

# DZI-Konzept

**Werbe- und Verwaltungsausgaben**  
Spenden sammelnder Organisationen

# Inhalt

<b>1. Einleitung und Problemstellung</b> .....	3
1.1 Vorbemerkungen .....	3
1.2 Werbe- und Verwaltungsausgaben – notwendig und sinnvoll .....	3
1.3 Die eingeschränkte Vergleichbarkeit von Prozentsätzen .....	4
<b>2. Indikatoren</b> .....	5
2.1 Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben .....	5
2.2 Werbeausgaben im Verhältnis zu den Sammlungseinnahmen .....	6
<b>3. Definitionen</b> .....	7
3.1 Programmausgaben .....	7
3.2 Ausgaben für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit (Werbeausgaben) .....	8
3.3 Verwaltungsausgaben .....	8
<b>4. Hinweise für die Ausgabenabgrenzung</b> .....	9
4.1 Allgemeines .....	9
4.2 Personalausgaben .....	9
4.3 Sachausgaben .....	11
4.4 Abgrenzung der Ausgaben für Bildungs- und Kampagnenarbeit .....	12
<b>5. Einzelregelungen</b> .....	13
5.1 Erbschaften, Vermächtnisse oder Schenkungen mit Auflagen .....	13
5.2 Rücklagen .....	13
5.3 Externalisierung und Internalisierung von Ausgaben und Einnahmen .....	13
5.4 Übertragung von Vermögen auf einen anderen Rechtskörper .....	15
5.5 Das Werbeargument „100% der Spenden kommen an“ .....	15
<b>6. Ausgabenmatrix</b> .....	16
<b>7. Öffentliche Darlegung der Finanzen</b> .....	21

Dieses Konzept ist eine Weiterentwicklung der vom DZI in den Jahren 1996 sowie 2006 veröffentlichten vorherigen Fassungen. Es wurde am 21.11.2018 vom Vorstand der Stiftung Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) beschlossen und tritt in der Arbeit der DZI Spenderberatung zum 1.1.2019 in Kraft.

# 1 Einleitung

## 1.1 Vorbemerkungen

Das Vertrauen der Öffentlichkeit in Spenden sammelnde Organisationen und die Qualität von deren Arbeit werden entscheidend durch folgende Merkmale beeinflusst:

- » » „Dreiklang“ von Wirksamkeit, Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit der Mittelverwendung,
- » » Transparenz der Strukturen, Prozesse und Ergebnisse gegenüber der Öffentlichkeit,
- » » vollständige, aussagekräftige und geprüfte Rechnungslegung,
- » » Good Governance (Leitung und Aufsicht),
- » » Fundraising-Ethik.

Die Höhe der Werbe- und Verwaltungsausgaben ist in diesem Rahmen für die Öffentlichkeit eine wichtige Orientierungsgröße. Das vorliegende Konzept gibt Handlungsempfehlungen für die Abgrenzung dieser Ausgaben und für die öffentliche Darstellung der Finanzen von Spendenorganisationen. Für Organisationen, die das DZI Spenden-Siegel tragen, sind die Empfehlungen verbindlich. Sie sind zugleich eine Grundlage für die Auskünfte über Spendenorganisationen, die das DZI auch außerhalb des Spenden-Siegels veröffentlicht.

Das Regelwerk löst das bisherige DZI-Konzept aus dem Jahr 2006 ab. Wie schon damals, hat das DZI auch diese Überarbeitung und Weiterentwicklung partizipativ gestaltet: Vertreter zahlreicher Spenden-Siegel-Organisationen, der Deutschen Gesellschaft für Management und Controlling in der Sozialwirtschaft e.V. (DGCS) sowie Fachleute aus den Bereichen Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung haben mit dem DZI in mehreren Workshops die entsprechenden Sachfragen diskutiert.

In diesem Konzept werden meist die Begriffe Einnahmen und Ausgaben verwendet. Bei einer kaufmännischen Rechnungslegung ist diese Wortwahl im Sinne von Erträgen und Aufwendungen zu verstehen.

## 1.2 Werbe- und Verwaltungsausgaben – notwendig und sinnvoll

Zur Versachlichung der Diskussion über die oft als negativ empfundenen Werbe- und Verwaltungsausgaben und die ihnen eingeräumte Bedeutung sei auf folgende Aspekte hingewiesen:

- » » Werbe- und Verwaltungsausgaben sind im Grundsatz notwendige und sinnvolle Ausgaben. Sie bewirken Spenden. Sie organisieren die Mittelverwendung. Sie ermöglichen Rechenschaft.
- » » Die Höhe der Werbe- und Verwaltungsausgaben ist ein Beurteilungskriterium unter anderen.
- » » Nicht nur eine ausufernde, sondern auch eine zu eng konzipierte Verwaltung ist problematisch. Entscheidend ist die sachliche Angemessenheit der Verwaltung.
- » » Spenden sammelnde Organisationen sollten nicht die Illusion nähren, sie kämen ohne Werbung und Verwaltung aus. Unabhängig von der Finanzierung gilt: Jede Spendenorganisation wirbt um Spenden. Jede Organisation muss Mittel verwalten.

### 1.3 Die eingeschränkte Vergleichbarkeit von Prozentsätzen

Spendenorganisationen arbeiten unter verschiedenen Rahmenbedingungen, haben unterschiedliche Strukturen, Geschäfts- oder Finanzierungsmodelle und verfolgen ganz individuelle Zwecke. All dies kann einen erheblichen Einfluss auf den Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben haben. Der Vergleich von Prozentsätzen ist insbesondere aus folgenden Gründen nur eingeschränkt aussagekräftig:

- »» Spendenorganisation erhalten Werbe- und Verwaltungsleistungen häufig unentgeltlich bereitgestellt (zum Beispiel durch die ehrenamtliche Erledigung der Verwaltung, kostenlose Bereitstellung von Räumen, extern von verbundenen Organisationen, Firmen oder Personen finanzierte Werbemaßnahmen). Dies hat Einfluss auf die Aussagekraft des Werbe- und Verwaltungskostenanteils als Effizienzmaßstab, denn solche Leistungen fließen in der Regel nicht in die Rechnungslegung einer Organisation ein und bleiben somit auch beim daraus berechneten Werbe- und Verwaltungskostenanteil unberücksichtigt.
- »» Spendenorganisationen finanzieren ihre Arbeit meist nicht nur durch Spenden, sondern in ganz unterschiedlichem Maße auch durch andere Einnahmen. So verursacht etwa die Beschaffung öffentlicher Zuwendungen in der Regel weitaus geringere Kosten als die Spendenwerbung. Solche Mittel senken den Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben umso stärker, je größer ihr Anteil an der Gesamtfinanzierung ist.
- »» Spendenorganisationen werben unter unterschiedlichen Bedingungen und für verschiedene Zwecke. So lassen sich Spenden beispielsweise bei Katastrophenfällen, die stark von den Medien aufgegriffen werden, leichter erzielen als für öffentlich weniger präesente Anliegen (z.B. Aids-Problematik).

Trotz der verschiedenen Ausrichtungen, Strukturen und Rahmenbedingungen ist das DZI gleichwohl der Auffassung, dass das vorliegende Konzept eine gute Grundlage ist, um die Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit von Spendenorganisationen ausreichend zuverlässig zu beurteilen und insbesondere die Organisationen zu erkennen, deren Werbe- und Verwaltungsausgaben unvertretbar hoch sind.

Unabhängig vom ermittelten Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben behält sich das DZI in Ausnahmefällen eine gesonderte Einschätzung der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit in einzelnen Ausgabenbereichen einer Organisation vor.

