



**Zewo**forum

Zewo-Spendenstatistik

# Spenden erneut auf Rekordhöhe

**Vertrauen in Hilfswerke und Wahrnehmung untersucht**

Ergebnisse der Zewo-Umfrage

**Vom Sinn und Unsinn von Mythen**

Zewo-Tagung 2015

**Zweite Lesung neue Zewo-Standards**

Das Vertrauen der Spenderinnen und Spender stärken

03.2015

---

# Inhalt 03.2015

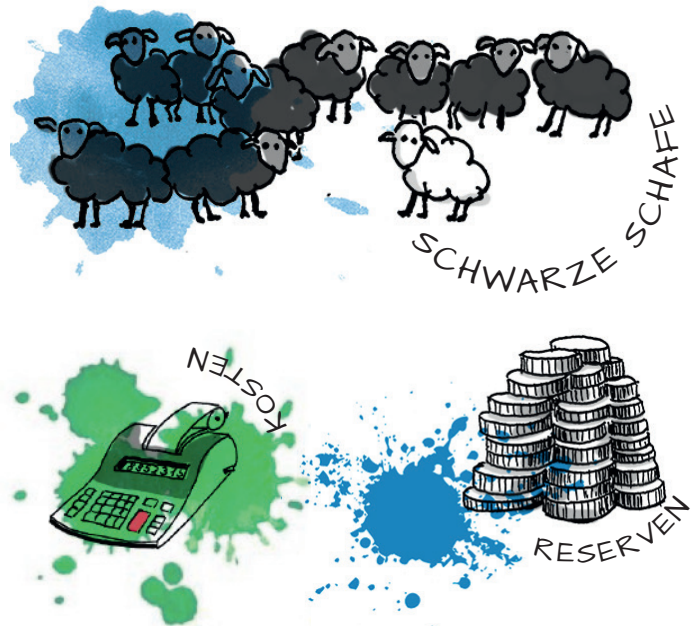
- 4 Spenden erneut auf Rekordhöhe**  
Zewo-Spendenstatistik 2014
- 9 Vertrauen in Hilfswerke und Wahrnehmung untersucht**  
Ergebnisse der Zewo-Umfrage
- 10 Vom Sinn und Unsinn von Mythen**  
Zewo-Tagung 2015
- 16 Zweite Lesung neue Zewo-Standards**  
Das Vertrauen der Spenderinnen und Spender stärken



## Liebe Leserinnen und Leser

Schweizerinnen und Schweizer spenden viel. Das zeigen die Ergebnisse der Zewo-Spendenstatistik ebenso wie eine aktuelle Spenderbefragung. Spenderinnen und Spender haben mehr Vertrauen in die Arbeit von Hilfswerken als in Behörden, in die Privatwirtschaft oder in Kirchen. Sie sind der Ansicht, dass es Hilfswerke braucht, dass sie auf wichtige Themen aufmerksam machen und mit ihrer Arbeit viel bewirken. Im Hinblick auf die Zewo-Tagung haben wir untersucht wie die Öffentlichkeit Hilfswerke wahrnimmt. Wir

Branchenkennzahlen eine gute Grundlage, den falschen Vorstellungen entgegen zu treten. Zum andern sind Transparenz und eine klare Kommunikation entscheidende Faktoren. Die Ergebnisse der Befragung machen deutlich, dass Spenderinnen und Spender sich besser über Hilfswerke informieren und diese realistischer einschätzen als jene, die nicht



sind dabei zahlreichen Mythen auf die Spur gekommen: Vorstellungen von geringer Effizienz, vielen schwarzen Schafen, gehorteten Spenden, zu hohen Chefsalären, mangelnder Transparenz und fehlenden Kontrollen halten sich hartnäckig. Wir alle können zur Entzauberung solcher Mythen beitragen. Zum einen bieten wissenschaftliche Studien und

spenden. Dieser Befund verstärkt sich mit zunehmender Höhe der Spende.

Auch mit den neuen Zewo-Standards setzten wir diesbezüglich klare Akzente. Hilfswerke, die ein strenges Prüfverfahren durchlaufen, regelmässig von der Zewo kontrolliert werden und die anspruchsvollen Anforderungen erfüllen, sollen auch in Zukunft auf das Vertrauen der Spenderinnen und Spender zählen können.

Wir danken allen, die an der Vernehmlassung zu den neuen Zewo-Standards teilgenommen haben. Sie haben uns geholfen, die Anforderungen noch praxisgerechter und fokussierter zu gestalten. Mittlerweile steht die überarbeitete Version für die zweite Lesung zur Verfügung. Erfahren Sie mehr

dazu auf Seite 16. Bitte lassen Sie uns allfällige Kommentare zu den Änderungen bis am 31. Oktober 2015 zukommen.

Herzlich

*Martina Ziegerer*



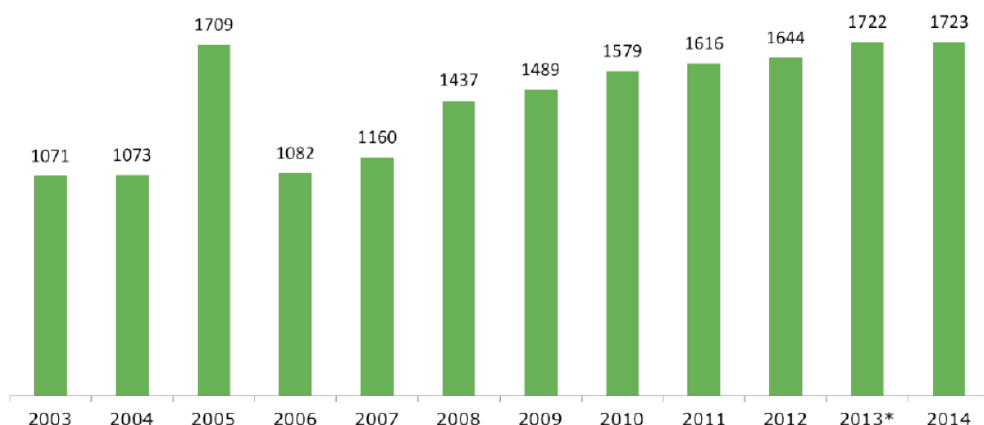
Martina Ziegerer, Geschäftsführerin Stiftung Zewo

# Spenden erneut auf Rekordhöhe

## Ergebnisse Zewo-Spendenstatistik 2014

**Grafik 1 | Hochrechnung Spendenvolumen Schweiz 2003 bis 2014**

Gesamte Spendeneinnahmen in Mio. Franken



\* ab 2013 Spendeneinnahmen mit leicht veränderter Definition der Einnahmenkategorien (siehe Methodik Seite 8)

### Hochrechnung Spendenvolumen Schweiz 2014/2013 in Mio. Franken

#### Top 50 der Organisationen im entsprechenden Jahr

(gemessen an den gesamten Spendeneinnahmen)

#### Übrige Organisationen

#### Marktvolumen

#### Anteil am Gesamtmarkt

	Zewo		Nicht-Zewo		Total	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Top 50 der Organisationen im entsprechenden Jahr	663	756	498	422	1161	1178
Übrige Organisationen	357	349	205*	195*	562	544
Marktvolumen	1020	1'105	704	617	1723	1722
Anteil am Gesamtmarkt	59,2%	64,2%	40,8%	35,8%		

\* berechnete Differenzzahl, nicht erhoben (siehe Methodik Seite 8)

### Das Spendenvolumen in der Schweiz blieb 2014 mit über 1,7 Milliarden Franken auf höchstem Niveau stabil. Das geht aus der aktuellen Hochrechnung der Zewo hervor.

Schweizerinnen und Schweizer haben 2014 erneut mehr als 1,7 Milliarden Franken gespendet. Nach sieben Jahren deutlichen Wachstums ist erstmals eine Stabilisierung festzustellen. Die 50 grössten Hilfswerke haben rund 17 Millionen Franken weniger Spenden eingenommen, während kleinere Hilfswerke schätzungsweise 19 Millionen Fran-

ken mehr erhalten haben (siehe Grafik 1).

#### 1 Milliarde Spenden an Zewo-Hilfswerke

Hilfswerke, die von der Zewo kontrolliert sind, erhielten 1 Milliarde Franken Spenden. Das sind rund 60% des Spendenvolumens in der Schweiz. Zwei Drittel (677 Mio. Franken) aller Spenden für Hilfswerke

mit Zewo-Gütesiegel stammen aus privaten Haushalten. Ein Drittel (328 Mio. Franken) sind Spenden von Institutionen. (Siehe Grafik 2 und 3).

#### Mehr private Kleinspenden und institutionelle Spenden

Bei den Spenden von Privaten wurden 2014 rund 15 Millionen Franken mehr Kleinspenden verzeichnet als im Vorjahr – allerdings bei gleichzeitiger Abnahme der Grossspenden um 15 Millionen Franken. Die im Vergleich zum Vorjahr star-

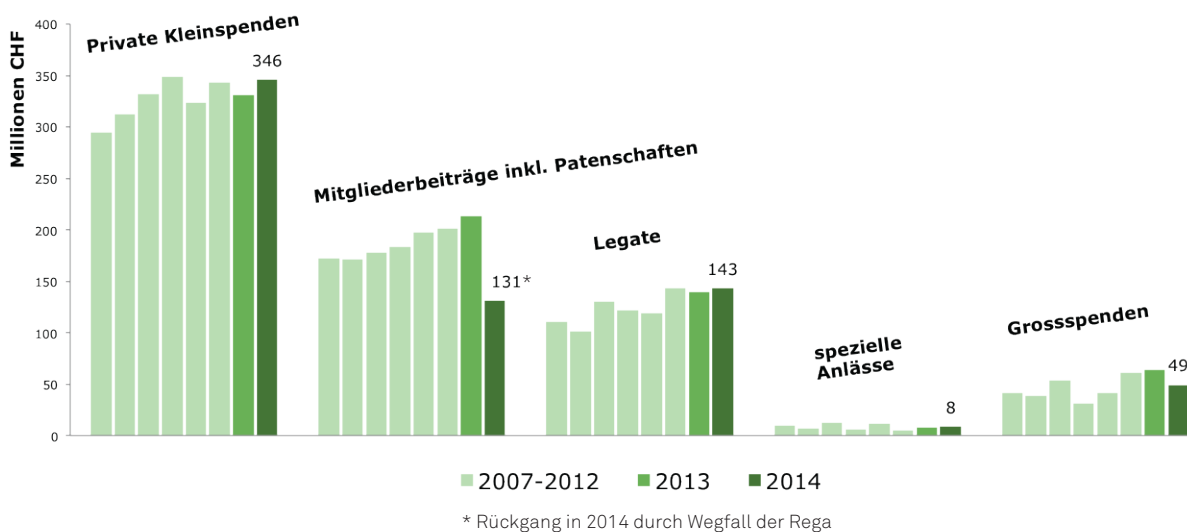
ke Abnahme der Mitgliederbeiträge ist auf die Rega zurückzuführen, die seit 2014 das Zewo-Gütesiegel nicht mehr trägt (siehe Grafik 2).

So verändern sich auch die Anteile im Spendenmix für 2014 deutlich, bei dem nun der Anteil der Mitgliederbeiträge an allen Spenden von rund 19% im Jahr 2013 auf rund 13% gesunken ist (siehe Grafik 4).

