

Richtlinie zur Zusammenarbeit mit Dritten & Fundraising Ethik

März 2009

EINLEITUNG

Die eigene Unabhängigkeit ist für Greenpeace von größter Bedeutung. Was auch immer Greenpeace unternimmt – diese Unabhängigkeit darf in keinem Fall aufs Spiel gesetzt werden.

Greenpeace unterstützt und geht Beziehungen zu Dritten ein, wenn diese dazu beitragen, die Ziele von Greenpeace voranzubringen, ökologische Lösungen erfolgreich am Markt durchzusetzen oder mehr Menschen mit unserer Botschaft zu erreichen. Die Unabhängigkeit von Greenpeace darf dadurch aber nicht berührt werden.

Eine Gefährdung der Unabhängigkeit wäre gegeben durch

- jegliche Art von Beziehungen zu Dritten, die die freie Meinungsäußerung von Greenpeace einschränken;
- direkte finanzielle Zuwendungen von Regierungen, politischen Parteien oder Unternehmen;
- einen unangemessenen finanziellen Vorteil für Dritte aufgrund der Beziehung zu Greenpeace.

Im Zweifel oder im Falle einer berechtigten Vermutung, dass unsere Unabhängigkeit gefährdet sein könnte, gehen wir keine Zusammenarbeit mit Dritten ein oder beenden existierende. Die vorliegenden Richtlinien gelten als Leitfaden für alle Entscheidungen zur Zusammenarbeit mit Dritten und geben Handlungshinweise.

1. ALLGEMEINE GRUNDSÄTZE

1.1 Greenpeace ist eine unabhängige und gewaltfreie Organisation. Sie finanziert ihre Arbeit durch Spenden einzelner Bürgerinnen und Bürger und durch Zuwendungen von Stiftungen.

1.2 Greenpeace bemüht sich weder um finanzielle Unterstützung, noch akzeptiert die Organisation Spenden von Regierungen, Unternehmen, politischen Parteien oder multinationalen Regierungsorganisationen wie z. B. den Vereinten Nationen oder der Europäischen Union.

1.3 Greenpeace nimmt weder Spenden an, die die Ziele, die Unabhängigkeit, die Werte oder Integrität der Organisation beeinträchtigen könnten, noch bemüht Greenpeace sich um solche Gelder.

1.4 Greenpeace behält sich das Recht vor, jede Art von Spende zurückzuweisen.

1.5 Jegliche Beziehungen zu Dritten sollten daher

- die Unabhängigkeit von Greenpeace nicht berühren, während sie der Organisation aber durchaus einen Rahmen bieten können, innerhalb dessen Spenden eingeworben werden und ein nachhaltiges Einkommen erzielt werden kann.
- mit den ökologischen Zielen von Greenpeace übereinstimmen.
- in Einklang stehen mit der öffentlichen Wahrnehmung von Greenpeace als aktive, unabhängige, internationale und glaubwürdige Organisation.
- stets berücksichtigen, dass die Zusammenarbeit einzelner Greenpeace Sektionen mit Dritten Auswirkungen auf eine andere Greenpeace Sektion haben kann.
- den Namen Greenpeace schützen.
- einen Beitrag leisten, uns in der Erreichung unserer Ziele voranzubringen.

1.6 Unsere Förderer sind unser höchstes Gut. Durch größtmögliche Transparenz und hohe Standards im Berichtswesen kommen wir unserer Rechenschaftspflicht gegenüber den Förderern nach.

Greenpeace verpflichtet sich den ethischen Regeln der Fundraising Policy wie sie in dem internationalen Verhaltenscodex der »INGO Accountability Charter« formuliert sind:

- Akzeptanz allgemeingültiger Prinzipien
- Unabhängigkeit
- verantwortungsvolles Handeln
- effektive Programme
- keine Diskriminierung
- Transparenz
- qualitativ hochwertige Organisationsleitung
- moralisch vertretbares Fundraising
- professionelles Management

2. ZUSAMMENARBEIT MIT DRITTEN

2.1 Zusammenarbeit bei Kampagnen

2.1.1 Greenpeace geht Allianzen mit anderen zivilgesellschaftlichen Organisationen ein, wenn diese maßgeblich dazu beitragen, wichtige Kampagnenziele zu erreichen und/oder unser Ansehen in der Zivilgesellschaft zu stärken und einen Beitrag für unsere Ziele zu leisten. Bei Zustandekommen einer solchen Allianz sollte eine vertragliche Vereinbarung oder eine gemeinsame Absichtserklärung verabschiedet werden, in der Zeitrahmen, Pflichten und Verantwortlichkeiten geregelt sind.

