

Nachhaltigkeitsbericht 2018

Verantwortungsvolles Marketing und ethisches Fundraising

Heinz
Sielmann
Stiftung

Die Grundlage für ein verantwortungsvolles Marketing und ethisches Fundraising der Heinz Sielmann Stiftung ist durch die Charta der Spenderrechte und die Leitlinie für gute Fundraising-Praxis gegeben. Diese Charta basiert auf den Grundregeln für eine gute, ethische Fundraisingpraxis des Deutschen Fundraising Verbandes. Damit verpflichten wir uns u.a. dazu, keinen direkten oder indirekten – moralischen oder sozialen – Druck auf die Entscheidungen der Spender über den Zweck, die Höhe und den Zeitpunkt der Spende auszuüben. Das Fundraising der Stiftung achtet auf eine angemessene Emotionalisierung im Direct Mailing. Uns leitet die Maxime einer glaubwürdigen, ehrlichen und auf Tatsachen beruhenden Fundraising-Praxis, die keine irreführende Werbung und kein unlauteres Marketing erlaubt.

Die Charta wie auch die Compliance-Richtlinie sind Bestandteil des Vertrages mit unserem Dienstleister, der Fundraising-Agentur SAZ in Garbsen. Mit dieser Agentur haben wir außerdem vereinbart, dass keine Geschenke an einzelne Mitarbeiter angenommen werden. Eine darüber hinaus gehende Richtlinie bezüglich der Annahme von Geschenken bzw. Incentives existiert noch nicht, soll jedoch in 2019 erarbeitet werden.

Die Einhaltung der Charta und der Leitlinie kontrollieren wir über die Spender, unsere Buchhaltung, regelmäßige Stichproben sowie Test- bzw. Kontrolladressen. Wir führen ein akkurates Beschwerdemanagement, um die Einhaltung der Charta und der Leitlinie zu überprüfen. Im Berichtszeitraum hat es wie in den Vorjahren auch keine Beschwerden über Verstöße gegen unsere Richtlinien gegeben. Ein in Duderstadt ansässiger Notar hat die Aufgabe, als unabhängige Kontrollfunktion der Stiftung für unsere Spender und für die Öffentlichkeit die Ordnungsmäßigkeit zu bestätigen.

Struktur der Spender

In 2017 erhielt die Stiftung den Hauptteil der Spenden, ca. 72 Prozent, von Privatpersonen. Die Spendenbeträge durch Erbschaften waren doppelt so hoch wie im Vorjahr. Damit greifen bei den Spenden und Zustiftungen die eingeleiteten Maßnahmen, um der Abschmelzung des Spenderbestandes entgegen zu wirken. (s. folgenden Abschnitt: Spendergewinnung). Während sich auch die Spenden von Unternehmen gegenüber 2016 verdoppelt haben, nahm die Zahl der Spenden von Stiftungen leicht ab. Allerdings lag der Anteil von Unternehmen und von Stiftungen in 2017 bei weniger als einem Prozent (0,64% bzw. 0,44%). Die relevanten Handlungsfelder setzen sich aus der inhaltlichen Arbeit, der Mittelverwendung und Spenderbetreuung, dem Betrieblichen Umweltschutz und dem Umgang mit Mitarbeitern zusammen.

Stiftungsrat

Dr.-Ing. E.h. Fritz Brickwedde (Vors.),
Osnabrück
Wolfgang Nolte (stellv. Vors.),
Duderstadt
Prof. Dr. rer. nat. Peter Berthold,
Billafingen
Prof. Dr. Matthias Freude, *Berlin*
Jan Haft, *Dorfen*
Prof. Dr. rer. nat. Andrea Möller, *Trier*
Prof. Hans Georg Näder, *Duderstadt*
Königliche Hoheit
Bernhard Prinz von Baden, *Salem*
Tanja Traupe, *Frankfurt am Main*
Prof. Dr. Volker Zahner, *Allershausen*
Inge Sielmann (Ehrevorsitzende),
München

Geschäftsführender Vorstand

Michael Beier

Stiftungszentrale

Gut Herbigshagen
37115 Duderstadt
Tel.: +49 (0)5527 914-0
Fax: +49 (0)5527 914-100

E-Mail

info@sielmann-stiftung.de

Internet

www.sielmann-stiftung.de
facebook.com/sielmannstiftung
instagram.com/sielmannstiftung

Bankverbindungen

Sparkasse Duderstadt
NOLADE21DUD
Geschäftskonto
DE84 2605 1260 0000 0003 15
Spendenkonto
DE62 2605 1260 0000 0003 23

Steuernummer

35/270/03373

USt-IdNr.