Bei den institutionellen Spenden erreichten die Spenden von anderen Nonprofit-Organisationen, Kirchen und

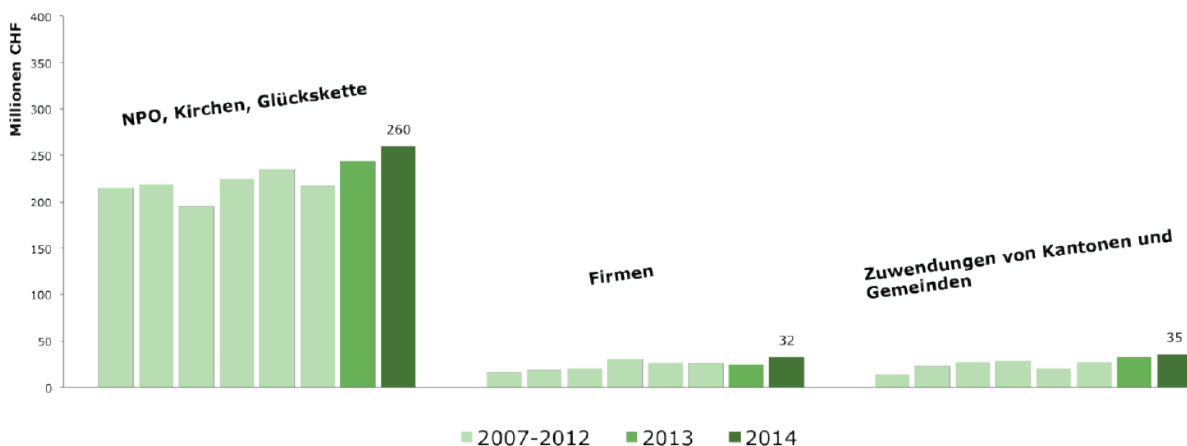
### Grafik 2 | Spendenkategorien 2007 bis 2014

Entwicklung bei Organisationen mit Zewo-Gütesiegel | Spenden von privaten Haushalten Total: 677 Mio. Franken



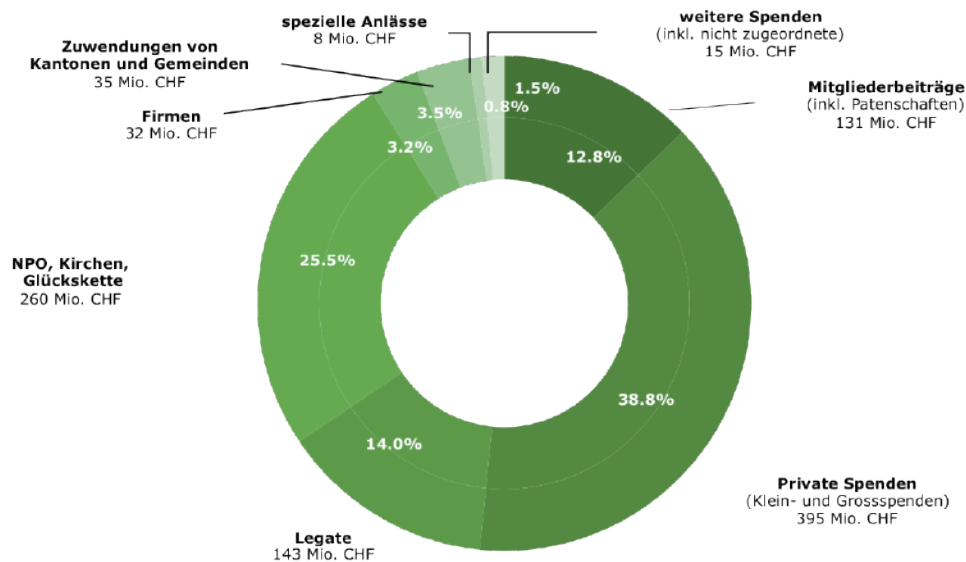
### Grafik 3 | Spendenkategorien 2007 bis 2014

Entwicklung bei Organisationen mit Zewo-Gütesiegel | Spenden von Institutionen Total: 328 Mio. Franken



### Grafik 4 | Spenden 2014

Total 1,020 Mia. Franken von 446 Organisationen mit Zewo-Gütesiegel im Jahr 2014



## Grafik 5 | Spendeneinnahmen nach Themenbereichen

Total 1,020 Mia. Franken von 446 Organisationen mit Zewo-Gütesiegel im Jahr 2014



der Glückskette mit 260 Millionen Franken einen neuen Höchststand (siehe Grafik 3).

### Mehr als die Hälfte der Spenden bleiben in der Schweiz

Hilfswerke, die vorwiegend im Inland tätig sind, haben 526 Millionen Franken Spenden erhalten. Das sind 52% aller Spenden an Hilfswerke mit Zewo-Gütesiegel. Darunter wiesen Natur- und Umweltschutz-Organisationen mit 99 Millionen Franken (10%) rund 8 Millionen weniger Spenden aus als im Vorjahr. Dagegen erhielten Heime mit 54 Millionen Franken (5%) rund 5 Millionen Franken mehr als im Vorjahr. 189 Millionen Franken (19%) gingen an soziale Inlandorganisationen, was 3 Millionen Franken mehr sind als im Vorjahr. Im Inland tätige Organisationen aus dem Bereich Gesundheit, Sucht und Behinderung erhielten 184 Millionen Franken. Das sind 18% der Spenden an zertifizierte Hilfswerke. Der Rückgang in dieser Kategorie gegenüber dem Vorjahr ist auf den Wegfall der Rega zurückzuführen.

Hilfswerke, die vorwiegend im Ausland tätig sind, haben 48% aller Spenden

den an Zewo-Organisationen erhalten. Das sind 494 Millionen Franken, praktisch gleichviel wie im Vorjahr. (Siehe Grafik 5).

### Internet- und SMS-Spenden weiterhin ohne Relevanz

Hilfswerke mit Zewo-Gütesiegel nahmen auch im Jahr 2014 99,6% ihrer Spenden durch klassische Zahlungskonzepte wie Post- und Banküberweisungen (93%) oder LSV (6%) entgegen. Lediglich 3 Millionen Franken bzw. 0,4% der Spenden wurden über Onlineplattformen und Mobilfunktechnologien eingenommen. Das sind rund 200 000 Franken mehr als im Vorjahr. Über die eigene Website wurden 2,4 Millionen Franken, über die Websites Dritter 0,2 Millionen Franken und via SMS 0,4 Millionen Franken gesammelt. 78% aller Spenden über neue Zahlungskonzepte flossen an Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit. (Siehe Grafik 6).

### Höhere staatliche Beiträge

Zewo-zertifizierte Organisationen verzeichneten rund 130 Millionen Franken höhere staatliche Beiträge als noch im Vorjahr und erreichten neu den

Höchststand von 1,3 Milliarden Franken. Die Einnahmen aus Eigenleistungen sanken leicht um rund 9,7 Millionen Franken. (Siehe Grafik 7).

### Gesamteinnahmen über 3 Milliarden Franken

Die Zewo-Organisationen wiesen insgesamt mit 3,23 Milliarden Franken etwa gleich grosse Gesamteinnahmen aus wie im Vorjahr. Die Spendeneinnahmen machen knapp einen Drittel davon aus. (Siehe Grafiken 7 und 8).

### 6,5 Millionen Stunden Freiwilligenarbeit

78% der Hilfswerke mit Zewo-Gütesiegel beschäftigen Freiwillige: Insgesamt sind es über 100 000 Personen, die im Durchschnitt rund 60 Stunden pro Jahr unentgeltlich im Einsatz sind. Freiwilligenarbeit wird grösstenteils direkt innerhalb von Projekten geleistet. Zusätzlich werden pro Organisation im Durchschnitt jährlich 1 382 Stunden ehrenamtliche Arbeit erbracht (im Median 400 Stunden).

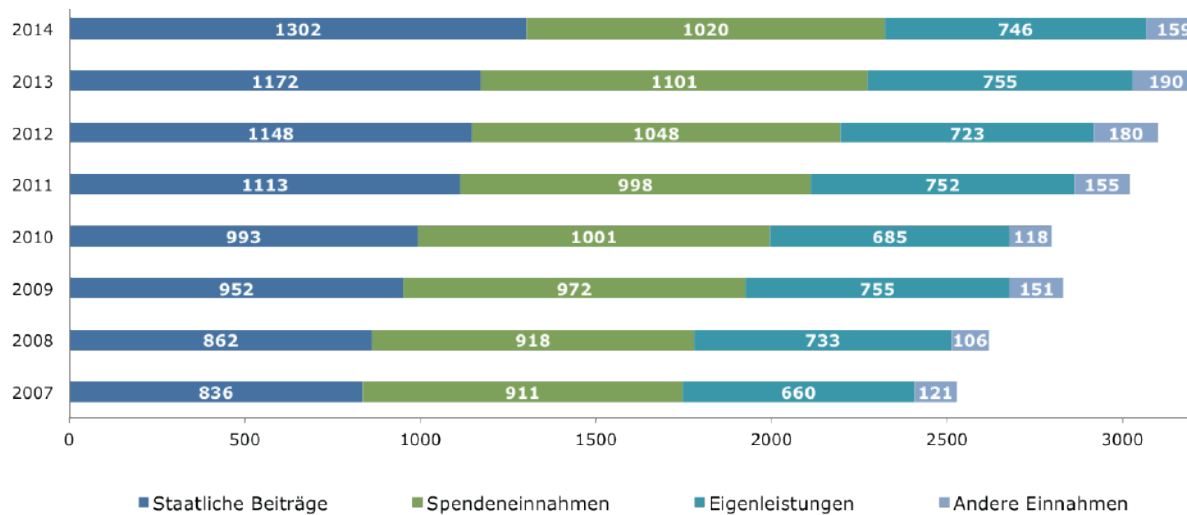
>>> Methodologie nächste Seite

**Grafik 6 | Zuordenbare Spenden nach Zahlungskanal 2013 und 2014**

Zahlungskanal	2014		2013	
	in Mio. Franken	in Prozent	in Mio. Franken	in Prozent
1 Post/Bank	783,9	92,7%	718,2	92,8%
2 LSV	48,7	5,8%	47,9	6,2%
3 andere klassische Kanäle	7,0	0,8%	0,7	0,1%
4 bar	3,0	0,4%	4,2	0,5%
5 eigene Website	2,4	0,3%	2,6	0,3%
6 SMS	0,4	0,0%	0,1	0,0%
7 Website Drittanbieter	0,2	0,0%	0,1	0,0%
<b>Total zuordenbare Spenden</b>	<b>845,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>773,8</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total klassische Kanäle</b>	<b>842,6</b>	<b>99,6%</b>	<b>771,0</b>	<b>99,6%</b>
<b>Total neue Kanäle</b>	<b>3,0</b>	<b>0,4%</b>	<b>2,8</b>	<b>0,4%</b>

