US Dollar werden zurückverfolgt und falls sich herausstellt, dass sie von einem Unternehmen stammen, zurückgegeben.
- Sollte zu irgendeinem Zeitpunkt eine der nationalen Sektionen oder Greenpeace International erfahren, dass es eine Spende eines Unternehmens erhalten hat, wird dieses Geld umgehend zurückgegeben, gleichgültig wie hoch die Summe ist.

- Greenpeace nimmt Sachspenden von Unternehmen an, sowohl in Form von Dienstleistungen, als auch von Gütern. Voraussetzung ist allerdings, dass diese Spenden in keinem Fall die Integrität und die Unabhängigkeit der Organisation und ihrer Kampagnenaktivitäten gefährdet.

13. Spendenprüfung

- Sowohl die nationalen und regionalen Sektionen als auch Greenpeace International überprüfen alle Spenden ab einem Wert von 5.000 US Dollar. Jeder Sektion ist es überlassen, für seine eigene Spendenprüfung eine niedrigere Summe anzusetzen.
- Greenpeace behält sich das Recht vor, jede Spende zu überprüfen, ganz gleich in welcher Höhe, und sie zurückzuweisen, falls die Herkunft der Spende in irgendeiner Weise die Prinzipien und die Ziele der Organisation in Frage stellt.
- Der Geschäftsführer oder die Geschäftsführerin der jeweiligen Sektion entscheiden in letzter Instanz darüber, ob eine Spende angenommen oder abgelehnt wird.

14. Zusammenfassung der Quellen für Spenden – Annahme/Ablehnung

v = akzeptabel - = nicht akzeptabel

	Geldspenden	Sachspenden
Unternehmen	-	v
Regierungen	-	-
Großspender/spenderinnen	v	v
Stiftungen	v	v
Regierungsähnliche Organis.	-	-
EU	-	-
UN	-	-
UN gemanagte Stiftungen	v	-
Politische Parteien	-	-

15. Anstellung von nationalen/internationalen Bereichsleitungen für Fundraising

- Wenn eine nationale Sektion einen Bereichsleiter für Fundraising/Marketing einsetzen will, ist die nationale Geschäftsführung verpflichtet, die Leitung des Fundraisingbereichs von Greenpeace International oder deren Vertretung in die Auswahl mit einzubeziehen.
- Die Vertretung von Greenpeace International muss über die Arbeitsplatzbeschreibung, das Gehalt, die Ausschreibung, das Auswahlverfahren, die Vorstellungsgespräche und die letztliche Anstellung informiert werden und damit einverstanden sein.

16. Jährlicher Marketingplan und Budgetierung der nationalen Büros

Jede nationale/regionale Sektion legt der Fundraising-Bereichsleitung von Greenpeace International oder seiner Vertretung ihre Jahresplanung für Fundraising und weiterhin eine strategische Planung für die folgenden drei Jahre zur Kommentierung, Bewertung und für Empfehlungen vor. Das beinhaltet auch alle Einheiten des Warenverkaufs, komplett mit Budget.

17. Warenverkauf und Lizenzen

Aller Warenverkauf und alle Lizenzabkommen zwischen nationalen/regionalen Sektionen und Dritten, oder entsprechende Vereinbarungen, die im Namen von Greenpeace geschlossen werden, müssen mit der erklärten Politik von Greenpeace International übereinstimmen. Dabei geht es um Clean Production, Markenwiedererkennung, Marken- und Warenschutz.