2.1.2 Gemeinsame Initiativen mit Wirtschaftsunternehmen oder Regierungen – auch für uns ungewöhnliche – sind möglich, wenn die Aussicht besteht, dass sie maßgeblich zum Erfolg einer unserer wichtigen Kampagnen beitragen können (zum Beispiel um eine bahnbrechende Lösung zu fördern). Solche gemeinsamen Initiativen sind zeitlich begrenzt und dürfen unsere Werte und unsere Glaubwürdigkeit nicht gefährden. Sollte im Rahmen dieser Zusammenarbeit einem Dritten erlaubt werden, das Greenpeace Logo zu verwenden, so ist die Erlaubnis hierfür auf das betreffende Gebiet, einen bestimmten Zeitraum und eine bestimmte Kampagne begrenzt. Wenn es sich um eine EU-weite oder sogar um eine globale Initiative handelt, muss die Internationale Geschäftsführung ihre Zustimmung geben. Im nationalen Rahmen kann die Geschäftsführung der nationalen Sektion hierüber entscheiden, muss sich aber vorab mit der internationalen Geschäftsführung abstimmen.

2.1.3 Greenpeace kann positive Geschäftsinitiativen unterstützen (Produkte, Dienstleistungen, Technologien usw.). Wir stellen hierfür aber nicht unser Logo zur Verfügung, auch einem Co-Branding stimmen wir nicht zu.

2.1.4 Wir können unser Logo für gemeinsame Initiativen mit anderen Nichtregierungsorganisationen (NGOs) verwenden, solange es der Zielsetzung unserer Arbeit dient und im Einklang mit unseren Werten ist.

2.2. Veröffentlichungen von Kooperationspartnern über Greenpeace

2.2.1 Die nationalen Sektionen entscheiden über alle Veröffentlichungen von Kooperationspartnern über Greenpeace in ihrem Land/Gebiet und sind auch dafür verantwortlich. Greenpeace International entscheidet und trägt die Verantwortung, wenn es um die globale Organisation geht.

2.2.2 Greenpeace International regt alle nationalen/regionalen Sektionen von Greenpeace dazu an, als Kunden mit ihren Zulieferern/Geschäftspartnern Vertraulichkeit und Stillschweigen zu vereinbaren. Agenturen, Produzenten o. ä. ist es grundsätzlich möglich, Greenpeace als Referenz anzugeben, aber dies wird von Fall zu Fall und durch die nationalen Geschäftsführungen entschieden. Bei Fällen von internationaler Bedeutung entscheidet die internationale Geschäftsführung.

Die Nutzung des Greenpeace Logos wird in diesen Fällen nur erlaubt,

- wenn es nicht vermeidbar ist oder wenn zu erwarten ist, dass Greenpeace hierdurch einen nicht-finanziellen Nutzen hat,
- mit angemessenen Auflagen und Festlegung über (a) das Gebiet der betreffenden nationalen Sektion, (b) den Zeitrahmen und (c) die Arbeit oder Dienstleistung, um die es sich handelt.

2.3. Nutzung des Namens Greenpeace für kommerzielle Zwecke

2.3.1 Greenpeace Business

Greenpeace Aufgabe ist es, für den Schutz der Umwelt zu kämpfen. Die Nutzung des Namens für kommerzielle Zwecke oder für Lizenzen an Unternehmen, die von Greenpeace gegründet und kontrolliert werden oder den Namen Greenpeace nutzen wollen, ist nur erlaubt, wenn damit ein maßgeblicher Kampagnenerfolg verbunden ist. Bei EU-weiten oder globalen Auswirkungen durch die Vergabe des Namens Greenpeace entscheidet die internationale Geschäftsführung, bei nationaler Relevanz die Geschäftsführung der nationalen Sektionen, wobei diese verpflichtet sind, vorab die internationale Geschäftsführung zu befragen.