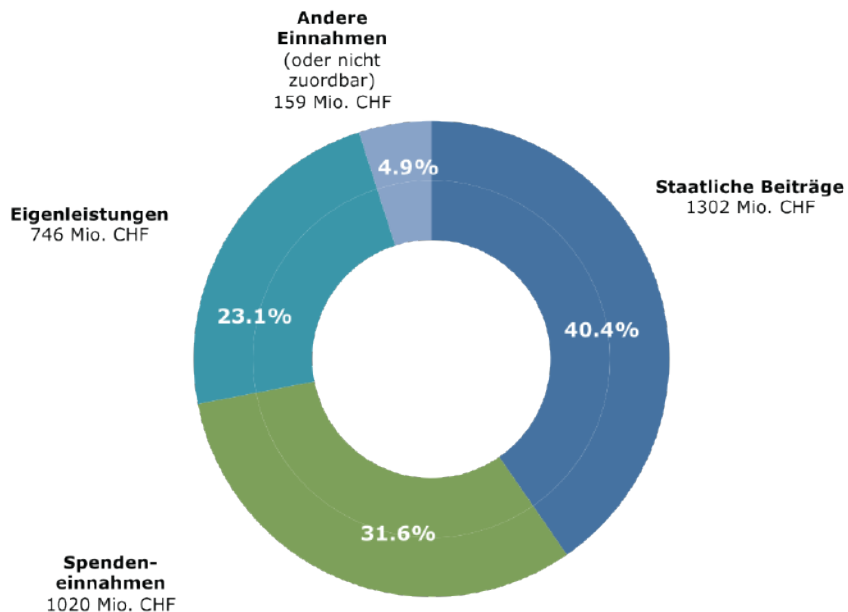
**Grafik 7 | Gesamteinnahmen 2007 bis 2014**

Total 3,23 Mia. Franken von 446 Organisationen mit Zewo-Gütesiegel im Jahr 2014 in Mio. Franken



**Grafik 8 | Gesamteinnahmen 2014**

Total 3,23 Mia. Franken von 446 Organisationen mit Zewo-Gütesiegel



## Methodik

Die vorliegende Statistik der Zewo beruht auf den direkt bei den Organisationen erhobenen Daten zur Einnahmenstruktur. Für die Datenerhebung wurden alle Organisationen mit Zewo-Gütesiegel befragt. Von 446 Organisationen konnten Daten erhoben werden. Wo nötig, wurden die revidierten Jahresrechnungen konsultiert. Je nach Untersuchungsaspekt variiert die Stichprobe aufgrund von Datenlücken um einzelne Organisationen. Die Auswertung erfolgte durch Prof. Dr. Markus Gmür und Remo Aeschbacher M.A. vom Verbandsmanagement Institut (VMI), Universität Freiburg/CH.

### Neue Definition der Einnahmekategorien

Seit 2013 werden Sponsorenbeiträge neu nicht mehr als Spendeneinnahmen, sondern als Eigenleistung betrachtet. Gaben ohne Leistungsauftrag oder Gegenleistung von Gemeinden und Kantonen werden dagegen neu als institutionelle Spenden angesehen (vormals: Gelder der öffentlichen Hand).

Dank der rechtzeitigen Umstellung der Erhebungs-

methoden im Jahr 2007 konnte die Kategorisierung für die vergangenen Jahre ebenfalls angepasst werden. Sämtliche Statistiken mit Ausnahme der Hochrechnung des Spendenvolumens basieren von 2007 bis 2012 auf der neuen Definition der Einnahmekategorien.

Die Zewo-Statistik unterscheidet die folgenden Einnahmekategorien:

- **Spendeneinnahmen**  
Mitglieder- und Gönnerbeiträge (inkl. Patenschaften); private Einzelspenden (Klein- und Grossspenden); Legate; Beiträge von Non-Profit-Organisationen, Kirchen und Glückskette; Zuwendungen von Kantonen und Gemeinden; spezielle Anlässe; weitere Spenden (inkl. nicht zugeordnete)
- **Staatliche Beiträge**  
(z. B. Leistungsaufträge, Beiträge aus Sozialversicherungen)
- **Eigenleistungen**  
(z. B. Verkauf von Waren und Dienstleistungen, Beiträge aus privaten Versicherungen, Sponsorengelder)
- **Andere Einnahmen**  
(z.B. Kapitalerträge).

### Freiwilligenarbeit

Unter Freiwilligenarbeit wird die Anzahl unentgeltlich geleisteter Stunden von Helferinnen und Helfern verstanden. Davon werden die ehrenamtlich geleisteten Stunden abgegrenzt (leitendes Organ).

### Grundlage zur Schätzung des Spendenmarktvolumens

Seit 2010 basiert die Hochrechnung des Gesamtmarktvolumens der Zewo-Spendenstatistik nicht mehr auf den Daten der Spenderbefragung des Spendenmonitors, sondern auf den effektiven Daten aus der Zewo-Statistik, die mit den fehlenden Daten aus den revidierten Jahresrechnungen der grössten 50 Spenden sammelnden Hilfsorganisationen ergänzt wird. Die Hochrechnung erfolgte bis 2013 unter der Annahme, dass sich das Verhältnis von Werken mit und ohne Zewo-Gütesiegel bei den 50 grössten Organisationen gleich verhält wie bei den übrigen Organisationen. Durch den Verzicht der Rega auf das Zewo-Label in 2014 veränderten sich die Proportionen im Spendenmarkt stark, was bei gleicher Methodik die Hoch-

rechnung verzerrt hätte. Deshalb beruht die Hochrechnung neu auf einer fixierten Verhältniszahl, die aus den Erfahrungswerten von 2011 bis 2013 ermittelt wurde.



# Vertrauen in Hilfswerke und Wahrnehmung untersucht

## Ergebnisse der Zewo-Umfrage

**Schweizerinnen und Schweizer spenden viel und haben Vertrauen in die Arbeit der Hilfswerke. Wie sie gemeinnützige Spenden sammelnden Organisationen wahrnehmen, hängt davon ab, ob und wieviel jemand spendet.**

Eine aktuelle Online-Umfrage, die das Institut Demoscope im Auftrag der Zewo durchgeführt hat, zeigt, dass nur 15 Prozent der 15- bis 75-jährigen Wohnbevölkerung in der Deutsch- und Westschweiz angeben, gar nicht zu spenden. 72 Prozent hatten in den vergangenen zwölf Monaten einem Hilfswerk Geld zukommen lassen, 9 Prozent können sich vorstellen, in den nächsten zwölf Monaten zu spenden und die übrigen Befragten machten keine Angaben dazu.

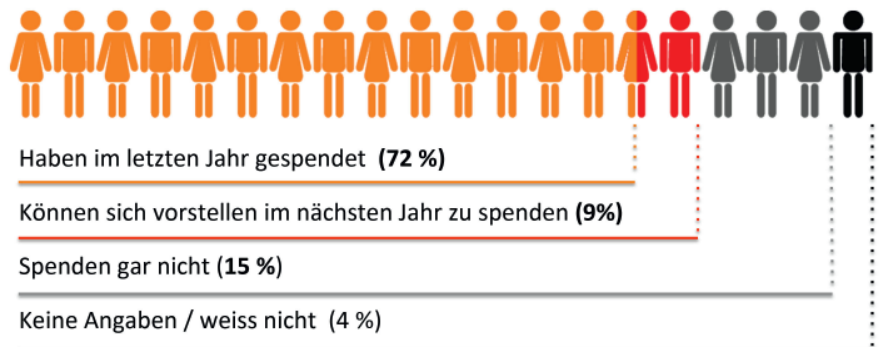
### Hohe Spendenbereitschaft in der Schweiz

Auch im internationalen Vergleich gehört die Schweiz zu den Ländern mit der höchsten Spendenbereitschaft. Im World Giving Index<sup>1</sup> finden sich nur wenige europäische Länder, in denen 70 oder mehr Prozent der Bevölkerung Geld spenden. Dazu zählen Grossbritannien und Irland mit 74 Prozent sowie Island und die Niederlande mit 70 Prozent. Ähnlich hoch liegt der Anteil in Kanada mit 71 Prozent und in den USA mit 68 Prozent. Etwas weniger spendet die Bevölkerung in mitteleuropäischen Ländern wie Dänemark (62%), Österreich (57%), Schweden (55%), Finnland (43%), Deutschland (42%), Belgien (41%) oder Luxemburg (40%). In süd- und zentraleuropäischen Ländern spendet ein wesentlich kleinerer Teil der Bevölkerung. In Italien sind es 28%, in Spanien 27%, in Frankreich 26%, in Portugal 24%, in Ungarn 24%, in Polen 21% und in Tschechien 21%. Die grösste Dynamik im Spendenwesen ist in den kommenden Jahren aufgrund von wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen in Asien sowie in Mittel- und Südamerika zu erwarten. >

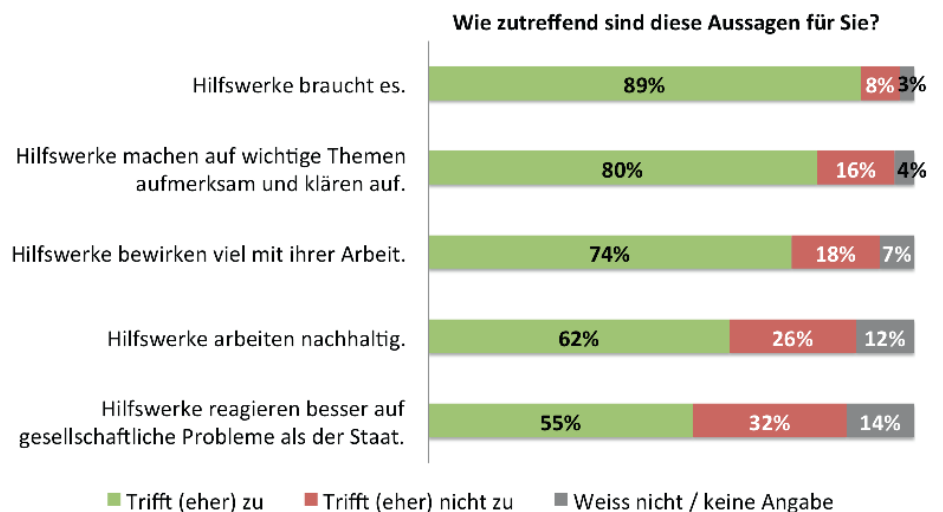
<sup>1</sup> Charities Aid Foundation (CAF), World Giving Index 2014, A global view of giving trends, 2014, www.cafonline.org

## Anteil Spenderinnen und Spender

### Bevölkerung (15- bis 75-jährig)

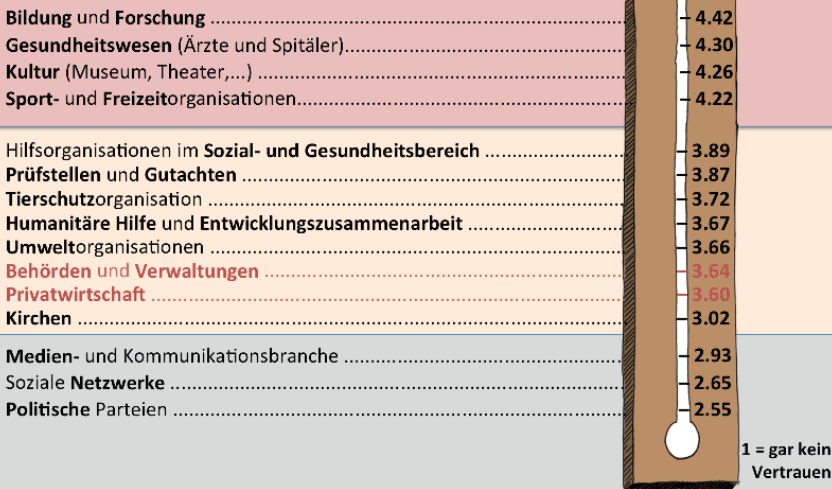


## Bevölkerung: Wahrnehmung von Hilfswerken



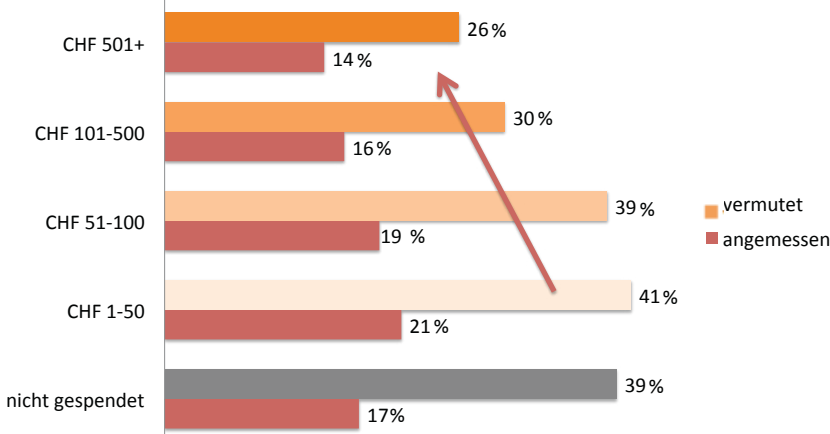
## Spender: Wie gross ist Ihr Vertrauen in folgende Bereiche?