DE176874786

GRI-Indikatoren in diesem Beitrag:

GRI 201/103
GRI 417/103
GRI 417-1
G4-DMA
NGO10
NGO8

Nachhaltigkeitsbericht 2018

Verantwortungsvolles Marketing und ethisches Fundraising

Heinz
Sielmann
Stiftung

Oberste Priorität für die Heinz Sielmann Stiftung hat das Handlungsfeld Inhaltliche Arbeit. Darunter fallen all unsere Maßnahmen zum Natur- und Umweltschutz, zum Schutz bedrohter Arten, unsere Projekt- und Förderarbeit, das Filmarchiv sowie die Umweltbildung. Im Handlungsfeld Mittelverwendung geht es in erster Linie um eine effektive und transparente Verwendung unserer Spendengelder. Nur durch die effektive und effiziente Umsetzung von Maßnahmen und durch die damit einhergehende Glaubwürdigkeit sind wir in der Lage, das Fortbestehen unseres Wirkens und damit der Stiftung zu sichern. Bei der Spenderbetreuung ist der Aufbau und Erhalt des langfristigen Vertrauens unserer Spender das zentrale Anliegen. Im Handlungsfeld Betrieblicher Umweltschutz möchten wir unseren Beitrag zum Erhalt der Natur und Umwelt im Rahmen der stiftungseigenen Prozesse gewährleisten. In Bezug auf unsere Mitarbeiter sind eine werteorientierte Führungskultur und ein soziales Miteinander für uns von größter Bedeutung. Dies spiegelt sich in den vielfältigen Angeboten an unsere Mitarbeiter wider.

| Spendenbeträge in € | 2016 | 2017 |
|----------------------------|-----------|-----------|
| Gesamt | 7.303.608 | 9.071.368 |
| Spenden von Privatpersonen | 6.076.214 | 6.521.340 |
| Erbschaften | 1.063.450 | 2.278.875 |
| Zustiftungen | 97.892 | 173.042 |
| Spenden von Unternehmen | 25.350 | 58.229 |
| Spenden von Stiftungen | 40.703 | 39.882 |

Die größten Beträge erhält die Stiftung i.d.R. von Privatpersonen im Rahmen von Erbschaften:

Überblick über die Herkunft der größten fünf Spendenbeträge 2017:

| | |
|--------------------------|--------------|
| Privatperson, Nachlass | 450.000,00 € |
| Privatperson, Zustiftung | 150.630,00 € |
| Privatperson | 150.000,00 € |
| Privatperson | 100.900,00 € |
| Privatperson | 100.000,00 € |

Nachhaltigkeitsbericht 2018

Verantwortungsvolles Marketing und ethisches Fundraising

Heinz
Sielmann
Stiftung

Überblick über die Herkunft der größten fünf Spendenbeträge 2016:

| | |
|--------------------------|--------------|
| Privatperson, Nachlass | 213.000,00 € |
| Privatperson | 85.000,00 € |
| Privatperson, Nachlass | 50.000,00 € |
| Privatperson, Zustiftung | 50.000,00 € |
| Privatperson, Nachlass | 38.377,84 € |

Spendergewinnung

Der Wettbewerb um Neuspender nimmt unter den spendensammelnden Organisationen in Deutschland stetig zu, wobei die Grundgesamtheit der spendengebenden Personen stagniert. Daher muss die Heinz Sielmann Stiftung zunehmend aktiver und mit durchdachten Werbestrategien und Konzepten um Spender werben.

Im Berichtszeitraum konzentrierten wir uns daher verstärkt auf die Neuspendergewinnung und auf die Gewinnung neuer und jüngerer Zielgruppen. Dazu positionierten wir u.a. unsere Marke mit dem Leitsatz „Vielfalt ist unsere Natur“ neu, überarbeiteten das gesamte Corporate Design inklusive unserer Website und unseren Auftritten im Social Web und veröffentlichten einen umfangreichen bundesweiten Veranstaltungskalender. Im Jahr 2017 kam den Neuerungen anlässlich des 100. Geburtstags des Stifters Heinz Sielmann besondere Aufmerksamkeit zu. Unser Online-Fundraising bauten wir sowohl auf der eigenen Website als auch über Landingpages und im Social Web aus.

Durch unsere umfangreichen Aktivitäten konnten wir die Gewinnung von Neuspendern im Vergleich zu den Vorjahren um 45% deutlich steigern.

| | 2016 | 2017 |
|------------|-------|-------|
| Neuspender | 3.306 | 4.801 |

Auch für die kommenden Jahre haben wir uns ambitionierte Fundraisingziele gesetzt und möchten mehr Neuspender gewinnen. Dies beabsichtigen wir insbesondere durch zwei Kampagnenläufe zu erreichen, die den Schutz von Wildbienen thematisieren.