## 2 Indikatoren

### 2.1 Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben

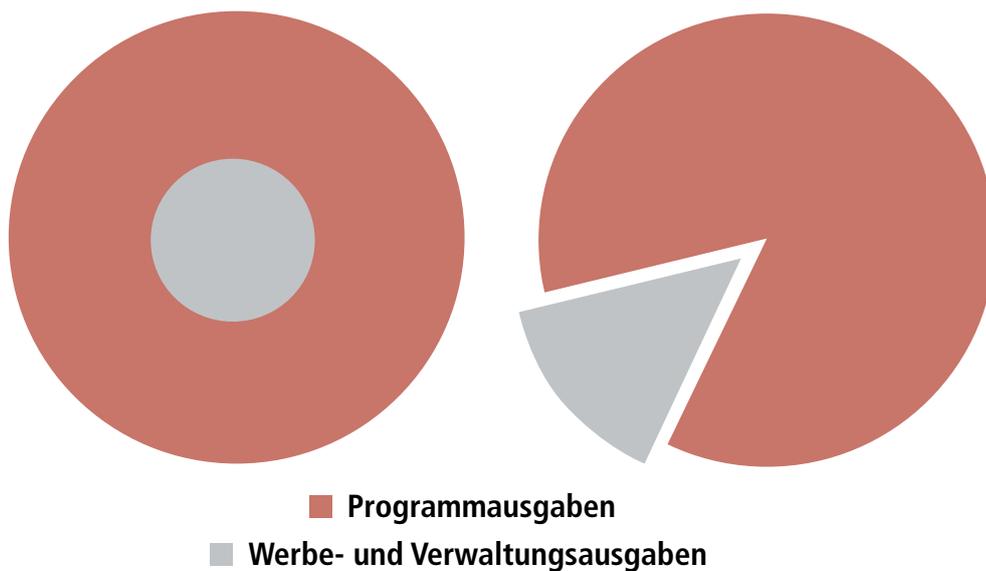
Das DZI ermittelt den Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den jährlichen Gesamtausgaben als einen Indikator für die wirtschaftliche und sparsame Mittelverwendung einer Spenden sammelnden Organisation. Es hält einen Anteil von mehr als 30 % für unvertretbar hoch. Unterhalb der Höchstgrenze verwendet das DZI in von ihm veröffentlichten Auskünften folgende Einstufungen: unter 10 % „niedrig“, 10 % bis unter 20 % „angemessen“, 20 % bis 30 % „vertretbar“.



#### HINWEIS

Die Ausgaben für Vermögensverwaltung und einen steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb fließen nicht in die Berechnung des Anteils der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben ein. Die maßgeblichen Gesamtausgaben fallen in solchen Fällen also entsprechend geringer aus.

Abbildung 1 | Anteil der Werbe- und Verwaltungsausgaben an den Gesamtausgaben



#### Erläuterung der zwei Darstellungsvarianten

Wenn eine Organisation ihren Werbe- und Verwaltungskostenanteil öffentlich durch ein Schaubild kommunizieren will, kann sie sich nach Auffassung des DZI anstelle eines Tortendiagramms auch für die Darstellung mit konzentrischen Kreisen entschließen. Dadurch würde verdeutlicht, dass Werbung und Verwaltung in vertretbarem Umfang zum „Kern“ der Organisationstätigkeit gehören. Demgegenüber könnte ein Tortendiagramm den Eindruck erwecken, als würden Werbung und Verwaltung der Programmarbeit etwas „wegnehmen“. Beide Darstellungsvarianten sind oben illustriert, wobei beispielhaft eine Relation von 87% Programmausgaben und 13% Werbe- und Verwaltungsausgaben zugrunde gelegt wurde.

## 2.2 Werbeausgaben im Verhältnis zu den Sammlungseinnahmen

Als einen zweiten Indikator für die wirtschaftliche und sparsame Mittelverwendung ermittelt das DZI die Werbekostenquote, also den Anteil der Ausgaben für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit (kurz: Werbeausgaben) an den jährlichen Sammlungseinnahmen.

Die Sammlungseinnahmen definiert das DZI als die Summe der Geldspenden, Sachspenden, Nachlässe, Zustiftungen, Mitgliedsbeiträge und Bußgelder. Andere Einnahmen, etwa Zuwendungen der öffentlichen Hand oder Zuwendungen von anderen Organisationen, gehören nicht zu den Sammlungseinnahmen. Deshalb werden die Ausgaben im Zusammenhang mit der Beschaffung solcher Zuwendungen bei der Berechnung des Indikators von den Werbeausgaben abgezogen, sofern die Organisation diese nachvollziehbar darlegt.

Die Werbekostenquote soll sicherstellen, dass nicht ein unverhältnismäßig hoher Anteil der Sammlungseinnahmen für deren Beschaffung verwendet wird. Das DZI hält einen Anteil von höchstens 30% für vertretbar. Im Unterschied zur Werbe- und Verwaltungskostenquote ist hierbei nicht das Verhältnis im jeweiligen Geschäftsjahr maßgebend, sondern der Durchschnitt der prozentualen Anteile der vergangenen drei abgeschlossenen Geschäftsjahre.

Abbildung 2 | Werbeausgaben im Verhältnis zu den Sammlungseinnahmen



# 3 Definitionen

## 3.1 Programmausgaben

**Programmausgaben betreffen Tätigkeiten, die von der Partnerorganisation, der Zielgruppe oder dem Zielgebiet direkt erfahren oder in Anspruch genommen werden.**

Die an die Partnerorganisation oder Zielgruppe weitergeleiteten Mittel werden dabei in vollem Umfang der Programmförderung zugerechnet, es sei denn, sie sind nicht in erster Linie zur Umsetzung der satzungsgemäßen Ziele bestimmt (z.B. Zuwendungen für Werbemaßnahmen, allgemeine Verwaltungskostenumlagen bei Mutterorganisationen).

**Programmausgaben beinhalten zudem Tätigkeiten, die die Förderung der Partnerorganisation, der Zielgruppe oder des Zielgebiets begleiten.**

Dazu gehören Aufwendungen für die Auswahl und Planung von Fördermaßnahmen sowie für deren fachliche Kontrolle und Wirkungsbeobachtung. Die entsprechenden Aufwendungen sorgen für einen reibungslosen Ablauf, liefern Erkenntnisse, die der Durchführung von Projektmaßnahmen nutzen, klären die Bedarfe der Zielgruppe und decken veränderte Rahmenbedingungen auf. Sie dienen der kontinuierlichen Überwachung der Ergebnisse, der Einhaltung gesetzter Ziele, ermöglichen Steuerungsentscheidungen sowie die Einleitung notwendiger Korrekturen.

**Bildungsangebote und Kampagnenarbeit können den Programmausgaben zugeordnet werden, wenn entsprechende Aktivitäten zum satzungsgemäßen Auftrag einer Organisation gehören.**

Die Maßnahmen stellen insbesondere die fachliche Information, Bewusstseinsbildung oder Prävention in den Mittelpunkt. Die kommunizierten Inhalte gehen dabei deutlich über allgemeine Informationen zum Projektengagement oder zur Lebenssituation der betroffenen Zielgruppe hinaus.

