

# Gemeinnützigkeit braucht Transparenz

## Gliederung:

1. Zum Verhältnis von Gemeinnützigkeit und Transparenz
2. Warum freiwillige Transparenz geboten ist
3. Vorteile, die durch Transparenz für gemeinnützige Organisationen entstehen
4. Dimensionen der Transparenz
5. Nachteile fehlender Transparenz
  - a. Nachteile, die aus mangelhafter finanzieller Transparenz entstehen
  - b. Nachteile, die aus unklarer normativer Transparenz entstehen
  - c. Nachteile, die aus mangelhafter organisatorischer Transparenz entstehen
6. Vorteile vorhandener Transparenz
  - a. Vorteile, die aus finanzieller Transparenz entstehen
  - b. Vorteile, die aus normativer Transparenz entstehen
  - c. Profil als Gemeinwohlproduzent gewinnen
  - d. Vorteile, die aus organisatorischer Transparenz entstehen
7. Fazit

## 1. Zum Verhältnis von Gemeinnützigkeit und Transparenz

Gemeinnützigkeit ist per definitionem eine vom Staat mit dem Privileg der Steuerfreiheit und Spendenabzugsfähigkeit ausgestattete Form der gesellschaftlichen Gemeinwohlproduktion. Der Staat überprüft die Einhaltung der dafür vorgesehenen Regelungen durch diverse Nachweispflichten. Aber er zwingt die anerkannten Organisationen – zumindest bisher – nicht zur Veröffentlichung ihrer Strukturen und Zahlen im Sinne einer nachvollziehbaren Transparenz, es sei denn, eine Organisation ist bereits aufgrund ihrer Rechtsform und Größenklasse nach den handelsrechtlichen Vorschriften offenlegungspflichtig. Das hat seinen Grund darin, dass zivilgesellschaftliche Organisationen als vorstaatliche Formen der Mitwirkung der Bürger einen ihnen vorbehaltenen Freiheits- und Entscheidungsspielraum haben müssen. Daher sind z.B. die Steuererklärungen im Rahmen des Steuergeheimnisses vor fremden Einblicken geschützt und müssen allein von den Mitgliedern oder entsprechenden internen Entscheidungsorganen genehmigt werden. Unser Staat ist auf den erheblichen Gemeinwohlbeitrag dieser Organisationen angewiesen und baut mit dem Subsidiaritätsprinzip darauf auf: Kleine gesellschaftliche Einheiten sollen in voller Autonomie an der gemeinwohlbezogenen Gestaltung der allgemeinen Lebenswelt mitwirken, sie sollen dabei gefördert werden. Darüber hinaus gehend, können viele zivilgesellschaftliche Organisationen öffentliche Förderung als Hilfe zur Selbsthilfe erwarten.

Der Transparenz-Gedanke ist eng verflochten mit dem Prozess der Verwirklichung des gemeinnützigen Zwecks einer solchen Organisation und der Verwirklichung ihres Gemeinwohlbeitrags. Jede Organisation – dies kann etwa ein Verein, eine Stiftung oder eine andere gemeinnützige Körperschaft sein – steht im Wettbewerb zu anderen Organisationen, denn (potentielle) Spender oder Sponsoren können sich frei entscheiden, ob und wem sie finanzielle Mittel oder auch ihr persönliches Engagement zur Verfügung stellen. Ein (potentieller) Spender wird zunächst anhand seiner persönlichen Werte, Lebenseinstellungen und Anliegen bestimmte, für ihn spendenwürdige Zwecke ins Auge fassen. Unabhängig davon, ob ein solcher Spender z.B. Sport-, Kirchen-, Menschenrechts-, Natur- oder Kulturprojekte unterstützen möchte, dürfte ihm eines regelmäßig wichtig sein: Er möchte sicher sein, dass die von ihm gespendeten Mittel zielgerichtet und möglichst wirksam eingesetzt werden. Aus diesem Grunde wird er solche Organisationen als Empfänger seiner Spender bevorzugen, die ihm unaufgefordert Informationen über ihre Ziele und ihre Arbeitsweise bereitstellen. Das sind für ihn als Entscheidungsträger (Wem spende ich wieviel?) so genannte „entscheidungsnützliche Informationen“. Anhand dieser Informationen kann er dann entscheiden, ob, wieviel und an wen er spenden möchte.