2.3.2. Mit Greenpeace verbundene Organisationen

Mit Greenpeace verbundene Organisationen, die aufgrund rechtlicher oder steuerrechtlicher Erfordernisse gegründet wurden, dürfen den Namen Greenpeace tragen. Für künftige Gründungen muss die internationale Geschäftsführung ihre Zustimmung geben, und sie müssen dieser Policy entsprechen.

2.3.3 Lizensierungen

Alle Verträge zum Produktverkauf sowie (Sub)-Lizensierungen, die durch einzelne Greenpeace Sektionen abgefasst werden, müssen alle anderen Greenpeace Policies erfüllen, wie die Lizenzierungspolicy, die Greenpeace Produktstandards, den verantwortungsvollen Umgang mit dem Namen Greenpeace, etc..

2.3.4 Werbung

Greenpeace versucht zu vermeiden, dass Greenpeace-Motive unmittelbar neben der Werbung von Unternehmen erscheinen, die nicht die Greenpeace Werte teilen. Unter Umständen und speziell bei Werbung im Internet kann dies aber Zufall und damit unvermeidbar sein. Bei unerwünschten Platzierungen von Greenpeace Motiven sollen die betroffenen nationalen Sektionen einschreiten.

2.3.5 Veranstaltungen/Events

Es ist erlaubt, das Greenpeace Logo für Veranstaltungen und in deren Infomaterialien zu nutzen, wenn Greenpeace durch diese Veranstaltungen begünstigt wird. Dies ist aber nur möglich, wenn es sich um Veranstaltungen handelt, die nicht primär den Zielen einzelner Unternehmen dienen.

2.3.6 E-Business

Die oben genannten Regeln gelten auch für den Bereich E-Commerce und Internet-Kooperationen zwischen Greenpeace und Dritten.

2.4 Interne Kommunikation über die Zusammenarbeit mit Dritten

Sollten Greenpeace oder mit Greenpeace verbundene Organisationen eine Kooperation mit weltweiten Unternehmen oder Organisationen eingehen, trägt die jeweils zuständige Greenpeace Sektion/Organisation die Verantwortung dafür, vorab all diejenigen Greenpeace Sektionen/Organisationen zu informieren, die von dieser Verbindung betroffen sein könnten. In jedem Fall muss Greenpeace International informiert werden, damit dort ein zentraler Überblick über die Zusammenarbeit mit Dritten besteht und mögliche Interessenkonflikte vermieden werden können.

3. FUNDRAISING ETHIK

3.1 Verhaltenskodex

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

Spenden

Greenpeace wirbt keine Spenden von Unternehmen und Regierungen ein und nimmt solche auch nicht an. Unternehmen sind definiert als gewinnorientierte juristische Körperschaften, also nicht Ein-Personenunternehmen.

Die nachfolgend beschriebenen Formen der Unterstützung sind möglich:

3.2. Sachspenden

3.2.1 Die Annahme von Sachspenden – Waren oder Dienstleistungen – von Unternehmen ist erlaubt unter der Bedingung, dass die Unabhängigkeit von Greenpeace in allen Kampagnen und Aktivitäten hiervon unberührt bleibt. Die Sachspenden müssen uneigennützig sein, das heißt, sie dürfen nicht für Werbezwecke eingesetzt werden oder dazu dienen, dass Greenpeace hierdurch den Bekanntheitsgrad eines Unternehmens erhöht. Niemals darf die Glaubwürdigkeit von Greenpeace durch diese Sachspenden aufs Spiel gesetzt werden. Die Überlassung einer Sachspende kann entweder von Greenpeace oder dem Spender formlos bestätigt werden. Eine Quittung über den wahren Wert solcher Spenden kann durch Greenpeace ausgestellt werden. Sponsort ein Unternehmen ein Anderes mit der Absicht, Greenpeace eine Sachspende zukommen zu lassen, so nimmt Greenpeace diese Sachspende nicht an.