### Beispiele für Programmausgaben:

- >> Bau und Unterhalt von Einrichtungen
- >> Beratungsangebote
- >> Medizinische Versorgung
- >> Aufwand der Länder- und Projektbüros
- >> Advocacyarbeit
- >> Lobbyarbeit (sofern programmbezogen)
- >> Auswahl und Planung von Programmen
- >> Prüfung von Unterstützungs- und Förderanträgen
- >> Fachpublikationen
- >> Schul- und Bildungsmaterialien
- >> Wirkungsbeobachtung
- >> Projektcontrolling
- >> Reisekosten für die Auswahl, Betreuung und Kontrolle von Programmen
- >> Währungsdifferenzen (sofern programmbezogen)

### Nicht dazu gehören z.B.:

- >> Jahresbericht
- >> Informationen über Programme und Projekte
- >> Fundraising- oder Imagekampagnen
- >> Lobbyarbeit (sofern beschaffungsbezogen)
- >> Website (i.d.R.)
- >> Buchhaltung (einschließlich Programmbuchhaltung in der Geschäftsstelle)
- >> Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung
- >> Beantragung öffentlicher Mittel und von Zuwendungen anderer Organisationen (Projektskizze, Antragstellung)
- >> Verwendungsnachweise (Sach- und Finanzberichte)
- >> Patenkommunikation
- >> Zweckgebundene Spendenaufrufe
- >> Nebenkosten des Geldverkehrs

## 3.2 Ausgaben für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit (Werbeausgaben)

**Ausgaben für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit (Werbeausgaben) umfassen Aufwendungen für Mittelbeschaffung, Marketing und Kommunikation sowie Selbstdarstellung und Rechenschaftslegung einer Organisation.**

Die entsprechenden Aufwendungen dienen der Generierung von Einnahmen, helfen, die Organisation bekannter und Interessierte auf ihr Thema aufmerksam zu machen, ihr Image zu fördern, ihre Marke zu stärken und Transparenz zu praktizieren. Im Rahmen der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit informiert die Organisation über die Notlagen, die sie verbessern will, erläutert die Notwendigkeit der verfolgten Zwecke und stellt die sozialen, gesellschaftlichen, politischen oder umweltbezogenen Bedingungen ihrer Programmarbeit nachvollziehbar dar.

### Beispiele für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit:

- >> Mailings
- >> Jahresbericht
- >> Website (i.d.R.)
- >> Anzeigen
- >> Werbespots
- >> Erbschafts-, Großspender-, Bußgeldmarketing
- >> Straßen- und Haustürwerbung
- >> Informationen über Programme und Projekte
- >> Benefizveranstaltungen (Tom-bola, Gala, Spendenläufe u.a.)
- >> Beantragung öffentlicher Mittel und von Zuwendungen anderer Organisationen (Projektskizze, Antragstellung)
- >> Telefonmarketing (inklusive Dankanrufe)
- >> Fundraising- oder Imagekampagnen
- >> Lobbyarbeit (sofern beschaffungsbezogen)
- >> Patenkommunikation
- >> Porto, Versand und Kurier
- >> Journalisten- und Prominentenreisen
- >> Spenderbetreuung/-bindung
- >> Spenderdatenbank
- >> Markenbildung
- >> Marktforschung
- >> Päckchenaktionen in Schulen und Kindergärten
- >> Geschenke

## 3.3 Verwaltungsausgaben

**Die Verwaltungsausgaben umfassen solche Aufwendungen, die in erster Linie die Grundfunktionen der Organisation und des betrieblichen Ablaufs gewährleisten und damit die Erfüllung der satzungsgemäßen Zwecke unterstützen.**

### HINWEIS

Ausgaben für die Verwaltung von Programmen und Projekten sind im Grundsatz Verwaltungsausgaben. Findet die Verwaltung innerhalb der Projekte oder Programme statt, werden die diesbezüglichen Ausgaben aus Gründen der Praktikabilität jedoch nicht von den Programmausgaben abgegrenzt, sondern verbleiben bei diesen. Das Gleiche gilt für die Verwaltung in Einrichtungen (Krankenhäusern, Heimen, Hospizen, Schulen etc.) sowie in Projekt- und Koordinierungsbüros. Programmbezogene Verwaltungsausgaben, die in der Geschäftsstelle einer Organisation anfallen, werden den Ausgaben für Verwaltung zugeordnet.

### Beispiele für

### Verwaltungsausgaben:

- >> Jahresabschluss
- >> Buchhaltung (einschließlich Programmbuchhaltung in der Geschäftsstelle)
- >> Personalverwaltung (einschließlich Projektpersonal)
- >> Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung
- >> Revision
- >> Verwendungsnachweise (Sach- und Finanzberichte)
- >> Aufwendungen für Gremien (z.B. Reisekosten, Aufwandsentschädigungen)
- >> Nebenkosten des Geldverkehrs
- >> Versicherungen (Gebäude, Haftpflicht, Diebstahl etc.)
- >> (Mitglieds-)Beiträge an andere Organisationen
- >> Fachliteratur, Zeitschriften-Abos
- >> Zuwendungsbestätigungen
- >> Teambuilding
- >> Organisationsberatung
- >> Spenden-Siegel-Gebühren

# 4 Hinweise für die Ausgabenabgrenzung

## 4.1 Allgemeines

Die Personal- und Sachausgaben einer Organisation werden grundsätzlich direkt und entsprechend den Definitionen und Beispielen in Kapitel 3 den drei Kategorien Programme, Werbung und Verwaltung zugeordnet.

Sofern eine vollumfängliche Zuordnung zu einer Kategorie nicht möglich ist, können bestimmte Kosten geschlüsselt werden. Maßgeblich hierfür ist, inwieweit die jeweiligen Ausgaben und Tätigkeiten verursachungsgerecht den drei Kategorien zuzuordnen sind. Hierbei gilt der Grundsatz der Wesentlichkeit. Diesem widerspräche es beispielsweise, wenn man etwa einzelne Sätze oder Wörter eines Mailings in Relation zur Gesamtinformation stellen und die Kosten entsprechend kleinteilig abgrenzen wollte.

### HINWEIS

Im Rahmen der Dokumentation durch das DZI erläutert die Organisation das Verfahren der Zuordnung ihrer Ausgaben und belegt dies mit nachvollziehbaren Dokumenten (z.B. Stellenbeschreibungen, Überleitungsrechnung etc.).

Abweichungen von den Zuordnungen des DZI-Konzepts können unter Beachtung des Grundsatzes der Wesentlichkeit im Einzelfall begründet sein und auf entsprechenden eindeutigen Nachweis hin vorgenommen werden.

## 4.2 Personalausgaben

Für die Schlüsselung von Personalkosten können Zeiterfassungen, Stellenbeschreibungen oder sorgfältige Schätzungen herangezogen werden.

Eine pauschale Zuordnung einer gesamten Abteilung zu einem Ausgabenbereich (z.B. Programmabteilung zur Programmförderung) kann, muss aber nicht sachgerecht sein.

### HINWEIS

Relevant für die Zuordnung ist nicht die Zugehörigkeit zu einer Organisationseinheit bzw. die Bezeichnung einer Stelle, sondern der Inhalt der Tätigkeiten im Sinne der Definitionen gemäß Kapitel 3. Eine in der Programmabteilung angesiedelte Stelle, deren Aufgabenspektrum inhaltlich aber wesentlich der Werbung oder Verwaltung zuzuordnen ist (z. B. Ablage, Terminvereinbarung, Schreibaarbeiten), kann somit nicht per se den Programmausgaben zugerechnet werden. Ebenso verhält es sich beispielsweise mit der Spenderkommunikation, die auch dann zur Werbung und Öffentlichkeitsarbeit gehört, wenn sie in der Programmabteilung angesiedelt ist. Umgekehrt kann aber ein Mitarbeiter aus dem Bereich Verwaltung, der mit der Wirkungsbeobachtung oder dem Projektcontrolling befasst ist, mit dem entsprechenden Stellenanteil den Programmausgaben zugeordnet werden.