Transparenz herzustellen bedeutet daher, vorhandene und potentielle Mitglieder, bisherige und potentielle Spender, Sponsoren, Fördermittelgeber sowie die Öffentlichkeit mit entscheidungsnützlichen Informationen zu versorgen und ihnen gegenüber Rechenschaft abzulegen über die Verwendung der erhaltenen Mittel.

## **2. Warum freiwillige Transparenz geboten ist**

Transparenz ist daher geboten. Denn Transparenz bedeutet Sichtbarkeit und damit das Gegenteil von Intransparenz oder Undurchsichtigkeit. Was sichtbar ist, ist auch öffentlich. Und Öffentlichkeit gehört zur Produktion von Gemeinwohl, damit alle Bürgerinnen und Bürger möglichst leicht erkennen können, dass es bei der Tätigkeit gemeinnütziger Organisationen tatsächlich um das Wohl einer Mehrheit und nicht um versteckte Gewinnerzielung oder um die Durchsetzung von Einzelinteressen geht. Die eine Seite der „Medaille“ Transparenz besteht also im gesetzlichen Anspruch des Staates auf vollständige Erfüllung der Regeln und Berichtspflichten des Gemeinnützigkeitsrechts, die andere Seite ist der gesellschaftliche Anspruch auf Transparenz. Naturgemäß setzt sich dieser „moralische“ Anspruch nicht mit Zwang durch, sondern bleibt als eine freiheitliche Pflicht den einzelnen Akteuren überlassen.

Transparenz ist kein Selbstzweck, sondern eine Art gesellschaftliche Bringschuld. Sie sollte allerdings aus Eigeninteresse hergestellt werden – nach sorgfältiger Abwägung, welchen möglichen Schaden eine mangelhafte oder gar ganz oder teilweise fehlende

öffentliche Transparenz einerseits erzeugen und andererseits welchen Nutzen eine vollständige Transparenz stiften kann.