6 = grosses Vertrauen



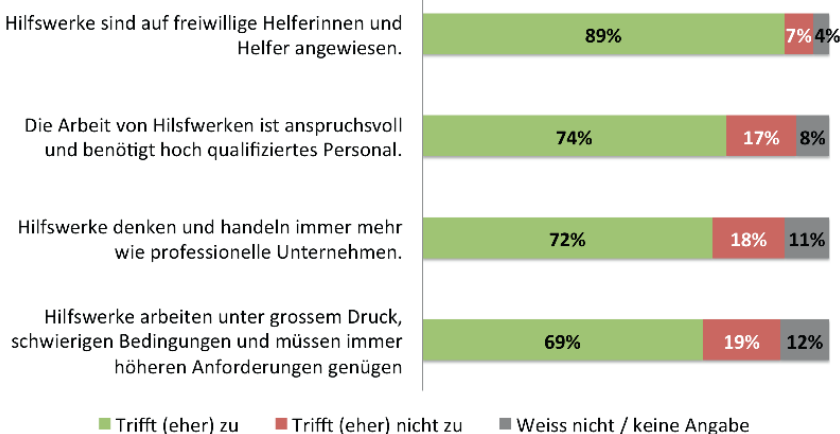
## Nach Spendenhöhe: Wahrnehmung der Kosten von Hilfswerken

Welchen Anteil für Fundraising und Administration ist angemessen?



## Bevölkerung: Wahrnehmung der Leistungserbringung von Hilfswerken

Wie zutreffend sind diese Aussagen für Sie?



## Vertrauen in die Arbeit von Schweizer Hilfswerken

Die hohe Spendenbereitschaft und das anhaltend hohe Spendenvolumen in der Schweiz (siehe Beitrag auf Seite 4) zeigen, dass Hilfswerke viel Vertrauen genießen. Das bestätigt auch die Umfrage der Zewo. Fast 90 Prozent aller Befragten sind der Meinung, Hilfswerke brauche es. Drei von vier geben zudem an, dass Hilfswerke auf wichtige Themen aufmerksam machen und mit ihrer Arbeit viel bewirken.

Spenderinnen und Spendern haben mehr Vertrauen in Hilfswerke als in die Behörden und Verwaltungen, in die Privatwirtschaft, in Kirchen, in die Medien, in Soziale Netzwerke wie Facebook oder auch als in politische Parteien. Bildung und Forschung, Ärzten und Spitälern, Kulturbetrieben sowie Sport- und Freizeitorganisationen vertrauen sie allerdings noch mehr. Anders sieht es bei jenem Teil der Bevölkerung aus, der nicht gespendet hat. Dort ist das Vertrauen in die Privatwirtschaft höher als in Hilfswerke.

## Erwartungen an Effizienz steigen mit Spendenhöhe

Drei von vier Befragten sind darüber informiert, dass Spendensammeln aufwändig ist und etwas kostet. Sie sind sich auch bewusst, dass in jedem Hilfswerk administrative Aufgaben anfallen. Allerdings schätzen sie die Kosten nicht realistisch ein. Sie vermuten, dass gut ein Drittel der Gelder für das Spendensammeln und die Administration benötigt wird. Dieser Wert liegt deutlich über den Angaben der Hilfswerke, wonach sie rund einen Fünftel dafür einsetzen.



Wer mehr spendet, hat eine realistischere Einschätzung. Unabhängig von der Spendenhöhe finden aber alle Befragten, Hilfswerke sollten doppelt so effizient arbeiten, wie sie es ihrer Meinung nach tun. Hilfsorganisationen stehen aufgrund der öffentlichen Meinung unter einem permanenten Druck, kostenbewusst zu arbeiten.

>

### Professionalität ist anerkannt

Drei von vier Befragten verstehen, dass die Arbeit von Hilfswerken anspruchsvoll ist. Sie nehmen sie als professionell wahr und sind sich bewusst, dass die Anforderungen an Hilfswerke steigen: Um die 70 Prozent geben an, dass Hilfsorganisationen unter grossem Druck und unter schwierigen Bedingungen arbeiten. Wer spendet, nimmt Hilfswerke professioneller wahr, als wer nicht spendet.

### Vorurteile halten sich hartnäckig

Umso mehr erstaunt es, dass sich die Vermutung, Hilfswerke würden ihren Chefs zu hohe Saläre bezahlen, hartnäckig hält. Wie eine umfangreiche Zewo-Studie aus dem Jahr 2012 zu den Vergütungen von Stiftungsräten, Vorständen und der Geschäftsleitung von Hilfswerken in der Schweiz zeigte, gibt es im leitenden Organ sehr oft überhaupt keine oder höchstens eine moderate Entschädigung. Die Saläre der Geschäftsleiterinnen und Geschäftsleiter sind der Verantwortung und der Grösse der Organisation angemessen.



Auch im Bezug auf die Höhe von Reserven gibt es eine gewisse Unsicherheit. Nur etwa jeder Dritte ist der Ansicht, dass Hilfswerke keine Spenden horten, die übrigen sind anderer Meinung oder wissen es nicht. Ein Blick in die Jahresrechnungen von Hilfswerken und in die Zewo-Studie zu den Kennzahlen und Benchmarks für Hilfswerke zeigt jedoch ein anderes Bild. Bei vielen Werken reicht das Organisationskapital nicht einmal aus, um die Ausgaben eines Jahres zu decken. Diese und viele weitere Informationen zur Verwendung der Gelder publizieren die meisten Hilfswerke in aussagekräftigen Jahresberichten und Jahresrechnungen. Der eigens für Spenden sammelnde NPOs entwickelte Standard (Swiss GAAP FER 21) hat sich in der Rechnungslegung etabliert.

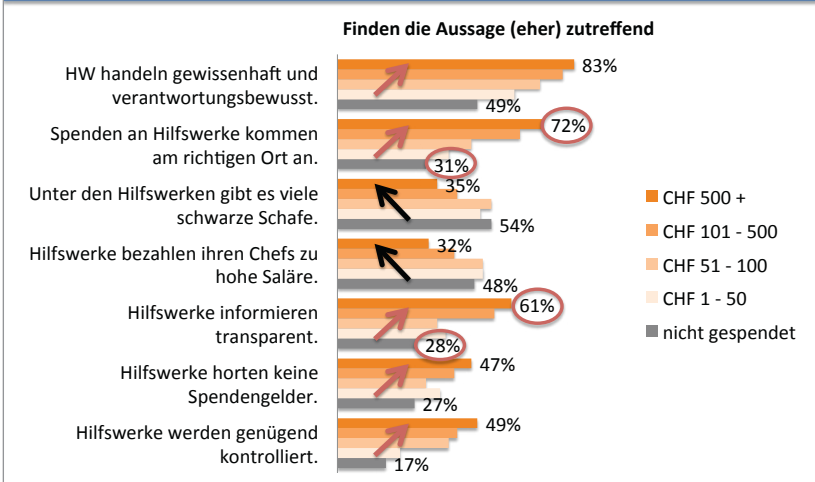
Auch beim Datenschutz ist bei den Befragten eine gewisse Unsicherheit spürbar. Jeder Vierte glaubt, Hilfswerke würden seine persönlichen Daten weitergeben, und jeder Dritte ist unsicher, was mit

seinen Daten passiert. Die Kontrolle von Hilfswerken wird unterschätzt und die Anzahl schwarzer Schafe wird überschätzt.

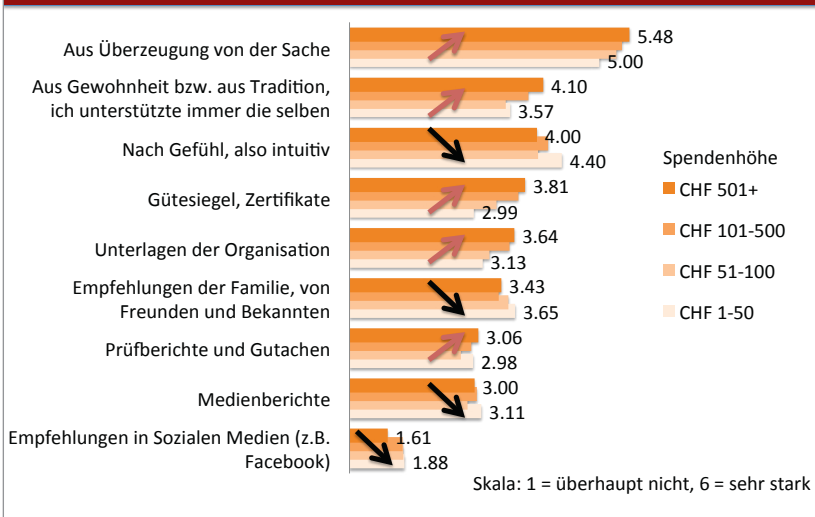
### Wer mehr spendet, ist besser informiert

Wie wichtig transparente Information und Aufklärung sind, zeigt sich daran, dass rationale Faktoren mit zunehmender Spendenhöhe mehr Beachtung finden. Wer mehr spendet achtet beim Spenden stärker auf die Unterlagen der Hilfswerke und auf Gütesiegel oder Zertifikate. Wer mehr spendet, ist also besser informiert, nimmt Hilfswerke positiver wahr und schätzt sie realistischer ein. ■

## Nach Spendenhöhe: Wahrnehmung der Integrität von Hilfswerken



## Wie stark achten Sie auf folgende Faktoren wenn Sie entscheiden, wem Sie spenden?



# Vom Sinn und Unsinn von Mythen

Zewo-Tagung 2015



**Bilder, Erzählungen oder Verhaltensweisen, die sich wiederholen, prägen unsere Wahrnehmung und schaffen Mythen. Sie stiften Sinn und geben Orientierung.**

Die Zewo-Tagung widmete sich im geschichtsträchtigen Jahr 2015 jenen Mythen, die Hilfswerke umranken. Der Medienwissenschaftler, Peter Glassen, zeigte eingangs wie ein Mythos in Symbolen, Bildern, Erzählungen und Ritualen zum Ausdruck kommt. Trotz vielfälti-

ger Erscheinungsformen können alle Mythen auf sieben Grundformen zurückgeführt werden: Schöpfungsmythen, Göttermythen, Welt erklärende Mythen, Menschwerdungsmythen, Heilsbringermythen, Mythen zur Entstehung von Völkern und die Mythen der letz-

ten Dinge. Der Markenexperte veranschaulichte wie machtvoll die Verbindung von Mythen und Marken sein kann und analysierte wie Unternehmen und NPOs Mythen in der Werbung einsetzen. Er plädierte für eine authentische, klare und ehrliche Kommunikation von Hilfswerken.