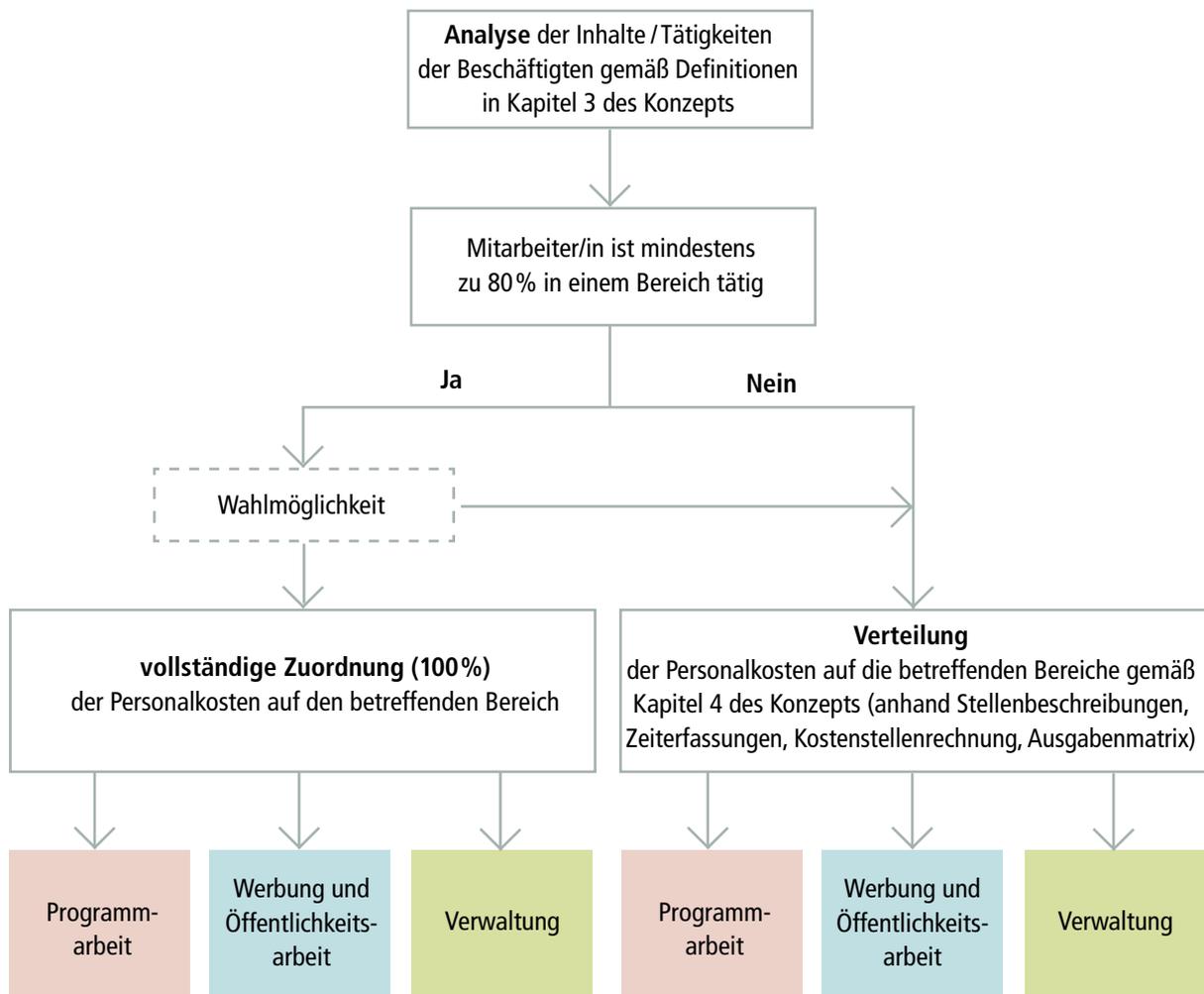
Das im Ausland beschäftigte Personal ist nicht in jedem Fall den Programmausgaben zuzuordnen. Vielmehr ist zu prüfen, inwieweit ein direkter Bezug zur Partnerorganisation, der Zielgruppe oder dem Zielgebiet besteht. Es gilt in jedem Fall zu vermeiden, dass Werbe- und Verwaltungsausgaben (z.B. Buchhaltung der Gesamtorganisation, Fundraising, Spenderpflege, Kommunikation bei Kinderpatenschaften) durch die Auslagerung der entsprechenden Tätigkeiten in ein Projektland den Programmausgaben zugeordnet werden.

Ein Kostenschlüssel kann für einen längeren Zeitraum (fünf bis sieben Jahre) beibehalten werden, sofern sich keine wesentlichen Änderungen bei der Organisation ergeben, und sollte spätestens nach Ablauf dieser Zeit auf Aktualität hin überprüft werden.

### VEREINFACHUNG

Ist eine Personalstelle inhaltlich weit überwiegend (zu mindestens 80%) einem der drei Bereiche (Programme, Werbung, Verwaltung) zuzuordnen, so können die entsprechenden Kosten im Sinne der Wesentlichkeit und Praktikabilität vollumfänglich dem betreffenden Bereich zugerechnet werden. Dies bedeutet beispielsweise, dass in der Regel die Personalkosten für Sachbearbeiter und Referenten in einer Programmabteilung vollumfänglich als unmittelbar satzungsgemäße Ausgaben berücksichtigt werden können, auch wenn hierin Verwaltungstätigkeiten enthalten sind. Umgekehrt wären im Sinne dieser Vereinfachung die Aufwendungen und Tätigkeiten von Vorstand, Geschäftsführung und Assistenz in der Geschäftsstelle im Regelfall den Verwaltungsausgaben zuzuordnen, auch wenn von diesen Stellen in geringfügigem Maße Programmarbeit geleistet wird. Grundsätzlich steht es der Organisation frei, diese Vereinfachung oder aber einen detaillierten Kostenschlüssel anzuwenden.

Abbildung 3 | Zuordnung von Personalausgaben



### HINWEIS

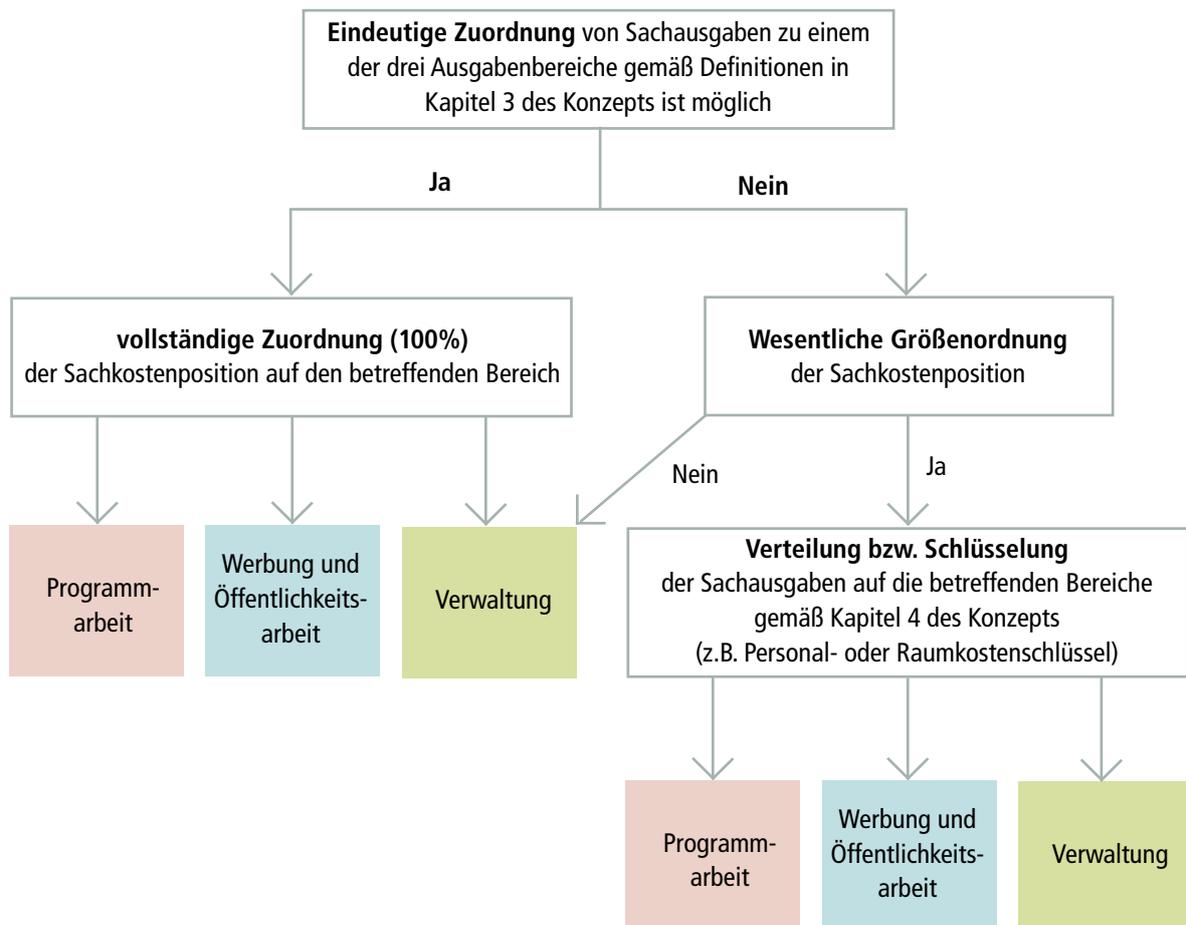
Etwaige Personalkosten für eine Vermögensverwaltung und einen steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb werden bei der Berechnung der Werbe- und Verwaltungsausgaben nach dem DZI-Konzept nicht einbezogen.