### **3. Vorteile, die durch Transparenz für gemeinnützige Organisationen entstehen**

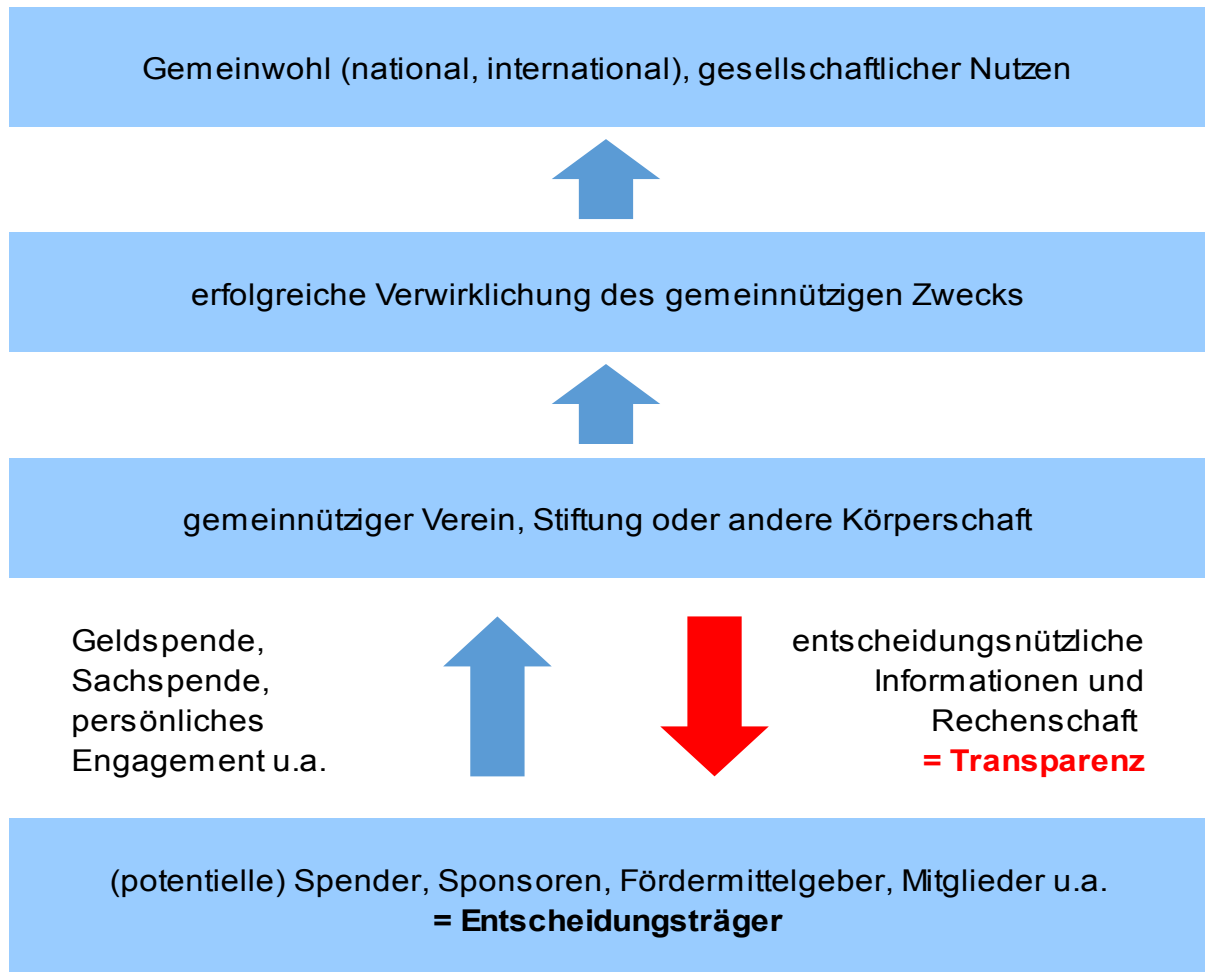
Zivilgesellschaftliche Akteure beweisen mit der öffentlichen Herstellung von Transparenz, warum und wie sie einen Beitrag zum Gemeinwohl erstellen, und machen so unmittelbar und freiwillig nachvollziehbar, warum sie die staatlich privilegierte Stellung einer gemeinnützigen Organisation einnehmen. Öffentliche Transparenz wird damit zu einem wesentlichen Mittel zur Erreichung gemeinnütziger Ziele. Denn die Organisationen stellen damit in einem ersten Schritt ihre jeweilige Glaubwürdigkeit her. Dies ist zugleich die Voraussetzung dafür, um später in einem zweiten Schritt die Verlässlichkeit der zugänglich und transparent gemachten Informationen durch einen unabhängigen Dritten bestätigen lassen zu können. Eine solche Prüfung von unabhängiger Seite ist etwa die Abschlussprüfung mittelgroßer und großer gemeinnütziger Kapitalgesellschaften und Stiftungen, aber auch die Überprüfung einer spendensammelnden Organisation. Zudem bieten Transparenzinitiativen, wie das DZI-Spendensiegel oder das Phineo-Wirkt-Siegel, eigene Prüfverfahren an. Neu geschaffen wurde das Spendenzertifikat des Deutschen Spendenrats e.V., das dieser seinen Mitgliedsorganisationen anbietet. Letzteres ist auch das einzige Prüfverfahren in Deutschland, bei dem Wirtschaftsprüfer die Qualitätskontrolle des Spendenzertifikates übernehmen.

Glaubwürdigkeit ist das Lebenselixier gemeinnütziger Organisationen: Glaubwürdigkeit gewährleistet die fortdauernde Unterstützung durch Mitglieder, Freunde und Interessierte, sie ist absolut grundlegende Voraussetzung zur Gewinnung neuer Unterstützer und Förderer. Gemeinnützigkeit braucht also Transparenz oder anders: Gute Taten brauchen gute Daten.

Das nachstehende Schaubild verdeutlicht noch einmal, wie die Transparenz eingebunden ist in den Prozess der Verwirklichung eines gemeinnützigen Zweckes zur Steigerung des Gemeinwohls und zur Stiftung eines gesellschaftlichen Nutzens. Die Herstellung von Transparenz ist gleichsam die faire Gegenleistung, die die gemeinnützige Organisation dem Spender für sein finanzielles oder persönliches Engagement gewähren kann.