Die Zewo hat mit dem Institut Demoscope untersucht, wie stark die Bevölkerung Hilfswerken vertraut und wie sie die-

**GROSSES BILD LINKS**  
Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Zewo-Tagung 2015 im Volkshaus Zürich



**OBERE REIHE** *V.L.N.R.*

**Peter Glassen** Hochschule der Künste Bern, **Roland Jeanneret** Moderator, **Mark Eisenegger** Universität Zürich, **Trix Heberlein** und **Martina Ziegerer** Stiftung Zewo

**MITTLERE REIHE**

**Alexander Jaggi** Jung von Matt/Limmat, **Raimund Hasse** Universität Luzern, **Vicky Browning** CharityComms UK

**UNTERE REIHE**

**Norbert Schmuck** Schweiz, Zentralverein für das Blindenwesen, **Christian Engeli** Greenpeace Schweiz, **Adrian Heuss** advocacy ag, **Catherine von Graffenried** fast4meter, **Odilo Noti** Caritas Schweiz



se wahrnimmt (siehe Seite 9). Martina Ziegerer, Geschäftsführerin der Zewo, zeigte, dass die Einschätzung nicht immer realistisch ist und sich manche Vorurteile hartnäckig halten. Aufklärung ist beispielsweise nötig, wenn es um die Kosten, die Vergütungen, die Reserven, den Datenschutz, die Transparenz oder die Kontrolle geht.

Die 150 Teilnehmerinnen und Teilnehmer vertieften an-

schliessend in den Fokusgruppen den Umgang mit Mythen: in der humanitären Hilfe, wenn das Eigen- und Fremdbild nicht übereinstimmen oder bei Themenkampagnen. Sie erhielten Tipps, wie man komplexe Themen anschaulich vermittelt oder üben sich im Geschichtenerzählen.

Vor dem Mittag führte Mark Eisenegger, Leiter des Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft an der

Universität Zürich, aus, wie Medien gesellschaftliche Erwartungen prägen. Er zeigte wie sie Akteure zum Handeln bringen, Kräfte mobilisieren und so die Realität verändern können. Im medialen Wandel sind Hilfswerke gefordert, vergessene Themen auf die Agenda zu setzen. Sie müssen mit evidenzbasierten Informationen im Infotainment-Boom bestehen und in einem zunehmend polarisierten Klima Position

beziehen.

Am Nachmittag räumte Alexander Jaggi, Werber des Jahres 2014, mit Mythen in der Werbung auf und zeigte am Beispiel von pro infirmis, was Kampagnen von Hilfswerken erfolgreich macht. Dass die Wahrnehmung von Hilfswerken auch in anderen Ländern durch die mediale Berichterstattung verzerrt ist, ging aus dem Beitrag von Vicky Browning hervor. Die aus London angereiste Di-

# Fokusgruppen

FORTSETZUNG *Vom Sinn und Unsinn von Mythen*

rektorin von CharityComms arbeitet an einem Sector Narrative für Hilfswerke. Ihre Organisation hat zum Ziel, die verzerrte Wahrnehmung von Hilfswerken in der Öffentlichkeit mittelfristig zu korrigieren.

Professor Raimund Hasse, Leiter des soziologischen Seminars an der Universität Luzern ging in seinem Referat darauf ein, dass auch geteilte Vorstellungen über gute und richtige Organisationsformen Mythen schaffen. Er illustrierte wie organisationale Mythen nicht nur nach aussen, sondern auch innerhalb der Organisation wirken. In diesem Sinne stellte Martina Ziegerer, Geschäftsleiterin der Zewo, zum Schluss der Tagung die überarbeiteten Zewo-Standards vor. Sie zeigte, wie die neuen Standards das Vertrauen in die Hilfswerke stärken, und mit welchen Änderungen zu rechnen ist (siehe dazu auch den Beitrag auf Seite 16). ■



## 1

### Was Spender wünschen und Hilfswerke versprechen

Odilo Noti, Leiter Kommunikation und Marketing von Caritas Schweiz, ging in seiner Fokusgruppe den Fundraising-Mythen in der Humanitären Hilfe nach und stellte sie den Fakten gegenüber.

Berichte und Bilder von Katastrophen betreffen und berühren Spenderinnen und Spender direkt. Sie wollen sofort helfen und das Dringlichste unterstützen. Hilfswerke und Medien verbreiten deshalb gerne den Mythos der hilflosen Überlebenden, die auf die Helfer warten. Fakt ist, dass die Erste Hilfe schnell und zahlreich von den Überlebenden selbst geleistet wird. Bewusst macht das der Verweis zum Elbhochwasser 2002 wo die Medien ganz anders – nämlich über die zahlreichen, tatkräftigen Helfer – berichteten.

Gerne behaupten Hilfswerke auch, dass «es an allem fehle». Fakt ist, dass die Prioritäten in Katastrophenfälle recht klar sind: Als erstes braucht es Latrinen, um Durchfallerkrankungen zu vermeiden, dann sauberes Wasser in ausreichender Menge, dann Unterkünfte, Nahrungsmittel und eine medizinische Basisversorgung. Medien fokussieren bei einer Katastrophe gerne auf die Anzahl der Toten, um deren Ausmass darzustellen. Das sagt auch zweifellos etwas darüber aus, ist aber für die Hilfe nicht entscheidend. Diese gilt den Überlebenden.

Abschliessend plädierte Odilo Noti dafür, dass Hilfswerke ihre Rolle bescheidener und realistischer darstellen. Er forderte dazu auf, den Respekt vor der menschlichen Würde der Betroffenen zu wahren. Um das zu erreichen, sollte sich die Kommunikation der Hilfswerke primär auf die Spenderinnen und Spendern beziehen, aber auch die Medienkommunikation muss überdacht werden.

## 2

### Wenn Eigen- und Fremdwahrnehmung nicht übereinstimmen

Das Umfeld nimmt eine Organisation oftmals anders wahr, als die Organisation sich selber. Norbert Schmuck, Ressortleiter Öffentlichkeitsarbeit und Mittelbeschaffung des Schweizerischen Zentralvereins für das Blindenwesen (SZB), thematisierte in seinem Workshop, wie Eigen- und Fremdwahrnehmung einer Organisation differieren können und wie die Lücke zwischen diesen beiden Wahrnehmungen geschlossen werden kann.

Dabei stellt eine klare und transparente Kommunikation ein wesentliches Element dar, um falsche Vorstellungen richtig zu stellen. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass sich eine Organisation zuerst über das Fremd- und Eigenbild bewusst wird. Dadurch kann sie Differenzen erkennen und sich entscheiden, wie die Fremdeinschätzungen korrigiert werden sollen.

Am konkreten Fallbeispiel des SZB zeigte Schmuck auf, wie sich dieser einer in der Gesellschaft positiven verankerten Vorstellung bediente (Blinde haben einen siebten Sinn) um durch einen Werbespot eine in der Gesellschaft negativ verankerte Einschätzung (blind sein ist schlimm) zu ändern und zu zeigen, dass Blinde durch ihren siebten Sinn sogar Sehenden helfen können. Dieses Beispiel zeigt auch auf, dass nicht alle Fremdwahrnehmungen zerstört werden müssen, sondern dass sich einige Fremdbilder für die Organisation positiv auswirken können.

## 3

### Mythen und Legenden für Themenkampagnen nutzen

Die Vorstellung, wirtschaftliches Wachstum sei gut und alternativlos, ist weit verbreitet. Viele Leute glauben auch, militärische Macht bringe Sicherheit oder Technologie löse unsere Probleme. Christian Engeli, Kampagnenleiter von Greenpeace, kämpft gegen solche Mythen und dagegen, dass Konsum und Besitz unser Leben bestimmen.

Greenpeace setzt sich aber auch mit der eigenen Wahrnehmung und der eigenen Rolle auseinander. Die Organisation wird oft mit Assoziationen wie dem Kampf von David gegen Goliath oder der Vorstellung von weltrettenden Regenbogenkrieger verknüpft. Das damit verbundene Bild vom Helden und Heilsbringer beinhaltet die Erwartung, dass jemand anders unsere Probleme lösen wird und dass man die Rettung der Welt an Greenpeace delegieren kann.

Es wird diskutiert, ob diese Rolle verändert werden kann, wenn nicht mehr die Organisation im Zentrum der Wahrnehmung steht. Die neuen Helden sind die vielen involvierten, sich für eine Sache engagierenden Menschen. Die Organisation wirkt mehr im Hintergrund, indem sie Aktionen koordiniert und Impulse gibt. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer hinterfragen, ob es gelingt, die Wahrnehmung einer Organisation auf deren Mitglieder und Sympathisanten zu übertragen. Sie werfen die Frage auf, ob es nicht auch möglich ist, ein stark verankertes Bild zu pflegen und gleichzeitig die Mitglieder mehr zu involvieren.

## 4

### Wissenschaftskommunikation: Die Kunst, komplexe Themen anschaulich zu vermitteln

Viele NPOs müssen trockene, wissenschaftliche Daten und Ergebnisse für die Öffentlichkeit schmackhaft aufbereiten. Wie das am besten gelingt, thematisierte Adrian Heuss von «advocacy ag - communication and consulting» in seiner Fokusgruppe. Er vermittelte einfache Tipps und Tricks, welche die Aufmerksamkeit und das Verständnis beim Lesen fördern.

Vor dem Schreiben, sollte sich ein Autor überlegen, an welche Zielgruppe sich der Text richtet. Auch das Publikationsmedium und die Umfangvorgabe für den Text, sollte er kennen, bevor er den ersten Satz schreibt. Ein interessanter Text geht auf die wichtigsten Informationen bereits am Anfang ein. Studien zeigen, dass Leser in den ersten 20 Sekunden entscheiden, ob sie einen Text zu Ende lesen oder nicht. Klar und einfach formulierte Sätze steigern die Lesbarkeit. Jedes unnötige Adjektiv sollte ein Autor vermeiden. Beispielsweise sollte man nicht von einem «heftigen Sturm» schreiben, da Stürme immer heftig sind. Mit dem gezielten Einsatz von treffenden Verben und Nomen kann auf viele Adjektive verzichtet werden. Das hält einen Text kurz und steigert den Informationsgehalt. Einfache Begriffe sind langen oder komplizierten Wörtern vorzuziehen. Dem Leser hilft es, wenn ein Autor Beispiele, Bilder oder Analogien verwendet. Der Inhalt solcher Texte bleibt dem Leser besser in Erinnerung. Ein Text muss beim ersten Mal Lesen verständlich sein. Deshalb ist Gegenlesen wichtig. Ein guter Text wird von der Zielgruppe verstanden und vom Experten als korrekt eingestuft.