## 4.3 Sachausgaben

Sachausgaben werden geschlüsselt, sofern sie nicht vollumfänglich einer der drei Kategorien Programme, Werbung oder Verwaltung zuzuordnen sind. Abweichend hiervon werden Sachausgaben unwesentlicher Größenordnung, die nicht einer einzelnen Kategorie zuordenbar sind, der Verwaltung zugerechnet.

Schlüsselbare Sachkosten sind insbesondere Raumkosten, Reisekosten, Kosten für EDV, Inventar, Kfz, Instandhaltung und Wartung, Büromaterial, Telefon sowie Abschreibungen auf Sachanlagen. Für die Aufteilung können der Personal-, ein Raumkostenschlüssel oder sorgfältige Schätzungen herangezogen werden.

Abbildung 4 | Zuordnung von Sachausgaben



### HINWEIS

Etwaige Sachkosten für eine Vermögensverwaltung und einen steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb werden bei der Berechnung der Werbe- und Verwaltungsausgaben nach dem DZI-Konzept nicht einbezogen.

## 4.4 Abgrenzung der Ausgaben für Bildungs- und Kampagnenarbeit

Aufwendungen für Bildungs- und Kampagnenarbeit können den Programmausgaben zugeordnet werden, wenn die satzungsgemäßen Grundlagen vorhanden sind und die entsprechenden Inhalte deutlich über allgemeine Informationen zum Projektengagement oder zur Lebenssituation der betroffenen Zielgruppe hinausgehen. Dabei kann es sich beispielsweise um Kampagnen zur Durchsetzung gerechterer Handelsbedingungen oder besserer Umweltstandards oder um Fachpublikationen, Veranstaltungen oder Beratungsdatenbanken für die Betroffenen bestimmter Krankheitsbilder handeln. Sind als Satzungszwecke auch die Durchführung von Werbemaßnahmen oder die Beschaffung und Verwaltung von Mitteln festgelegt, können die zugehörigen Kosten dennoch nicht den Programmausgaben zugeordnet werden.

Aufwendungen für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit ermöglichen die Umsetzung der satzungsgemäßen Ziele einer Organisation, ohne einen unmittelbaren Beitrag dazu zu leisten, und sind vollständig den Werbeausgaben zuzuordnen.

Personal- und Sachausgaben, die der Generierung von Geld- und Sachspenden, Patenschaften, Mitgliedschaften, Erbschaften, Bußgeldern, öffentlichen Mitteln und Zuwendungen anderer Organisationen dienen, gehören immer zur Mittelbeschaffung und damit zu den Werbeausgaben. Dies gilt auch für den Fall, dass der Aufwand zweckgebunden für ein bestimmtes Projekt entsteht.

Maßnahmen, die auf Spenderbindung abzielen, oder darauf, die Organisation bekannter zu machen, ihr Image zu fördern, die Marke zu stärken, ihre Position im Markt zu analysieren oder zu verbessern, gehören ebenso zum Werbeaufwand wie Aufwendungen der Öffentlichkeitsarbeit und Rechenschaftslegung für Spenderinnen und Spender, Zuwendungsgeber oder andere Interessierte.

Die Kosten für den Jahresbericht sind generell als Werbeaufwand zu behandeln. Der Jahresbericht dient der Öffentlichkeitsarbeit und Rechenschaftslegung und stellt die Organisation, ihre Aktivitäten sowie die durchgeführten Projekte und Dienstleistungen des Berichtsjahres vor. Dasselbe gilt auch für die Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Internetauftritt einer Organisation.

Werden Bildungs- oder Kampagnenarbeit mit Werbung und Öffentlichkeitsarbeit kombiniert, so können die zugehörigen Kosten sachgerecht und unter Beachtung des Grundsatzes der Wesentlichkeit geschlüsselt werden.

### **BEISPIEL**

Veröffentlicht eine Organisation im Sinne ihrer satzungsgemäßen Bildungs- und Kampagnenarbeit beispielsweise einen Ratgeber, dann handelt es sich bei den Kosten für diese Publikation auch dann nicht um Werbeausgaben, wenn der Ratgeber das Spendenkonto der Organisation nennt und/oder ihm ein Zahlschein beigefügt ist. Umgekehrt ist ein Mailing, dessen wesentliche Stoßrichtung auf das Fundraising zielt, nicht als Bildungsarbeit zu verstehen, auch wenn es inhaltlich unter anderem auf Problemlagen hinweist.

# 5 Einzelregelungen

## 5.1 Erbschaften, Vermächtnisse oder Schenkungen mit Auflagen

Die Kosten für Altersversorgungen, Nießbräuche und Grabpflege, die sich aus Erbschaften, Vermächtnissen oder Schenkungen ergeben, werden gemäß § 246 Abs. 2 HGB mit den entsprechenden Erträgen verrechnet. Bei der Berechnung der Werbe- und Verwaltungsausgaben finden solche Auflagen somit keine Berücksichtigung.

Sämtliche weitere Kosten, die im Zusammenhang mit Erbschaften, Vermächtnissen oder Schenkungen anfallen (z.B. Erbschaftsmarketing, Kosten für die Abwicklung der Nachlässe sowie für eventuelle Rechtsauseinandersetzungen), sind in der Rechnungslegung gesondert auszuweisen und werden den Werbeausgaben zugerechnet.

## 5.2 Rücklagen

Einstellungen in die Rücklagen sind keine Ausgaben. In begründeten Ausnahmefällen kann die Rücklagenbildung im Rahmen dieses Konzepts aber als Ausgabe behandelt werden, beispielsweise dann, wenn für die Realisierung eines konkreten Projekts über mehrere Jahre Mittel angesammelt werden müssen (etwa ein größeres Bauvorhaben). Dabei muss die Rücklagenzuführung einen wesentlichen Teil der Programmausgaben ausmachen. Projektvorhaben, Finanzierungsplan und Realisierungszeitrahmen sind in diesem Fall darzulegen, und in der Rechnungslegung werden die Entwicklung der entsprechenden zweckgebundenen Rücklagen und die späteren zugehörigen Ausgaben bzw. Abschreibungen im Einzelnen dokumentiert. Bei der Auflösung der Rücklagen werden im Rahmen der Berechnung der Kostenquote die Ausgaben zur Vermeidung von Doppelzählungen entsprechend gekürzt.