Die von dem gemeinnützigen Verein oder anderen gemeinnützigen Organisationen veröffentlichten Informationen sind aber für den (potentiellen) Spender nur dann „entscheidungs-nützlich“, wenn sie bestimmte Eigenschaften besitzen. Derartige Informationen sollten insbesondere verständlich und nachvollziehbar, zutreffend und verifiziert sein, aktuell und übersichtlich in verdichteter Form zugänglich gemacht werden sowie

für den Interessenten zentral an einer einzigen Stelle auffindbar sein, etwa auf den Internet-Seiten oder im Geschäftsbericht der Organisation. Dem gesetzlichen Datenschutz unterliegende Informationen und vertrauliche Geschäftsgeheimnisse werden dabei selbstverständlich nicht offengelegt; dies würde der Organisation und der Verwirklichung ihrer Zwecke andernfalls regelmäßig auch mehr schaden als nutzen, hätte also auch für den Entscheidungsträger (Spender) keinen Nutzen im vorstehenden Sinne.



## 4. Dimensionen der Transparenz

Die Inhalte entscheidungsnützlicher Informationen für den potentiellen Spender und andere Entscheidungsträger können – beispielhaft und ohne Anspruch auf Vollständigkeit – den nachstehenden drei Dimensionen zugeordnet werden:

<b>Dimension</b>	<b>Inhalte *</b>
normativ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Satzung</li> <li>▪ Selbstverständnis der Organisation (Vision, Leitbild, Werte, Förderkriterien usw.)</li> <li>▪ Ziele, Strategien</li> <li>▪ Verpflichtungserklärung zur Einhaltung von Kommunikationsprinzipien</li> <li>▪ Verhaltensethik bei der Mitglieder- und Spendenwerbung</li> <li>▪ [...]</li> </ul>
organisatorisch	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Registereintragungen</li> <li>▪ Besetzung und Funktionen von Leitungs- und Aufsichtsorgan</li> <li>▪ Strukturen, Gremien, Kompetenzen</li> <li>▪ Aufbauorganisation und Personalstruktur</li> <li>▪ Organigramm und Zuständigkeiten</li> <li>▪ Projekte und Zielerreichung</li> <li>▪ Kooperationen</li> <li>▪ [...]</li> </ul>
finanziell	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einnahmen-Überschuss-Rechnung (EÜR)</li> <li>▪ Vermögensaufstellung</li> <li>▪ Jahresabschluss (Bilanz, GuV, Anhang), Lagebericht</li> <li>▪ Mehr-Sparten-Rechnung</li> <li>▪ Informationen zu Werbe- und Verwaltungskosten</li> <li>▪ [...]</li> </ul>
<p>* Die hier dargestellten Inhalte wurden beispielhaft den aktuellen Grundsätzen des Deutschen Spendenrats e.V., Berlin entnommen.</p>	

Art und Umfang der transparent zu machenden Informationen richten sich selbstverständlich nach der Größe der gemeinnützigen Organisation. So werden kleine Organisationen – allein schon aus Kostengründen – in der Regel nicht über einen handelsrechtlichen Jahresabschluss oder über einen formvollendeten Projektbericht verfügen.

## 5. Nachteile fehlender Transparenz

Im Folgenden findet sich – nun in etwas anderer Reihenfolge – ein kurzer Blick auf den möglichen Schaden bei fehlender Transparenz in den drei Dimensionen einer finanziellen, normativen und organisatorischen Transparenz:

### a. Nachteile, die aus mangelhafter finanzieller Transparenz entstehen

Wenn eine gemeinnützige Organisation in **finanziellen** Dingen nicht „alle Karten auf den Tisch“ legt, regt sich sofort der Verdacht, dass es dort was zu verstecken gibt. Und dann kann kein noch so vertrauensvolles persönliches Gespräch die aus meist wiederholten Erfahrungen oder durch Medienberichte entstandene allgemeine Skepsis normaler Gesprächspartner in Bezug auf spendensammelnde Organisationen im Einzelfall überwinden: Es bleibt zumindest ein Rest an Misstrauen, zurückzuführen auf reinen Informationsmangel zu der Organisation, um die es geht. Da helfen weder Sonntagslyrik, noch Statistik über erreichte Erfolge. Beim Geld hört bekanntlich die Freundschaft auf. Man verliert also potentielle Bündnispartner schon im Vorfeld – oder, schlimmer noch, sogar nach erheblichem Aufwand bei der Akquise.