3.2.2 Die Nutzung kostenloser Anzeigenwerbung (Freianzeigen) ist zulässig, solange die Glaubwürdigkeit von Greenpeace hierdurch nicht gefährdet ist.

3.2.3 Spenden aus sogenannten »Workplace Giving«-Programmen, bei denen ein Arbeitnehmer direkt von seiner Gehalts-/Lohnabrechnung einen Teil spendet, dürfen angenommen werden, solange die Glaubwürdigkeit von Greenpeace hierdurch nicht gefährdet ist.

3.2.4 Jede Sachspende bedarf der Zustimmung der Geschäftsführung der jeweiligen nationalen Sektion oder von Greenpeace International. Übersteigt der Wert der Spende 10.000 Euro, soll sie im Sinne der Transparenz im Jahresbericht veröffentlicht werden.

3.3 Honorare für Dienstleistungen

Greenpeace und seine MitarbeiterInnen nehmen keine Bezahlung für Beratungen gegenüber anderen Organisationen/Unternehmen oder für ähnliche Aufgaben an. Greenpeace MitarbeiterInnen nehmen keine Geschenke oder Vergünstigungen an, die als eine Art finanzieller Bonus verstanden werden könnten. Vortragshonore können angenommen werden, solange sie nicht an die MitarbeiterInnen direkt, sondern an die Organisation Greenpeace gezahlt werden. Im Zweifelsfall berät sich der/die Mitarbeiter/in mit seiner/ihrer Vorgesetzten/in.

3.4 Spenden aus dem Verkauf von Produkten/Dienstleistungen

3.4.1 Spenden in Form von Teilerträgen aus dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen können angenommen werden, wenn sie die Glaubwürdigkeit von Greenpeace nicht gefährden und wenn sie vom Kunden/Spender direkt ausgehen. Das heißt, der Kunde/Spender entscheidet selbst

und ist sich bewusst darüber, dass ein Teil des Kaufpreises an Greenpeace geht. Die betreffenden Geschäftsbedingungen müssen in einem (Lizenz)-Vertrag geregelt werden.

3.4.2 Wenn persönliche Daten von Unterstützerinnen, Unterstützern oder Mitgliedern mit anderen gleichgesinnten Organisationen zum Beispiel anderen gemeinnützigen Verbänden ausgetauscht werden, erhalten die betroffenen Personen zuvor die Möglichkeit, einen solchen Austausch abzulehnen. Der Widerspruch wird in der Spender-/Fördererdatenbank vermerkt.

3.4.3 Die Produkte/Dienstleistungen sollen den internationalen Merchandise/Lizenz-Kriterien von Greenpeace entsprechen.

3.4.4 Lotterien sind eine mögliche Einnahmequelle für Greenpeace, weil die Gelder hieraus von Einzelpersonen selbst, nämlich den Spielern kommen. Es darf sich hierbei um Lotterien in unserem Namen oder Dritter handeln, bei denen ein substanzieller Teil des Erlöses dem guten Zweck zufließt. Um den ethischen Standard solcher Lotterien zu gewährleisten, sollen sie von unabhängiger Stelle kontrolliert werden.

3.5 Spendenaufstockung durch Unternehmen

Von sogenannten »Gift Matching Programmen«, bei denen ein Arbeitgeber die Spende eines seiner Arbeitnehmer um einen Betrag aufstockt, akzeptiert Greenpeace den Spendenanteil der Privatperson und lehnt den Spendenanteil des Unternehmens ab.

3.6 Veranstaltungen

Die Annahme von Einnahmen aus Veranstaltungen ist möglich, wenn es sich um eine Benefizveranstaltung handelt, die Greenpeace fördert. Die Veranstaltung darf nicht so ausgelegt sein, dass sie in erster Linie einem Unternehmen nützt und dieses begünstigt.

Verhaltensgrundsätze

4.1 Ehrlichkeit und Integrität

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

4.2 Finanzielle Transparenz

Greenpeace legt gegenüber Unterstützern und Unterstützerinnen, der Öffentlichkeit, den Medien und gesetzlichen Institutionen offen, woher die Organisation ihr Einkommen bezieht und in welchen Proportionen die jeweiligen Gelder für die verschiedenen Aktivitäten – einschließlich Fundraising – verwandt werden. Darüber hinaus sollte jede Person, die es wünscht, eine Kopie der nationalen oder

internationalen Jahresbilanzprüfung kostenlos – oder zu einem geringen und angemessenen Preis für Kopierkosten und Versand – zugeschickt bekommen.