## 5

### Heikle Themen erfolgreich vermitteln und Realität angehen

In der kreisförmig angeordneten Sitzordnung blicken die Teilnehmenden auf einen vielversprechenden Koffer, der an eine Schatztruhe erinnert und die grosse Catherine von Graffenried (1m84cm) - die weibliche Hälfte der Agentur fast4meter - stellt die Einleitungsfrage: «Warum haben Geschichten so viel Kraft?». Geschichten bleiben in Erinnerung, viel mehr als dies Zahlen und Fakten vermögen. Authentisches Storytelling hat daher den Anspruch Kopf und Herz anzusprechen, um materiellen und immateriellen Gütern eine bewegende Geschichte einzuhauchen. Anhand eines Inhalationsapparats für Menschen mit zystischer Fibrose wird die Verbindung zwischen Mensch und Produkt aufgezeigt. Der Entwickler des Geräts wollte sein an der chronischen Stoffwechselkrankheit erkranktes Patenkind mit einem Geschenk überraschen. Nach sieben Jahren ist das Produkt mit seiner einzigartigen Geschichte nun auf dem Markt.

Anlass zur Diskussion gibt der Anspruch, die «wahre Geschichte» zu erzählen. Möglicherweise gibt es nie die allgemein gültige wahre Geschichte, doch soll es die Aufgabe einer Geschichte sein, den Wahrheitskern zu nähren. Mit ihrem eigenen berührenden Schicksal zeigt Catherine von Graffenried wie Geschichten eine neue Richtung bestimmen können.

Die am heutigen Tag mehrfach thematisierten Mythen wie der Gründermuthos, der Heldenmythos oder Wirkungsgeschichten werden durch erfolgreiches Storytelling lebendig. ■

# Zweite Lesung neue Zewo-Standards

Das Vertrauen der Spenderinnen und Spender stärken



**Die 21 neuen Zewo-Standards fokussieren auf jene Aspekte, die für das Vertrauen von Spenderinnen und Spendern besonders wichtig sind. Nach dem die über 80 Rückmeldungen aus der Vernehmlassung ausgewertet sind, liegt jetzt eine überarbeitete Version für die zweite Lesung vor.**

Die neuen Zewo Standards beinhalten jeweils einen Grundsatz, der im weiteren Text präzisiert wird. Aktuell liegen sie in Form von 21 Tabellen vor. Daraus ist auch ersichtlich, wie die Zewo die Einhaltung der Standards prüfen will.

In der Vernehmlassung sind sämtliche Standards auf Zustimmung gestossen. Aufgrund der Rückmeldungen haben wir einzelne Passagen präzisiert, ergänzt oder etwas flexibler gestaltet. Wir danken allen, die mit ihrem Feedback zur Verbesserung beigetragen haben. Gleichzeitig bitten wir um Verständnis, dass es nicht möglich war, jedes einzelne Votum zu übernehmen. Teilweise gingen die Rückmeldungen in unterschiedliche Richtungen oder es handelte sich um Einzelmeinungen. Wir haben für die Überarbeitung jeweils nach dem gemeinsamen Nenner gesucht. Die überarbeitete Version kann jetzt von [www.zewo.ch](http://www.zewo.ch) heruntergeladen werden. Die Änderungen gegenüber der Version, die in die Vernehmlassung ging, sind rot markiert.

## Was betrifft wen?

Die Standards 1 bis 14 richten sich an alle Organisationen mit Zewo-Gütesiegel. Standard Nummer 15 gilt nur für NPOs mit Finanzanlagen von mehr als zwei Millionen Franken. Die Standards Nummer 16 und 17 sind für nationale bzw. interna-

tionale Netzwerke. Die Standards Nummer 18 und 19 betreffen alle Organisationen, die Fundraising betreiben. Und Standard 20 gilt für diejenigen, die im Fundraising oder in der Kommunikation mit Dritten zusammenarbeiten. Standard Nummer 21 gilt ausschliesslich für Hilfswerke, die nationale oder überregionale Sammlungen durchführen und pro Jahr mehr als 5 Millionen Franken Spenden einnehmen.

## Unterschiede für grosse und kleine Organisationen

Einige, vor allem kleinere Organisationen befürchteten, dass die Erfüllung der Standards für sie zu aufwändig wird. Die neuen Zewo-Standards tragen der Grösse der Hilfswerke jedoch Rechnung. Das zeigen Formulierungen wie «angemessen» oder «adäquat». Es gibt in einzelnen Standards unterschiedlichen Anforderungen für grosse und kleine Organisationen. Beispielsweise in Bezug auf die Jahresrechnung und die Revision. Auch bei der Beurteilung der Kostenstruktur berücksichtigen wir die Grösse der Organisation. Zudem soll ein risikoorientiertes Prüfverfahren entwickelt werden, bei dem die Grösse der Organisation ebenfalls eine Rolle spielt. Für kleine und mittelgrosse Sektionen von nationalen Netzwerken gibt es zudem weiterhin ein vereinfachtes Prüfverfahren.

## Zeitplan

Bis am 31. Oktober 2015 nimmt die Zewo allfällige Kommentare zu den Anpassungen entgegen. Der Zewo-Stiftungsrat wird die überarbeiteten Standards in seiner Sitzung im Dezember 2015 behandeln und angemessene Übergangsfristen bestimmen. Sobald der Inhalt der Standards verabschiedet ist, werden wir das risikoorientierte Prüfverfahren darauf anpassen. Wir möchten das neue Prüfverfahren zuerst mit Pilot-Organisation testen, bevor wir es für alle verbindlich einführen. Die Prüfungen nach den neuen Standards erfolgen frühestens im Sommer 2017.

## Ergebnisse der Vernehmlassung und wichtigste Neuerungen

87 Prozent der Teilnehmer aus der Vernehmlassung sind der Ansicht, dass die neuen Zewo-Standards die wesentlichen Risiken abdecken, die das Vertrauen von Spenderinnen und Spender in gemeinnützige Organisationen gefährden. 75 Prozent finden, dass keiner der 21 Standards überflüssig ist. Bei den Kommentaren zu den einzelnen Standards gab es sowohl Voten, die für höhere Anforderungen plädierten als auch solche, die sich für weniger hohe Anforderungen und mehr Flexibilität aussprachen. Oftmals ging es aber um die Präzisierung von Formulierungen. Aus der nachfolgenden Übersicht gehen die Ergebnisse der Vernehmlassung zu den einzelnen Standards und die wichtigsten Neuerungen gegenüber den aktuell geltenden Standards hervor.

>



## DEFINITION

### Standard

**1**

Die Non-Profit Organisationen übt eine gemeinnützige Tätigkeit aus.

Der Standard beschreibt das bisherige Tätigkeitsfeld der Zewo und die bestehende Praxis in Abgrenzungsfragen. In der Vernehmlassung gab es vor allem Anmerkungen, die der besseren Verständlichkeit und Präzisierung dienten. Diese wurden weitgehend übernommen. Vereinzelt wurde die Abgrenzung von gemeinnützi-

gen Organisationen gegenüber Organisationen, die vorwiegend politische, religiöse oder weltanschauliche Tätigkeiten ausüben kritisch kommentiert und darauf hingewiesen, dass es häufig eine gewisse Vermischung von gemeinnütziger Tätigkeit und beispielsweise politischen Anliegen gebe und die Abgrenzung aufwändig sei.

Wir sind uns dessen bewusst. Die aufwändige Analyse zum genauen Einsatz der Projektmittel wird auch nur dann durchgeführt, wenn nicht klar ist, ob die gemeinnützige Tätigkeit im Vordergrund steht. Die Abgrenzungsfrage stellt sich in der Praxis nur selten.

## GRUNDSÄTZE

Standard	Frage zur Vernehmlassung	Ergebnis
<b>2</b> Die Organisation ist integer und handelt ethisch.	Die bisherigen Regeln bezogen ethische Aspekte vor allem auf das Fundraising und auf die Kommunikation. Neu gelten sie für alle Handlungsfelder einer gemeinnützigen NPO. Finden Sie Standard 2 sinnvoll?	<b>Ja 92%</b>



Dieser Standard ist neu. Er betont die Integrität der Organisation stärker und definiert sie umfassender als in den bisherigen Zewo-Standards. Für das Vertrauen von Spenderinnen und Spendern ist die Integrität der Organisation zentral. Hilfswerke mit Zewo-Gütesiegel, die sich zur Einhaltung dieser bewusst allgemein gehaltenen Prinzipien verpflichten, sollen sich klar von dubiosen Spendensammlern un-

terscheiden. Wir haben einzelne Kommentare zur Formulierung in Bezug auf die Einhaltung des schweizerischen Rechts erhalten und diesen Punkt überarbeitet. Für die Prüfung des Standards sind Hinweise auf abweichendes Verhalten ausschlaggebend. In diesem Zusammenhang nimmt auch der Auskunfts- und Beschwerdeservice der Zewo eine wichtige Funktion wahr.

## FÜHRUNG UND ORGANISATION

Standard	Frage zur Vernehmlassung	Ergebnis
<b>3</b> Die leitenden Organe nehmen ihre Verantwortung wahr.	Wir übernehmen die wichtigsten Punkte aus dem bisherigen Zewo-Reglement und aus dem Swiss NPO Code. Auf formalistische Regeln verzichteten wir soweit als möglich. So ist neu unter gewissen Voraussetzungen Einzelunterschrift bis zu einem bestimmten Betrag zulässig. Das aktuelle Thema «Umgang mit Interessenbindungen und -konflikten» ist jetzt explizit adressiert. Sind Sie der Ansicht, dass die neuen Regeln zur Corporate Governance (Standard 3-7) die relevanten Punkte abdecken?	<b>Ja 76%</b>
<b>4</b> Das oberste Leitungsorgan besteht aus mindestens fünf von einander unabhängigen Mitgliedern.		
<b>5</b> Interessenbindungen sind transparent und Interessenkonflikte werden vermieden.		
<b>6</b> Das oberste Leitungsorgan und die operative Geschäftsführung sind personell und funktionell getrennt.		
<b>7</b> Die Organisation verfügt über angemessene interne Kontrollen und ein adäquates Risikomanagement.		

## CORPORATE GOVERNANCE

Die Standards zur Corporate Governance stellen eine Verbindung der bisherigen Zewo-Standards mit den Kernteilen des Swiss NPO Codes dar. Diese wurden sinngemäss, aber allgemeiner formuliert in die neuen Zewo-Standards integriert. Somit braucht es nicht mehr zwei parallele Regelwer-

ke. Hilfswerke müssen fortan auch nicht mehr zwei separate Prüfverfahren durchlaufen. In den neuen Zewo-Standards wird die Verantwortung des obersten Leitungsorgans klarer bezeichnet. Sie umfasst unter anderem das Risikomanagement und eine angemessene interne Kontrolle. Es werden

keine Arbeitsweisen, Strukturen oder Verfahren vorgegeben. Die Organisation legt diese selber in angemessener Weise fest. Neu ist auch der *transparente* Umgang mit *relevanten* Interessenbindungen und die Vermeidung von Interessenkonflikten adressiert.