## 5.3 Externalisierung und Internalisierung von Ausgaben und Einnahmen

Erhält eine Organisation von Dritten Mittel zur Finanzierung von Werbe- und Verwaltungsausgaben, so finden diese Eingang in die Rechnungslegung der begünstigten Organisation und wirken sich somit auf die Werbe- und Verwaltungskostenquote aus. Werden Leistungen für Werbung und Verwaltung hingegen von Dritten beauftragt und finanziert, innerhalb eines Unternehmens- oder Organisationsverbands „unentgeltlich“ geleistet oder zum Beispiel pro bono zur Verfügung gestellt, so wird diese Leistungserbringung externalisiert und deshalb in der Rechnungslegung der begünstigten Organisation nicht ausgewiesen. Wesentliche Varianten dieser Praxis werden im Rahmen dieses Konzepts wie folgt geregelt:

### **Rechtlich unselbständige Untergliederungen**

Sofern eine Organisation eine rechtlich unselbständige Untergliederung im In- oder Ausland unterhält, sind die zugehörigen Finanzbestände und -ströme in die Rechnungslegung der rechtlich selbständigen Organisation einzubeziehen.

### **Eindeutige Beherrschung**

Eine Organisation arbeitet bei der Unterstützung der von ihr geförderten Maßnahmen am Ort der Leistungserbringung mit einer anderen, eng verbundenen Organisation zusammen. Beide sind rechtlich selbständig. Die Kooperation ist so gestaltet, dass die Organisation vor Ort hinsichtlich ihrer

Leitungs- und Entscheidungsstrukturen sowie ihrer Finanzierung maßgeblich von der Geberorganisation beherrscht wird. Eine eindeutige Abhängigkeit ist gegeben. Die entsprechenden Erträge und Aufwendungen werden in die Werbe- und Verwaltungskostenberechnung einbezogen, sofern eine konsolidierte Rechnungslegung der beteiligten Organisationen vorliegt.

#### **Pro-bono-Leistung**

Einer Organisation werden von Dritten Personal- und Sachleistungen pro bono zur Verfügung gestellt (z.B. Rechtsberatung). Zu den Begünstigten gehören beispielsweise auch Medienhilfswerke, die von kostenlos zur Verfügung gestellten Werbe- und Verwaltungsleistungen ihrer jeweiligen Trägerunternehmen profitieren. In die Berechnung der Werbe- und Verwaltungskostenquote werden Pro-bono-Leistungen nicht einbezogen. Wesentliche Leistungen (Orientierungsgröße: mehr als 10.000 EUR pro Jahr) oder mögliche, hiermit verbundene Interessenkonflikte werden im Jahresbericht offengelegt. Aus datenschutzrechtlichen Gründen können personenbezogene Daten dabei anonymisiert werden.

#### **Leistung gegen Rechnung**

Sofern einer Organisation Leistungen in Rechnung gestellt werden, z.B. für Wirtschaftsprüfung oder die Spenden-Siegel-Gebühren, die entsprechenden Ausgaben aber von dritter Seite finanziert werden, ist der Aufwand den Grundsätzen ordnungsgemäßer Buchführung folgend dennoch in die Rechnungslegung der Organisation einzubeziehen, weil sie von dieser selbst beauftragt wurden.

#### **Leistung von Dritten auf deren Rechnung**

Eine Organisation wird beispielsweise durch Werbe- und Verwaltungsleistungen begünstigt, die von Dritten im eigenen Namen und auf eigene Rechnung beauftragt wurden (z.B. Straßenwerbung, Mailingaktionen, Fernseh- und Filmproduktionen, Übernahme von Verwaltungskosten). Somit sind diese Leistungen in der Rechnungslegung der begünstigten Organisation nicht erfasst. In deren Jahresbericht wird der konkrete Umfang der externen Leistung jedoch beziffert und über die hieraus finanzierten Aktivitäten berichtet. Aus datenschutzrechtlichen Gründen können personenbezogene Daten dabei anonymisiert werden. Erhält eine Organisation über einen Zeitraum von mehr als fünf Jahren externe Werbe- und Verwaltungsleistungen, so ist zu prüfen, ob ihre Mittelverwendung insgesamt noch als wirtschaftlich und sparsam angesehen werden kann.

#### **Werbe- und Verwaltungsausgaben innerhalb eines Verbunds**

Sofern eine Organisation ihre Projektmittel überwiegend an eine einzige andere Organisation weiterleitet, die die Projekte nicht unmittelbar selbst durchführt (z.B. eine internationale Zentrale) und die Mittel zum Teil für Werbe- und Verwaltungszwecke einsetzt, so wird im Jahresbericht der Geberorganisation der konkrete Umfang der weitergeleiteten Mittel beziffert und über die hieraus finanzierten Aktivitäten (Programm-, Werbe- und Verwaltungsausgaben) der zwischengeschalteten Organisation nachvollziehbar informiert.

#### **Förderkörperschaften**

Sofern eine Organisation von Förderkörperschaften finanziell unterstützt wird (z.B. Förderverein, Förderstiftung oder Spendenbündnis), die mit der Organisation organisatorisch verbunden sind oder deren wesentlicher Zweck es ist, diese Organisation finanziell zu fördern, so finden die Werbeausgaben der fördernden Organisationen zwar keinen Eingang in die Rechnungslegung der Empfängerorganisation; diese informiert jedoch in ihrem Jahresbericht über die Art der Verbundenheit und die Höhe dieser Zuwendungen.

#### **Finanzierung externer Werbemaßnahmen**

Eine Organisation unterstützt ihre Partnerorganisation oder andere Dritte beim Aufbau eigener Fundraisingstrukturen. Die weitergeleiteten Mittel werden bei ihr somit nicht vollumfänglich der Programmförderung, sondern anteilig auch der Werbung zugerechnet und damit bei der Werbe- und Verwaltungskostenquote berücksichtigt. Da die zuwendende Organisation von den Erträgen dieser Fundraisinginvestition im Rahmen der eigenen Sammlungseinnahmen nicht unmittelbar profitiert, wird der entsprechende Betrag bei der Berechnung ihrer Werbekostenquote nicht berücksichtigt.

## 5.4 Übertragung von Vermögen auf einen anderen Rechtskörper

Sofern eine Organisation Teile ihres Vermögens oder andere Mittel auf einen anderen Rechtskörper überträgt, werden diese Ausgaben nicht in die Berechnung des Werbe- und Verwaltungskostenanteils einbezogen. Hierzu zählen zum Beispiel die Ausstattung einer eigens gegründeten Stiftung mit Kapital, die Übertragung von Vermögen an einen Verein oder die Auslagerung eines Betriebsbereichs in eine GmbH.

Über eine Auslagerung von Vermögen oder anderer Mittel wird im Jahresbericht informiert. Dabei wird insbesondere über den Zweck der Vermögensauslagerung, die Höhe der übertragenen Mittel und die Verwendung der entsprechenden Vermögenserträge berichtet. Zugleich werden der Name der Empfängerorganisation sowie Verbundenheiten zwischen den Organisationen und besondere vertragliche Regelungen genannt.

Von einer Vermögensübertragung auf einen anderen Rechtskörper zu unterscheiden sind Zuwendungen an andere Organisationen. Diese werden je nach Zweck der Zuwendung den Programmausgaben bzw. den Werbe- oder Verwaltungsausgaben zugeordnet.

## 5.5 Das Werbeargument „100% der Spenden kommen an“

Das DZI setzt sich für einen offenen Ausweis der Werbe- und Verwaltungsausgaben ein, um bei den Spenderinnen und Spendern die Bereitschaft zu stärken, diese Kosten im vertretbaren Rahmen mitzutragen. Die Berechnung der Werbe- und Verwaltungsausgaben erfolgt in jedem Fall unabhängig von einer etwaigen zweckgebundenen Finanzierung dieser Kosten. Falls eine Organisation, bei der Werbe- und Verwaltungsausgaben anfallen, damit wirbt, dass 100% der Spenden der Programmarbeit zugutekommen, so weist sie in angemessener Weise auf den Werbe- und Verwaltungsaufwand sowie die Quelle der zweckgebundenen Finanzierung hin.