### b. Nachteile, die aus unklarer normativer Transparenz entstehen

Oft fehlt es neben der **finanziellen** Transparenz aber auch an Klarheit in der verständlichen und nachvollziehbaren, konkreten **normativen** Zielsetzung und der Herausarbeitung des Alleinstellungsmerkmals der Organisation, weil sich viele Engagierte sozusagen selbstverständlich in ihr Engagement hineinbegeben und ganz erstaunt sind, wenn jemand Zweifel und Fragen anmeldet – oder gar darauf hinweist, dass er bereits eine andere Organisation mit vergleichbarer Zielsetzung unterstützt. Viele freiwillig Engagierte sind mit der Realisierung der – für die laufende Finanzierung notwendigen – diversen Projekte ihrer Organisation so ausgelastet und personell so eng besetzt, dass sie gar keine Zeit haben, über ihre „Vision“ und über langfristige Ziele nachzudenken – oder gar förmliche Beschlüsse der Organisation dazu zu fassen. Das gilt sowohl für einige hauptamtliche Mitarbeiter von Organisationen, aber besonders auch für viele Ehrenamtliche, die neben ihrem freiwilligen Engagement ja auch noch hauptberufliche und meist auch familiäre Verpflichtungen haben, und deswegen praktisch dauernd in Zeitnot sind: das vielbeschworene „Hamsterrad“. Darüber hinaus entsteht in diesem engen Zeit-Korsett oft auch ein Mangel an Kooperation mit vergleichbaren anderen Organisationen und mit Unternehmen. Mangelhafte Kooperation wiederum führt zum Vorwurf, die ohnehin knappen Ressourcen nicht wirtschaftlich und effektiv genug einzusetzen, was wiederum die Unterstützungsbereitschaft potentieller Spender beeinträchtigt. Ein Teufelskreis mit Abwärtsspirale.

### c. Nachteile, die aus mangelhafter organisatorischer Transparenz entstehen

Und immer wieder erleben Außenstehende, die um Unterstützung gebeten werden, dass es an **organisatorischer** Klarheit fehlt, dass Zuständigkeiten innerhalb der zivilgesellschaftlichen Organisationen nicht klar geregelt sind und oft auch insgesamt eine fast willkürlich zu nennende Governance (Lenkungskultur) vorherrscht, die mit einem hohen Personenrisiko verbunden ist und deswegen weder Strategie erkennen lässt noch eine nachhaltige Perspektive der wirksamen Aktivität garantiert. Wenn dann noch die in den Entscheidungsorganen sitzenden Personen nicht namentlich bekannt sind und weder Informationen zu ihrer organisationsinternen Funktion noch zu ihrer beruflichen Position oder zu ihren themenbezogenen Erfahrungen angezeigt sind, erwächst aus der Skepsis offene Ablehnung statt der ansonsten grundsätzlich möglichen Unterstützung. Und damit dann auch ein schlechtes Image, das bei Dritten in die gleiche ablehnende Haltung führt.

Mangelhafte Transparenz führt also direkt zur Verminderung der Wahrscheinlichkeit, mit gut gemeinten Zielen auch tatsächlich neue Unterstützer zu gewinnen – und erzeugt darüber hinaus das Risiko, bereits gewonnene Mitglieder und Freunde zu verlieren.