4.3 Datenschutz und Datenmanagement

4.3.1 Alle Greenpeace Sektionen und ihre Dienstleister beachten die landesüblichen Gesetze zum Datenschutz und melden sich bei den entsprechenden Datenschutzbehörden, sofern dies vom Gesetzgeber vorgeschrieben ist.

4.3.2 Alle Greenpeace Sektionen entsprechen den Wünschen von Spendern und Förderermitgliedern, wenn diese keine weitere Post der Organisation mehr erhalten wollen. Es wird ein entsprechender Vermerk in der Datenbank vorgenommen.

4.3.3 Die Namen von Spendern und Fördermitgliedern werden nicht an Dritte verkauft oder vermietet.

4.4 Nationale Grenzen

4.4.1 Im Einzugsgebiet einer anderen nationalen Sektion können Fundraising-Aktivitäten nur dann von einer anderen nationalen Sektion oder von Greenpeace International durchgeführt werden, wenn zuvor die betroffene nationale Sektion und die internationale Geschäftsführung ihr schriftliches Einverständnis erklärt haben und damit der Aktivität zustimmen. Derartige Anträge sind den Regeln der »Greenpeace Richtlinien zum transnationalen Fundraising« unterworfen.

4.4.2 Fundraising in internationalen Medien (z. B. CNN International, International Herald Tribune) liegen in der Verantwortung von Greenpeace International. Alle Daten, die durch solche Aufrufe aus Ländern generiert werden, in denen eine nationale Sektion von Greenpeace existiert, müssen der betreffenden Sektion zur Verfügung gestellt werden, um weitere Fundraising Aktivitäten zu ermöglichen.

4.4.3 Spontane Spenden ohne Zweckbindung an eine nationale Sektion von Greenpeace, die von einem Spender kommen, der seinen Wohnsitz in einem anderen Land hat, fallen unter die »Greenpeace Richtlinien zum transnationalen Fundraising«. Sie werden demgemäß als direktes Einkommen des Empfängerlandes verbucht, ohne Vorteil für das Geberland.

4.5 Fundraising und Kinder

Greenpeace verpflichtet sich, Gesetze und Regelungen über die Aufbewahrung von Daten und /oder Fundraising bei Kindern einzuhalten.

4.6 Zweckgebundene und nicht-zweckgebundene Spenden

4.6.1 Wir werben um Spenden für Greenpeace. Menschen spenden an Greenpeace, um die Umwelt zu retten, egal wo auf der Welt. Nationale Greenpeace Sektionen können die Greenpeace

Kampagnen als Beispiele verwenden, auch wenn die nationale Sektion weder direkt noch indirekt an der konkreten Finanzierung beteiligt ist oder an der Kampagne direkt teilnimmt.

4.6.2 Greenpeace wirbt um Spenden anhand aller Kampagnen in allen Ländern und anhand aller Probleme, an deren Lösung Greenpeace arbeitet als anschauliche Beispiele gegenüber Spendern und Förderern.

4.6.3 Im Allgemeinen bemüht sich Greenpeace darum, keine Spenden einzuwerben, die mit Einschränkungen oder bestimmten Vorgaben gegeben werden, die eine rechtliche und/oder moralische Verpflichtung enthalten würden, diese Gelder nur für ganz bestimmte Kampagnen oder in bestimmten Ländern zu verwenden.

4.6.4 Alle Fundraisingaktivitäten für zweckgebundene oder regional beschränkte Spenden bedürfen im Vorwege einer formellen Zustimmung von Greenpeace International.

4.7 Ausnahmen zu den Regeln zu beschränkten Spendeneinnahmen

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

4.7.1 Wo nationale Gesetze für gemeinnützige Organisationen verlangen, dass alle eingeworbenen Spenden für bestimmte festgelegte Projekte verwandt werden müssen.