# 6 Ausgabenmatrix

	Programmarbeit	Werbung und Öffentlichkeitsarbeit	Verwaltung
<b>Ausgaben für Programmarbeit und Mittelweiterleitungen</b>			
Programmausgaben (z.B. Bau und Unterhalt von Einrichtungen, Beratungsangebote, medizinische Versorgung, Aufwand der Länder- und Projektbüros)	X		
Geldleistungen an Einzelpersonen, Einrichtungen, Projektträger, Partnerorganisationen u.a.	X		
Kapitalausstattung anderer Organisationen	Vermögensverwaltung		
Weitergabe von Sachspenden (inklusive Transport)	X		
Versicherungen Programmmitarbeitende	X		
Advocacyarbeit	X		
Lobbyarbeit	S		
Tagungen und Workshops	S		
Themenkampagne	X		
Schul- und Bildungsmaterial	X		
Fachpublikation	X		
Ratgeber	X		
Ausstellung	X		
<b>Personalausgaben Geschäftsstelle</b> (Gehälter, soziale Abgaben, Aufwendungen für Altersvorsorge etc.)			
Leitung (Vorstand, Geschäftsführung)			S
Sekretariat, Assistenz			S
Personalverwaltung			X
Buchhaltung und Jahresabschluss (inkl. Programmbuchhaltung und -wirtschaftsprüfung in der Geschäftsstelle)			X
Revision			X
Strategie- und Haushaltsplanung			X
Rechtsabteilung, Hausjuristen			S
Fachliche Programmdurchführung	X		
Auswahl und Planung von Programmen	X		
Prüfung von Unterstützungsanträgen	X		
Wirkungsbeobachtung	X		

## Bedeutung der Symbole

X: Feste Zuordnung zu dem angegebenen Ausgabenbereich.

S: Personal- und Sachkosten können verursachungsgerecht geschlüsselt werden, sofern eine vollumfängliche Zuordnung zu einem Ausgabenbereich nicht möglich bzw. nicht sachgerecht ist. Bei der Kostenzuordnung ist insgesamt der Grundsatz der Wesentlichkeit im Sinne von Kapitel 4 zu beachten.

	Programmarbeit	Werbung und Öffentlichkeitsarbeit	Verwaltung
<b>Fortsetzung Personalausgaben Geschäftsstelle</b>			
Projektkontrolle	X		
Bildungsangebote und Kampagnenarbeit	X		
Werbung und Mittelbeschaffung		X	
Öffentlichkeitsarbeit, Imagekampagnen		X	
Beantragung öffentlicher Mittel und von Zuwendungen anderer Organisationen (Projektskizze, Antragstellung)		X	
Spenderbetreuung und -bindung		X	
Unternehmenskooperationen (Mittelbeschaffung)		X	
Netzwerkarbeit		S	
Social Media		X	
Mitgliederbetreuung und -verwaltung		X	
Presseabteilung		S	
Empfang, Poststelle, Fahrbereitschaft			X
Materialbeschaffung			S
EDV-Betreuung			S
Lagerhaltung, Logistik und Transport			S
Übersetzungen			S
Auszubildende, Praktikanten, Aushilfen			S
<b>Personalausgaben am Ort der Leistungserbringung</b>			
Personal im Projekt, Länderbüro oder in der geförderten Einrichtung	X		
Personal im Koordinierungsbüro	X		
<b>Aufwandsentschädigungen für Ehrenamtliche</b>			
Gremien (Vorstand, Aufsichtsrat, Kuratorium, Beirat, Finanzausschuss u.a.)			X
Ehrenamtliche im Programmbereich	X		
Weitere ehrenamtlich Mitarbeitende (z.B. Standbetreuung, Aktionsgruppen)		S	
<b>Bürokosten Geschäftsstelle</b>			
Miet- und Mietnebenkosten			S
Bürogebäude (Investition und Zinsaufwand)			S
Reinigung			S
Wartungen, Reparaturen, Instandhaltungen			S

	Programmarbeit	Werbung und Öffentlichkeitsarbeit	Verwaltung
<b>Fortsetzung Bürokosten Geschäftsstelle</b>			
Bürobedarf/Betriebsbedarf (Möbel, technische Geräte, Software u.a.)			S
Strom, Energie, Wasser			S
Versicherungen (außer Projektpersonal)			X
Zeitschriften, Medienausschnitte, Bücher			X
Kopierkosten			S
Abschreibungen			S
<b>Sonstige Ausgaben Geschäftsstelle</b>			
Porto, Versand und Kurier		X	
Telefon/Internet			S
EDV			S
Gerätemieten, Wartungen, Reparaturen			S
Kfz-Aufwendungen			S
Steuern, Abgaben			X sofern nicht steuerpfl. wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb
Reisekosten	S		
Repräsentation		X	
Bewirtung			X
Geschenke		X	
Fortbildung			S
Teambuilding (Betriebsausflug u.a.)			X
Organisationsberatung			X
Betriebsveranstaltungen, Feste		X	
(Mitglieds-)Beiträge an andere Organisationen			X
Spenden-Siegel-Gebühren			X
Rechtsberatung			S
Nebenkosten des Geldverkehrs			X
<b>Finanzen, Rechnungswesen, Vermögen</b>			
Controlling, Revision			X
Buchhaltung (inkl. Programmbuchhaltung in der Geschäftsstelle)			X
Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung			X
Währungsdifferenzen	S		
Vermögensverwaltung			Vermögensverwaltung
Kursverluste			Vermögensverwaltung
Depotgebühren			Vermögensverwaltung

	Programmarbeit	Werbung und Öffentlichkeitsarbeit	Verwaltung
<b>Mittelbeschaffung</b>			
Mailings		X	
Zweckgebundene Spendenaufrufe		X	
Anzeigen, Plakate		X	
Beilagen		X	
Telefonmarketing (inkl. Dankanrufe)		X	
Straßen- und Haustürwerbung		X	
Fremdadressen		X	
Spenderdatenbank		X	
Werbespots (Video- und Fotomaterial)		X	
Social Media		X	
Online-Marketing		X	
Spendenshop		X	
Marktforschung		X	
Zuwendungsbestätigungen			X
Erbschaftsmarketing		X	
Bußgeldmarketing		X	
Großspendermarketing und -betreuung		X	
Beantragung öffentlicher Mittel und von Zuwendungen anderer Organisationen (Projektskizze, Antragstellung)		X	
Altmaterialsammlungen (Altkleider etc.)		X	
Unternehmenskooperationen		X	
Fundraising-Kampagnen		X	
Mitgliedschaft Spendenbündnis		X	
Päckchenaktionen in Schulen, Kindergärten etc.		X	
Benefizveranstaltungen (Tombola, Gala, Spendenläufe u.a.)		X sofern nicht steuerpfl. wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb	
Grußkarten, Kalender		X sofern nicht steuerpfl. wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb	
<b>Öffentlichkeitsarbeit und Rechenschaftslegung</b>			
Druckkosten, Layout		S	
Jahresbericht		X	
Website (i.d.R.)		X	
Informationen über Programme und Projekte		X	

Programmarbeit

Werbung und  
Öffentlichkeitsarbeit

Verwaltung

**Fortsetzung** Öffentlichkeitsarbeit und Rechenschaftslegung

Verwendungsnachweise			X
Stand auf Messe, Kirchentag u.a.		S	
Seminare und Vorträge		S	
Preisverleihung		S	
Mitglieder- und Spendermagazin		X	
Imagekampagne		X	
Markenbildung		X	
Patenkommunikation		X	
Journalisten- und Prominentenreisen		X	
Pressearbeit		S	

# 7 Öffentliche Darlegung der Finanzen

Eine vollständige, wahrhaftige und aussagekräftige Darstellung der jährlichen Einnahmen und Ausgaben sowie des Vermögens ist ein wesentlicher Bestandteil der öffentlichen Rechenschaftslegung und Transparenz von Spendenorganisationen. Die Finanzdaten werden zeitnah spätestens zwölf Monate nach Ablauf des Geschäftsjahres veröffentlicht.