## 6. Vorteile vorhandener Transparenz

Alles, was ohne Transparenz ein Risikofaktor werden kann, kann aber bei angemessener Herstellung von Transparenz als Erfolgsfaktor von Organisationen genutzt werden, auf jeder der drei beschriebenen Dimensionen (finanziell, normativ, organisatorisch), die sich gegenseitig ergänzen:

### a. Vorteile, die aus finanzieller Transparenz entstehen

Mit einer **finanziellen Transparenz** wird jeder Verdacht vorbeugend entkräftet, dass jemand sich aus Spendengeldern unverhältnismäßig bereichert oder unangemessene Ausgaben für Verwaltung und PR (public relations) oder für sonstige, gemeinnützigkeitsfremde Zwecke bezahlt. Die Wirtschaftlichkeit der gesondert ausgewiesenen Ausgaben lässt sich anhand konkreter Zahlen belegen, die Struktur der Einnahmen erläutern. Wenn darüber hinaus auch die größten Zuwendungsgeber und Förderer genannt werden, kann der Adressat auch Abhängigkeiten erkennen und damit bewerten, ob sie aus seiner persönlichen Sicht gut zum Zweck passen oder eher ein goldener Zügel sind, mit dem Dritte ihre jeweiligen Eigeninteressen durchsetzen wollen.

Oft gibt es – insbesondere in kleineren und jüngeren zivilgesellschaftlichen Organisationen – einen Mangel an Fachwissen, wie eine angemessene Einnahmen- und Ausgabenrechnung (so genannte Einnahmen-Überschuss-Rechnung oder EÜR) zu erstellen ist und erst recht, wie mit der Erstellung einer Bilanz, mit Vermögenswerten, Forderungen und Verbindlichkeiten oder mit Rückstellungen und Rücklagen im Rahmen des Gemeinnützigkeitsrechts umzugehen ist. Da helfen die kostenlosen Beratungsstunden mit erfahrenen Wirtschaftsprüfern, die Transparenz-leicht-gemacht.de auf Antrag anbietet.

Mit ordentlichen und übersichtlichen Finanzdaten kann sich jeder potentielle Unterstützer (auch Unternehmen) selbst überzeugen, dass seine Spende unter den richtigen finanziellen Rahmenbedingungen investiert wird. Das dürfte für viele einer der wichtigsten Gründe für eine Unterstützung sein.

### **b. Vorteile, die aus normativer Transparenz entstehen**

Auf der Basis der finanziellen Klarheit geht es dann ans „Eingemachte“: um die **normativen Werte** der Organisation. Jeder nachhaltige Spender (und um die geht es hier) will wissen, ob der Zweck, für den er gewonnen werden soll,

- tatsächlich relevant ist für eine positive gesellschaftliche Entwicklung und wie sich diese Relevanz konkret realisiert in den Aktivitäten sowie in mittel- und langfristigen Zielen der Organisation und den dahin führenden Schritten der Entwicklung
- ob der Zweck nur von der konkret spendensammelnden Organisation verwirklicht werden kann, ob und wie andere Organisationen zu ähnlichen oder vergleichbaren Zwecken unterwegs sind und worin sie sich unterscheiden (Alleinstellungsmerkmale)
- ob und warum der Zweck nicht oder nicht alleine von der öffentlichen Hand verwirklicht werden sollte oder kann und ob öffentliche Mittel eingeworben wurden
- ob die spendensammelnde Organisation alle Potentiale der Kooperation mit anderen zivilgesellschaftlichen Organisationen, mit der Politik und der Wirtschaft ausgeschöpft hat (oder warum das ggf. gescheitert ist)

Dieser ganze Komplex – und die dazu notwendigen Informationen und Grundsatzentscheidungen – sind nicht als einmaliges und starres Element abzuhandeln, sondern müssen anhand aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen regelmäßig aktualisiert und



angepasst und von den Organen der Organisation förmlich beschlossen werden. Möglicherweise führt die Entscheidung für eine angemessene Transparenz erstmalig zu solchen durchaus schwierigen, zeitaufwendigen und konfliktgeladenen Willensbildungsprozessen – aber damit wird dann ein wichtiger Erfolgsfaktor realisiert.