## INTERNE KONTROLLE UND RISIKOMANAGEMENT



Im Standard zur angemessener internen Kontrolle und zum adäquaten Risikomanagement wird die Grösse der Organisation berücksichtigt. Grosse Organisationen müssen bereits heute aufgrund von gesetzlichen Anforderungen über ein doku-

mentiertes IKS verfügen, welches im Rahmen der ordentlichen Revision geprüft wird. Dieses Dokument bildet auch die Grundlage für die Prüfung durch die Zewo. Sie bezieht sich insbesondere auf jene Aspekte, die nicht die Jahresrechnung betreffen und von der Revisionsstelle nicht geprüft werden. Bei Organisationen mit weniger als 50 Mitarbeitern, weniger als 20 Millionen Umsatz und weniger als 10 Millionen Bilanzsumme wird kein dokumentiertes IKS verlangt. Hier ge-

nügt es, wenn beispielsweise aus Protokollen ersichtlich ist, dass das oberste Leitungsorgan die beschriebenen Aufgaben wahrnimmt.

In der überarbeiteten Version wird auch die Prävention und Bekämpfung von Korruption erwähnt. Für Hilfswerke, die in diesem Bereich einem besonderen Risiko ausgesetzt sind, wird abgeklärt, ob in Zusammenarbeit mit Transparency International Angebote zur Schulung- und Sensibilisierung ent-

wickelt werden können.

In den bisherigen Zewo-Standards galt generell kollektive Zeichnungsberechtigung. Eine konsequente Umsetzung dieser Regel auf allen Organisationsstufen erwies sich nicht als praxistauglich. Neu sollen Ausnahmen mit angemessen begrenzter Einzelunterschrift möglich sein.

## VERGÜTUNGEN

Standard	Frage zur Vernehmlassung	Ergebnis
<p><b>8</b> Die Mitglieder des obersten Leitungsorgans erbringen ihre Leistung grundsätzlich ehrenamtlich. Die Vergütungen der Angestellten sind angemessen.</p>	<p>Im leitenden Organ gilt weiterhin der Grundsatz der Ehrenamtlichkeit. Für besonderen zeitlichen Aufwand und für Aufträge, die unter Einhaltung bestimmter Voraussetzungen erteilt wurden, sind moderate Entschädigungen möglich. Die 100-Stunden Regel gilt nicht mehr. Ist dieser in Standard 8 festgehaltene Ansatz praxistauglich?</p>	<p><b>Ja 70%</b></p>

Mitglieder des obersten Leitungsorgans nehmen ihre Aufgaben weiterhin grundsätzlich ehrenamtlich wahr. Für zeitlich besonders aufwändige Aufgaben können unter bestimmten Voraussetzungen moderate Vergütungen ausgerichtet werden. Das Erteilen von Mandaten für andere Aufgaben ist ebenfalls geregelt und an bestimmte Voraussetzungen geknüpft.

Neu ist definiert, was zur Vergütung zählt: Zeitbezogene Formen der Entschädigung wie Stunden- oder Tagessätze gehören ebenso dazu wie jede Art

von Pauschalen. Die Definition schliesst also auch Amtspauschalen, Sitzungsgelder oder Spesenpauschalen ein. Diese vom zeitlichen Aufwand unabhängigen Vergütungen sind nicht mit der Regel vereinbar, wonach erst Vergütungen ausgerichtet werden können, wenn



100 Stunden ehrenamtliche Arbeit geleistet wurde. Künftig soll deshalb auf die ohnehin nur schwer kontrollierbare 100-Stunden Regel verzichtet werden.

Aufgrund der zahlreichen Rückmeldungen aus der Vernehmlassung wurde die Formulierung zu den Vergütungen für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter überarbeitet. Unser Bestreben ist es, mit dieser Regelung Exzesse bei den Vergütungen, die sich negativ auf den gesamten Sektor auswirken, zu vermeiden. Dazu wird die Zewo weiterhin die Vergü-

tung an die Geschäftsleiterinnen und Geschäftsleiter sowie die Vergütung an den Präsidenten oder an die Präsidentin beurteilen. Es bleibt aber in der Verantwortung der Organisation, die Saläre der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angemessen zu gestalten.

Swiss GAAP FER 21 verlangt ab 2016 die Offenlegung der Summe aller Vergütungen an die Mitglieder der Geschäftsleitung. Auf das Offenlegen von Salären einzelner Personen kann in der Jahresrechnung verzichtet werden.

## LEISTUNGSERBRINGUNG: EFFIZIENZ

Standard	Frage zur Vernehmlassung	Ergebnis
<b>9</b> Die Organisation setzt ihre Mittel effizient für ihren Zweck und die damit verbundene Administration und Mittelbeschaffung ein.	Wir beurteilen künftig nur noch zwei statt wie bisher drei Kennzahlen. Welche finden Sie für Standard 9 geeigneter? a) Anteil für Projekte & Dienstleistungen sowie Anteil für Fundraising & Werbung b) Anteil für Projekte & Dienstleistungen sowie Fundraising-Effizienz	<b>77% für a</b>



Neu sind im Standard zur Effizienz absolute Grenzwerte enthalten: Mindestens 65% der Mittel müssen für die Leis-

tungserbringung, also für Projekte und Dienstleistungen, eingesetzt werden. Der Projektbegleitaufwand, beispielsweise für die Evaluation und die Kontrolle eines Projektes, zählt ebenfalls dazu. Der maximale Anteil für Fundraising und Administration beträgt also 35%, wobei höchstens 25% für das Fundraising und die Werbung eingesetzt werden dürfen.

Zur Beurteilung der Effizienz

wird auf Grund der Ergebnisse aus der Vernehmlassung die Kostenstruktur beurteilt. Wir prüfen weiterhin den Einzelfall anhand der Richtwerte aus den Zewo-Kostenstudien. Im konkreten Fall können die zulässigen Grenzwerte also je nach Tätigkeitsgebiet, Grösse, Struktur und Finanzierung einer Organisation auch tiefer liegen als die absoluten Grenzwerte. Die Fundraising-Effizienz soll nur

orientierungshalber beurteilt werden. Dementsprechend ist das Verhältnis von Aufwand zur Mittelbeschaffung und Spendeneinnahmen nicht Teil des Standards.

Neu müssen die Kosten in der revidierten Jahresrechnung nach der Zewo-Methodik ausgewiesen werden, so dass die Spenderinnen und Spender dieselben Zahlen beurteilen wie die Zewo.

## LEISTUNGSERBRINGUNG: WIRKUNG

Standard	Frage zur Vernehmlassung	Ergebnis
<b>10</b> Die Organisation setzt ihre Mittel effizient für ihren Zweck und die damit verbundene Administration und Mittelbeschaffung ein.	Das statuarisch verankerte Versprechen, dass Hilfswerke mit Zewo-Gütesiegel Spenden wirksam einsetzen, soll eingelöst werden. Standard Nummer 10 fordert dementsprechend wirkungsorientiertes Handeln ein. Ist dieser Ansatz geeignet?	<b>Ja 58%</b>

Der neue Zewo-Standard verlangt, dass die Organisation wirkungsorientiert handelt. Damit ist gemeint, dass sie Wirkungsziele definiert, deren Erreichung auf geeignete Weise verfolgt und im Rahmen der jährlichen Berichterstattung darüber in-

formiert. Aufgrund der Rückmeldungen aus der Vernehmlassung wurde dieser Standard in Bezug auf die Berichterstattung flexibler gestaltet. Formelle und inhaltliche Abweichungen von der vorgegebenen Berichterstattung kön-

nen erläutert werden. Die Zewo kontrolliert, ob die Organisation im oben beschriebenen Sinne wirkungsorientiert handelt und ob sie über ihre Wirkung berichtet. Wir geben keine einheitlichen Methoden vor.



## LEISTUNGSERBRINGUNG: RESERVEN

Standard	Frage zur Vernehmlassung	Ergebnis
<b>11</b> Die Organisation verfügt über angemessene Reserven	Standard Nummer 11 adressiert das medial ab und zu aufgegriffene Thema «Reserven». Er gibt keine fixen Grenzwerte vor. Solche würden der Vielfalt gemeinnütziger Organisationen nicht gerecht. Hilfswerke mit sehr hohem oder sehr tiefem Organisationskapital sollen sich aber mit dem Thema «Reservenziele» auseinandersetzen. Sie bestimmen selber, welche Ziele ihrer Situation angemessen sind. Finden Sie diesen Ansatz richtig?	<b>Ja 74%</b>

Dieser Standard ist neu und adressiert das Thema Reserven. Er betrifft nur jene Organisationen, bei denen das Organisa-

tionskapital für weniger als 3 Monate oder mehr als 18 Monate zur Deckung des gesamten Aufwands der Organisati-

on reicht sowie jene Organisationen, bei denen das Organisations- plus das Fondskapital für mehr als 24 Monate reichen.

In der Vernehmlassung wurde vor allem die obere Bandbreite kontrovers diskutiert. Einige fanden sie zu hoch, andere

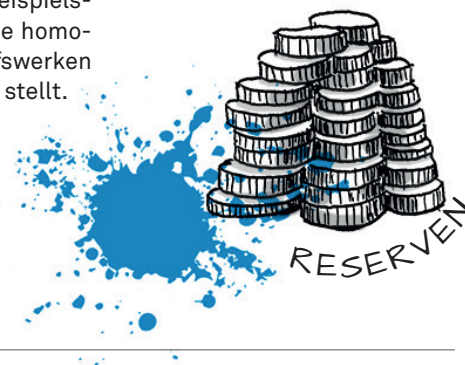
zu tief und wieder andere wollten sie ganz weglassen. Aus den Rückmeldungen ist nicht erkennbar, in welche Richtung die Anpassung gehen soll. Die Hauptstossrichtung ist jedoch klar erkennbar: 57% der Teilnehmenden befürworten den Standard kommentarlos, weitere 5% stimmen explizit zu und 12% würden den Standard eher verschärfen, respektive

die Obergrenze senken.

Mit diesem Standard soll signalisiert werden, dass ein gewisses Mass an Reserven aus Sicht der Zewo sinnvoll und nötig ist. Dadurch, dass die Organisation ihre Reservenziele selber setzt, tragen wir der Heterogenität der Organisationen Rechnung.

Verlangt wird, dass sich die Organisation aktiv mit ihren Re-

serven auseinandersetzt, sofern sich diese ausserhalb einer gewissen Bandbreite befinden. Da es sich nicht um fixe Grenzen handelt, ist es möglich, dass andere Institution, wie beispielsweise die Deza für eine homogenere Gruppe von Hilfswerken andere Anforderungen stellt.



## LEISTUNGSERBRINGUNG: TRANSPARENZ

Standard

12

Die Organisation ist transparent.



Es gibt verschiedenen Möglichkeiten, über die erbrachte Leistung zu berichten. Wichtig ist, dass die zentralen Informationen im Jahresbericht vorhanden sind. Der Standard wurde zur besseren Verständlichkeit diesbezüglich neu formuliert,

bleibt inhaltlich aber gegenüber der Vernehmlassung unverändert. Hilfswerke müssen den Jahresbericht und den Revisionsbericht mit revidierter Jahresrechnung auf ihrer Website veröffentlichen. Dafür muss der Jahresbericht nicht mehr zwin-

gend in gedruckter Form vorliegen. Der zeitgemässe Standard soll die Transparenz im gesamten Sektor erhöhen, auch wenn die meisten zertifizierten Hilfswerke diese Informationen bereits heute online zur Verfügung stellen.