Das Vermögen wird durch eine Vermögensaufstellung bzw. Bilanz mit Vorjahresdaten veröffentlicht. Die Einnahmen und Ausgaben werden wie folgt untergliedert (nicht relevante Bereiche und Posten entfallen):

	Berichtsjahr   Euro	Vorjahr   Euro
<b>Ideeller Bereich und Zweckbetrieb</b>		
Geldspenden		
Sachspenden		
Nachlässe		
Zustiftungen (in den Vermögensstock einer Stiftung)		
Mitgliedsbeiträge		
Einnahmen aus Geldauflagen (Bußgelder)		
Zuwendungen der öffentlichen Hand		
Zuwendungen anderer Organisationen		
Leistungsentgelte		
Sonstige Einnahmen		
<b>Gesamteinnahmen</b>		
<b>Programmausgaben (sinnvoll nach wesentlichen Bereichen, Regionen, Tätigkeiten etc. untergliedert)</b>		
<b>Werbung und Öffentlichkeitsarbeit (sinnvoll nach wesentlichen Bereichen, Tätigkeiten etc. untergliedert)</b>		
<b>Verwaltung (sinnvoll nach wesentlichen Bereichen, Tätigkeiten etc. untergliedert)</b>		
<b>Gesamtausgaben</b>		
<b>Steuerpflichtiger wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb</b>		
Einnahmen		
Ausgaben		
<b>Vermögensverwaltung</b>		
Einnahmen		
Ausgaben		

Die Einnahmen-, Ausgaben- und Vermögensposten werden inhaltlich näher erläutert und gegebenenfalls aufgegliedert. Dargelegt werden insbesondere die Zusammensetzung der Programmausgaben, der Werbe- und Verwaltungsausgaben sowie die Höhe und der Zweck von Rücklagen. Auf wesentliche Veränderungen gegenüber dem Vorjahr wird eingegangen. Es wird darüber informiert, von wem und mit welchem Ergebnis die Rechnungslegung geprüft wurde. Außerdem steht es einer Organisation frei, ergänzend zur hier vorgegebenen Darlegung der Finanzen weitere Informationen wie zum Beispiel den prozentualen Werbe- und Verwaltungskostenanteil, auch im Mehrjahresdurchschnitt, zu veröffentlichen.

## HINWEISE

### **Ideeller Bereich und Zweckbetrieb**

Der ideelle Bereich und ein etwaiger Zweckbetrieb werden zusammengefasst dargestellt. In beiden Bereichen geht es um die unmittelbare Verwirklichung der in der Satzung festgelegten Zwecke.

**Geldspenden** umfassen die Geldspenden von privaten Personen und Unternehmen. Dazu gehören auch Fördermitgliedsbeiträge, Patenschaftsbeiträge und Kollekten.

Hinweis für Organisationen, die einen handelsrechtlichen Jahresabschluss erstellen: Sofern die Geldspenden im Sinne von IDW RS HFA 21 nicht in Höhe des Zuflusses, sondern in Höhe der im Berichtsjahr verwendeten Beträge ausgewiesen werden, empfiehlt das DZI die Anwendung der in der IDW-Verlautbarung in Textziffer 25 dargestellten Überleitungsrechnung vom Spendenzufluss zum Spenderertrag. Andernfalls wird die Höhe der im Berichtsjahr zugeflossenen Geldspenden in einer Fußnote oder in den Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung beziffert.

**Sachspenden** werden in der Rechnungslegung erfasst, wenn für sie steuerliche Zuwendungsbestätigungen ausgestellt wurden oder ein Wirtschaftsprüfer ihre ordnungsgemäße Bewertung bestätigt hat.

**Mitgliedsbeiträge** sind im Unterschied zu Fördermitgliedsbeiträgen mit einem Stimmrecht verbunden. Sie sind daher gesondert von den Geldspenden auszuweisen. Fördermitgliedsbeiträge hingegen zählen zu den Geldspenden.

**Einnahmen aus Geldauflagen** (Bußgelder) resultieren aus Geldzuweisungen von Staatsanwaltschaften und Gerichten an gemeinnützige Organisationen.

**Zuwendungen der öffentlichen Hand** beinhalten insbesondere institutionelle Förderungen und Projektförderungen des Bundes, der Länder, der Kommunen oder der Europäischen Union. Pflegesätze und ähnliche Vergütungen fallen nicht unter die öffentlichen Zuwendungen, sondern sind in der Regel Leistungsentgelte im Rahmen eines Zweckbetriebs.

**Zuwendungen anderer Organisationen** (Vereine, Stiftungen etc.) zählen nicht zu den Geldspenden. Dies gilt auch für Spendenweiterleitungen von rechtlich selbständigen Spendenbündnissen an ihre Mitglieds- und Partnerorganisationen.

**Leistungsentgelte** fallen insbesondere im Rahmen eines Zweckbetriebs an (Pflegesätze etc.). Für die Abgrenzung eines Zweckbetriebs von einem steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb sind die steuerrechtlichen Bestimmungen maßgebend.

Für die Abgrenzung der **Programmausgaben** sowie der **Werbe- und Verwaltungsausgaben** gelten die Regelungen des vorliegenden Konzepts.

### **Steuerpflichtiger wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb**

Die Abgrenzung des steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs richtet sich nach den steuerrechtlichen Regelungen.

Sofern die Einnahmen und Ausgaben des steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs nur geringfügig sind oder andere Gründe für eine Verfahrensvereinfachung sprechen, können diese Einnahmen den Leistungsentgelten und die Ausgaben den Werbeausgaben zugerechnet werden.

### **Vermögensverwaltung**

Die Abgrenzung der Vermögensverwaltung richtet sich nach den steuerrechtlichen Regelungen.

Zu den Einnahmen gehören hier insbesondere Zins- und Wertpapiererträge, Zuschreibungen auf Wertpapiere, realisierte Kursgewinne sowie Einnahmen aus der Vermietung, Verpachtung und dem Verkauf von Immobilien. Einnahmen aus Nachlässen, Spenden in den Vermögensstock und Zustiftungen etc. zählen im Sinne dieses Konzepts nicht zu den Einnahmen der Vermögensverwaltung. Sie sind dem ideellen Bereich zuzuordnen.

Ausgaben der Vermögensverwaltung sind insbesondere Kosten für Wertpapieranlage, Depotgebühren, Abschreibungen auf Wertpapiere, realisierte Kursverluste sowie Aufwendungen für Immobilien (Verwaltung, Instandhaltung, Abschreibungen etc.).

Erfolgt die Nutzung von Immobilien und anderen Vermögensgegenständen im ideellen Bereich oder Zweckbetrieb, werden die zugehörigen Einnahmen und Ausgaben dort entsprechend ausgewiesen und nicht im Bereich der Vermögensverwaltung.

Sofern die Einnahmen und Ausgaben der Vermögensverwaltung nur geringfügig sind oder andere Gründe für eine Verfahrensvereinfachung sprechen, können diese Einnahmen den sonstigen Einnahmen und die Ausgaben den Verwaltungsausgaben zugerechnet werden.

**Deutsches Zentralinstitut  
für soziale Fragen (DZI)**

Bernadottestraße 94  
14195 Berlin

Telefon 030/83 90 01-0  
Telefax 030/831 47 50

[www.dzi.de](http://www.dzi.de)  
[sozialinfo@dzi.de](mailto:sozialinfo@dzi.de)

© 2019