### c. Profil als Gemeinwohlproduzent gewinnen

So wirksam das oft bei Akquisegesprächen eingesetzte „Storytelling“ bei der Gewinnung von Unterstützern ist: Es kann diese zusätzliche normative Dimension nicht ersetzen, sondern höchstens motivierend ergänzen. Und selbst wenn die zu gewinnende Person nicht danach fragt, ist es angebracht und sinnvoll, diese Dimension proaktiv aufzuzeigen, denn sie ist auch ein Kernelement der Glaubwürdigkeit, dass man sich nicht verzettelt im Tagesgeschäft, sondern einen unterstützenswerten, gemeinwohlbezogenen Plan hat als spendensammelnde Organisation. Zusätzlich überwindet man mit diesem Ansatz die Beschränkung auf die subjektive, zumeist rein caritative Motivation, die letztlich auch etwas Willkürliches an sich hat: Man beansprucht, einen signifikanten Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten und braucht dafür die solidarische Unterstützung möglichst vieler. Das ist ein objektiv erkennbares Anliegen, das als solches überzeugen oder eben Ablehnung erzeugen kann, aber nur argumentativ zu gewinnen ist.

### d. Vorteile, die aus organisatorischer Transparenz entstehen

Und – last not least – geht es um den **transparenten organisatorischen Aufbau** der spendensammelnden Organisation. Der Spender will wissen, welchen Personen er sein Geld (oder/und seine Zeit) spendet. Dazu muss er **Vertrauen** haben in deren Unabhängigkeit und Qualifikation. Er muss erkennen, wer was zu sagen hat und wer wofür verantwortlich ist in der Organisation, also die Governance (Lenkungskultur) verstehen und auch hier Vertrauen fassen, dass ein professioneller Mindeststandard eingehalten wird. Und er muss von der Nachhaltigkeit der Organisationsstruktur überzeugt werden, weil er sein Geld nicht verbrennen will für kurzsichtige Zwecke ohne langfristige Wirkung. Dazu gehören als Mindestvoraussetzungen auch der Nachweis der aktuellen Anerkennung der Gemeinnützigkeit und der Nachweis eines Eintrags ins Vereins-, Stiftungs- oder Handelsregister.

Auch die organisatorische Transparenz wirkt sich daneben vorteilhaft auf den Verein oder die Stiftung nach innen aus. Dadurch, dass die handelnden Personen sich aktiv mit organisatorischen Fragen im Rahmen des Transparenz-Gedankens befassen, werden sie auch sensibel für Mängel, Fehlerquellen und Verbesserungspotentiale. Mechanismen eines zuverlässigen Internen-Kontroll-Systems (IKS) können so Schritt für Schritt gefunden und verbessert werden, ohne dass eine teure Unternehmensberatung ins Haus geholt werden muss.

## 7. Fazit

Keiner wird behaupten, dass die Herstellung einer ganzheitlichen Transparenz im Sinne dieser Ausführungen eine leichte Aufgabe ist. Aber die Schwierigkeit der Herausforderung sollte niemanden davon abhalten, diese Arbeit auf sich zu nehmen – die glaubwürdige Erreichung gemeinnütziger Zwecke aus der Satzung gebietet geradezu ein Mindestmaß an Transparenz.

Die Herstellung von Transparenz als kontinuierlicher Prozess dient den Mitgliedern und Spendern sowie anderen Geldgebern, indem ihnen umfassende Informationen an die Hand gegeben werden, wie und auf welche Weise die Organisation arbeitet und ihre finanziellen Mittel einsetzt. Dies erzeugt Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Die Herstellung von Transparenz dient gleichermaßen der Organisation selbst, da sich die dort verantwortlichen Akteure in diesem Rahmen bewusst und strukturiert mit ihren Zielen, ihrer Organ- und Entscheidungsstruktur, ihrer Aufbau- und Ablauforganisation sowie der Qualität und der Wirkung (Erfolg oder Misserfolg) ihrer Arbeit in monetärer und nicht-monetärer Hinsicht auseinandersetzen. Letztendlich dient die Transparenz damit dem gemeinnützigen Zweck selbst, insbesondere also der individuellen Zielgruppe oder dem individuellen Anliegen der gemeinnützigen Tätigkeit eines transparenten Vereins, einer transparenten Stiftung oder anderen Körperschaft.