## FINANZEN: JAHRESRECHNUNG

Standard

13

Die Jahresrechnung vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

Frage zur Vernehmlassung

Es gelten weiterhin die Bestimmungen von Swiss GAAP FER. Hilfswerke mit Zewo-Gütesiegel publizieren ihren Aufwand für Mittelbeschaffung und Administration neu nach der Zewo-Methodik in der Jahresrechnung. Bisher genügte der Ausweis nach der vorgegebenen Methode gegenüber der Zewo. Begrüssen Sie die verbesserte Transparenz in Standard 13?

Ergebnis

Ja 82%

Der Standard verlangt weiterhin eine Jahresrechnung nach Swiss GAAP FER, wobei kleine Organisationen nur FER 21 und die Kern-FER Bestimmungen einhalten müssen. Für grosse Hilfswerke gelten Swiss GAAP FER 21 und die gesamten FER Bestimmungen.

Ab dem 1.1.2016 treten die überarbeiteten Bestimmungen

von Swiss GAAP FER 21 in Kraft. Dabei wurden insbesondere die Angaben im Anhang entschlackt: Neu muss mit dem Ausweis der Kosten auch die Berechnungsmethode angegeben werden. Für Hilfswerke mit Zewo-Gütesiegel bedeutet dies, dass sie die Kosten nach der von der Zewo veröffentlichten Methode ausweisen müssen. Dies führte zu einigen

Kommentaren in der Vernehmlassung. Es ist aber nicht vertretbar, dass Hilfswerke gegenüber der Zewo andere Angaben zu den Kosten machen als gegenüber der Öffentlichkeit. Wie eine möglichst einheitliche Anwendung der Zewo-Methodik erreicht wird, ist noch zu prüfen. Gegebenenfalls muss die Methodik überarbeitet werden.



## FINANZEN: REVISION

Standard

14

Eine unabhängige und fachlich befähigte Revisionsstelle prüft die Jahresrechnung



Der Standard zur Revision entspricht inhaltlich weitgehend den bisherigen Bestimmungen. In der Vernehmlassung wurde die zusätzliche Bestätigung der Zewo-Bestimmungen im Revisionsbericht kritisch kommentiert. Zum einen wird befürchtet, dass die Prüfung zusätzliche Kosten verursacht und zum andern wird angeführt, dass die Punkte teilweise nicht oder nur schwer zu prüfen sind. Zudem ist das Testat nicht der geeignetste Ort, um das Ergebnis der Prüfung zu kommunizieren.

Es wurden verschiedene Alternativen diskutiert. Am sinnvollsten scheint die Lösung, dass sich die Revisionsstelle im umfassenden Bericht oder Managementletter zur Einhaltung der Zewo-Bestimmungen äussert, sofern es einen solchen gibt. Es wird kein separater Bericht der Revisionsstelle zur Einhaltung der geprüften Zewo-Bestimmungen angestrebt. Das wäre zu aufwändig.

Mit der Treuhandskammer/Expert Suisse wird die Möglichkeit einer gemeinsam in-

formationsveranstaltung oder Schulungen für Revisoren von Zewo-Werken abgeklärt.



## FINANZEN: ANLAGEN

Standard

15

Die Organisation legt allfällige Finanzanlagen nachhaltig gemäss einem Anlagereglement an.

Frage zur Vernehmlassung

Die bisherigen Zewo-Standards thematisieren die Finanzanlagen nicht. Dies führte zu Unrecht zu negativen Medienberichten. Nur wenige Spenden sammelnde Organisationen haben hohe Finanzanlagen. Sie verfügen in der Regel über ein Anlagereglement. Der neue Standard hält also nur die gängige Praxis fest. Einzig, dass das Reglement auch ethische Aspekte berücksichtigen soll, dürfte noch nicht überall umgesetzt sein. Finden Sie die Formulierung von Standard 15 o.k.?

Ergebnis

Ja 88%

Die Anlage von Finanzen war in den bisherigen Standards nicht adressiert. Diese Lücke soll mit den neuen Standards geschlossen werden. Die zusätzliche Anforderung betrifft nur jene Hilfswerke, die über Finanzanlagen von mehr als 2 Millionen Franken verfügen. Verlangt wird ein Anlagereg-

lement, in dem unter anderem auf ethische, soziale und ökologische Aspekte eingegangen wird.

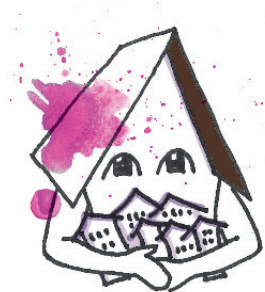
Die meisten Hilfswerke, die über Finanzanlagen in dieser Grössenordnung verfügen, legen ihre Finanzmittel bereits heute nach einem schriftlich formulierten Reglement an. Die

Organisation bleibt für die nachhaltige Anlage der Finanzen selber verantwortlich.

Der Standard wird sehr klar begrüsst. Teilweise wird eine genauere Umschreibung gewünscht. Die Formulierung wurde deshalb präzisiert, soll aber bewusst auch den nötigen Freiraum gewähren.

## VERANTWORTLICHKEIT: NATIONALE NETZWERKE

Standard	Frage zur Vernehmlassung	Ergebnis
<b>16</b> Dachverbände fördern die Einhaltung der Zewo-Standards bei den ihnen angeschlossenen Organisationen.	Spenderinnen und Spender unterscheiden nicht zwischen einer nationalen Dachorganisation und kantonalen Sektionen mit gleichem Namen. In vielen Netzwerken sind kantonale Organisationen aber sehr autonom. Für Dachorganisationen ist es entsprechend schwierig, für die Einhaltung der Zewo-Standards bei den kantonalen Organisationen zu sorgen. Wir haben den Wortlaut von Standard 16 deshalb angepasst. Der Ablauf bleibt im Prinzip gleich, ausser dass sehr grosse kantonale Organisationen neu ein ordentliches Prüfverfahren durchlaufen. So kann die Zewo bei diesen bedeutenden Organisationen für die Einhaltung der Standards sorgen. Finden Sie das sinnvoll?	<b>Ja 85%</b>



Der Standard bezweckt, dass die Dachorganisationen fördern, dass alle Sektionen sich von der Zewo auf die Einhaltung der Standards prüfen lassen. Aus der Vernehmlassung ging hervor, dass es einzelne Dachorganisationen gibt, die bei der Prüfung eine aktive Rolle wahrnehmen wollen und andere, die

dies nicht wollen. Im überarbeiteten Wortlaut wurde nach einer Lösung gesucht, die auf diese Unterschiede eingeht.

Für kleine Sektionen gibt es weiterhin ein vereinfachtes Prüfverfahren. Dieses berücksichtigt neu, ob die Dachorganisation die Sektionen selber prüft oder nicht.

Neu sollen grosse Sektionen (>50 FTE, >20 Mio. Umsatz, >10 Mio. Bilanzsumme) das vollständige Prüfverfahren der Zewo durchlaufen. Dies jedoch unabhängig davon, ob die Dachorganisation die Sektion selber prüft oder nicht.



## VERANTWORTLICHKEIT: INTERNATIONALE NETZWERKE

Standard	Frage zur Vernehmlassung	Ergebnis
<b>17</b> In internationalen Netzwerken ist die Spenden sammelnde Organisation für den zweckbestimmten Einsatz der ihr anvertrauten Mittel verantwortlich.	Standard 17 übernimmt die bisherige Regel im Wesentlichen. Finden Sie dies zweckmässig?	<b>Ja 86%</b>

Der Standard soll sicherstellen, dass Organisationen, die in der Schweiz Spenden sammeln, die gesammelten Gelder nicht einfach an das internationale Netzwerk weiterlei-

ten, ohne eine Mitverantwortung zu haben und Rechenschaft über die Verwendung der Mittel zu erhalten. In der Praxis wird dies bereits heute so verlangt. Der Wortlaut des

bisherigen Standards ist allerdings veraltet und musste den aktuellen Verhältnissen angepasst werden. Neu nimmt er explizit Bezug auf Partnerorganisationen. Die Rückmeldun-

gen aus der Vernehmlassung waren vielfältig und stark geprägt durch die eigene Struktur der vom Standard betroffenen Organisationen.

## FUNDRAISING UND KOMMUNIKATION

Standard		Frage zur Vernehmlassung	Ergebnis
<b>18</b>	Die Organisation sammelt fair und führt die Spenden den angegebenen Zielen und Zwecken zu.	Das bisherige Sammlungsreglement ist auf die ethischen Richtlinien von Swiss Fundraising abgestimmt. Wir überführten die wesentlichen Punkte sinngemäss in die neuen Standards 18 bis 20. Decken diese die wichtigsten Aspekte ab?	<b>Ja 90%</b>
<b>19</b>	Die Organisation respektiert den Datenschutz und die Privatsphäre der Spenderinnen und Spender.		
<b>20</b>	Die Verantwortung für das Fundraising und die Kommunikation bleibt bei der Organisation, auch wenn sie mit Dritten zusammenarbeitet		

Die Standards zu Kommunikation und Fundraising wurde sprachlich überarbeitet und an die ethische Richtlinien des Berufsverbands (Swissfundraising) angeglichen, bei deren Entwicklung die Zewo ebenfalls beteiligt war. Die Wahrung der Privatsphäre und der Datenschutz werden mit einem eigenen Standard stärker betont. Aufgrund der Ver-

nehmlassung waren nur geringe Anpassungen nötig. Die freie Wahl der Zahlungskanäle wur-

de gestrichen, da sie gerade bei neuen Kanälen von der technischen Machbarkeit abhängt.

Neu wurde explizit darauf hingewiesen, dass bei Erstkontakten die Wünsche von Personen, die nicht kontaktiert werden wollen, zu berücksichtigen sind. Gemeint ist hier ein Abgleich gemieteter Adressen und Kontaktdaten beispielsweise mit der Robinsonliste oder mit dem Sterneintrag im Telefonbuch.



## SAMMLUNGSKALENDER

Standard		Frage zur Vernehmlassung	Ergebnis
<b>21</b>	Grosse Organisationen koordinieren und regulieren ihre Sammlungen im Sammlungskalender der Zewo.	Standard 21 führt die bisherige Praxis im Wesentlichen weiter. Wir haben einzelne Regeln etwas präzisiert und bei absehbaren Engpässen zusätzliche Flexibilität eingebaut. Finden Sie den Wortlaut zweckmässig?	<b>Ja 87%</b>

Dieser Standard betrifft nur Organisationen, die nationale oder überregionale Sammlungen durchführen und pro Jahr mehr als 5 Millionen Franken Spenden einnehmen. Nachdem in einer vorgängig durchgeführten Umfrage klar wurde, dass der Sammlungskalender als Instrument zur Koordination nach wie vor von den meisten betroffenen Hilfswer-

ken geschätzt wird, bleibt der Standard bestehen. Einzelne Formulierungen, die sich in der Vergangenheit als zu wenig klar herausgestellt hatten, wurden präzisiert. Im Hinblick auf die Aufnahme neuer Organisationen in den Sammlungskalender, wird etwas mehr Flexibilität ermöglicht: Wenn ein Kalender in einem Quartal (fast) voll ist, kann ein vierter paral-

leler Termin beantragt werden. Zudem erhält eine Organisation nur noch einen Termin pro Quartal, es sei denn, der Termin werde nicht von einer anderen Organisation beansprucht.



**ZEWO**

Pfingstweidstrasse 10 | 8005 Zürich  
info@zewo.ch | www.zewo.ch  
Telefon 044 366 99 55