### **Zu den Autoren:**

**Loring Sittler** ist Projektleiter bei Transparenz-leicht-gemacht, einer Initiative des Deutschen Spendenrats e.V.. Weiter ist er als freischaffender Berater für alle Fragen der gesellschaftlichen Teilhabe insbesondere der Älteren, als Autor und als Vermittler sowie Moderator tätig. Davor war er von 2008-2016 Leiter des Generali Zukunftsfonds.  
**Mehr zur Person unter** [www.loringsittler.de](http://www.loringsittler.de) oder auf [www.transparenz-leicht-gemacht.de](http://www.transparenz-leicht-gemacht.de).

Dipl.-Kfm. **Frank Molitor**, Wirtschaftsprüfer/Steuerberater ist Geschäftsführer einer Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft in Warstein, die ganz bewusst die bundesweite Beratung gemeinnütziger Organisationen und Projekte in ihr Leistungsspektrum aufgenommen hat. Er ist seit dessen Gründung Mitglied im Wirtschaftsprüferausschuss des Deutschen Spendenrats e.V., Berlin. Ein ehrenamtliches oder gemeinnütziges Engagement verdient hohe Anerkennung und eine fundierte organisatorische, wirtschaftliche und steuerliche Begleitung.

**Mehr zur Person unter:** [www.hmh-warstein.de](http://www.hmh-warstein.de) oder auf [www.transparenz-leicht-gemacht.de](http://www.transparenz-leicht-gemacht.de)

### **Zum Projekt Transparenz-leicht-gemacht und Deutscher Spendenrat e.V.:**

Transparenz-leicht-gemacht ist eine Initiative des Deutschen Spendenrats e.V., die durch eine Förderung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend realisiert wird. Sie bietet gemeinnützigen Vereinen, Organisationen und Stiftungen grundlegende Informationen mit einem darauffolgenden thematischen Schwerpunkt zum Austausch mit Best-Practice Beispielen in Workshops an (35,00 Euro pro Teilnehmer/in). Daneben kann eine direkte und kostenlose Einzelberatung beim Deutschen Spendenrat e.V. von bis zu 7 Stunden durch einen Wirtschaftsprüfer beantragt werden. Außerdem kann sich jede Organisation vorab kostenlos online zu ihrer Transparenz-Stufe testen und einschätzen lassen. Diese Angebote vermitteln die nötige Qualifikation, mit der gemeinnützige Organisationen dabei unterstützt und gestärkt werden, transparentere Strukturen zu entwickeln und aufzubauen.

Die Referenten des Projekts stammen aus dem ehrenamtlichen Wirtschaftsprüferausschuss im Deutschen Spendenrat e.V. und aus den Mitgliedsorganisationen dieses Dachverbands für Spenden sammelnde, gemeinnützige Organisationen.

Der Deutsche Spendenrat e.V. ist der gemeinnützige Dachverband Spenden sammelnder gemeinnütziger Organisationen aus den Bereichen sozialer und humanitärer Hilfe, Umwelt- und Tierschutz, Kunst und Kultur sowie Denkmalpflege. Er vertritt diese gegenüber der Öffentlichkeit sowie staatlichen, politischen und privaten Gremien. Er setzt sich für die größtmögliche Transparenz, Effizienz und Nachhaltigkeit im Umgang mit Spenden ein. Die gelisteten Mitglieder verpflichten sich, ihre Strukturen, Tätigkeiten, Projekte und Finanzen in einem Jahresbericht offenzulegen und lassen sich hinsichtlich ihrer Finanzen prüfen.

In 2017 wird erstmalig das Spendenzertifikat des Deutschen Spendenrats e.V. vergeben.

**Mehr Informationen unter:** [www.spendenrat.de](http://www.spendenrat.de)

### **Kontakt & Anmeldung zu den Angeboten von Transparenz-leicht-gemacht:**

Deutscher Spendenrat e.V.

Projekt: Transparenz-leicht-gemacht

Fabeckstraße 55

14195 Berlin

**Ansprechpartner:** Felicitas Krekosch (Referentin des Projekts)

**Tel:** +49 (0) 30 844 198 40

**E-Mail:** [kontakt@transparenz-leicht-gemacht.de](mailto:kontakt@transparenz-leicht-gemacht.de)

**Homepage:** [www.transparenz-leicht-gemacht.de](http://www.transparenz-leicht-gemacht.de)