4.7.2 Wenn ein Spender oder eine Spenderin ausdrücklich wünscht, dass seine/ihre Spende ausschließlich für ein bestimmtes Projekt einzusetzen ist. Greenpeace behält sich in jedem Fall das Recht vor, im Einzelfall eine Spende abzulehnen, falls die Beschränkung des Spendenziels nicht nachvollziehbar erscheint.

4.7.3 Wenn der einzige Zugang zu einer Spende nur auf der Basis eines eindeutig vorgegebenen Projekts möglich ist und ein festgelegtes Budget und ein Zeitlimit vorgegeben wird. Das gilt mit großer Wahrscheinlichkeit für alle Spenden, die von anderen gemeinnützigen Organisationen oder Stiftungen eingeworben oder angenommen werden.

4.7.4 Für die Werbung für Spenden von Unterstützern, Großspendern und von Stiftungen für Großinvestitionen, die Spenden erfordern, die weit über dem jährlichen Budgetrahmen liegen.

4.7.5 Greenpeace nimmt projektgebundene Spenden nur an, wenn die Projekte oder die Programme, die den Spendern oder Stiftungen vorgestellt werden, Teil der geplanten Greenpeace-Programme sind, die von der Geschäftsführung der jeweiligen regionalen/nationalen Sektion oder der internationalen Geschäftsführung genehmigt wurden. Wo immer möglich, sollten solche Gelder für die gesamte Dauer des Projekts eingeworben werden, besonders um Gehälter und laufende Ausgaben zu decken.

4.8 Stiftungen und gemeinnützige Organisationen

4.8.1 Greenpeace wirbt und nimmt Spenden von Stiftungen nur dann an, wenn diese keine unverhältnismäßigen Einschränkungen oder Bedingungen für die Verwendung der Gelder und Greenpeace Aktivitäten bedeuten.

4.8.2 Greenpeace legt gegenüber der spendenden Stiftung regelmäßig Rechenschaft über die Verwendung der Gelder ab; in Form von finanziellen, inhaltlichen und abschließenden Rechenschaftsberichten.

4.8.3 Sowohl die nationalen Sektionen als auch Greenpeace International dürfen sich nur dann an eine Stiftung wenden, die im Gebiet einer anderen Greenpeace Sektion liegt, wenn dem vorher zugestimmt wurde. Die Zustimmung erfolgt in schriftlicher Form und muss von der nationalen Sektion, in dessen Land die Stiftung beheimatet ist, und dem Fundraising Direktor von Greenpeace International unterschrieben werden. Derartige Anträge sind den Regeln der »Greenpeace Richtlinien zum transnationalen Fundraising« unterworfen.

4.8.4 In vielen Fällen ist es besser, wenn Greenpeace International sich selbst oder im Namen der nationalen oder regionalen Sektion an eine Stiftung wendet. Dafür muss im Vorwege aber die schriftliche Zustimmung der Sektion eingeholt werden, in deren Einzugsgebiet die Stiftung registriert ist. Derartige Anträge sind den Regeln der »Greenpeace Richtlinien zum transnationalen Fundraising« unterworfen.

4.8.5 Greenpeace International richtet eine zentrale Datenbank ein, in der alle transnationalen Spendenaufrufe an Stiftungen und deren Antworten hierauf, die von den nationalen Sektionen oder von Greenpeace International ausgegangen sind, erfasst werden. Diese Daten dienen der Übersicht und Recherche und als Quelle für zukünftige Anträge.

4.8.6 Greenpeace bemüht sich weder um Spenden von Stiftungen, die von politischen Parteien finanziert werden, noch nimmt die Organisation Spenden solcher Stiftungen an.

4.8.7 Greenpeace bemüht sich nicht um Spenden von Stiftungen, die von Regierungen finanziert und kontrolliert werden. Ausnahmen bilden Stiftungen, bei denen weniger als 50% des Gesamteinkommens aus staatlichen Geldern kommt (z. B. wenn eine Gruppe von Stiftungen Gelder bereitstellt, die eine unabhängige Stiftung bilden, die sich nur auf ganz spezielle oder nur regionale Projekte fokussiert).

4.8.8 Greenpeace nimmt keine Spenden von Stiftungen an, die von der Europäischen Union oder von den Vereinten Nationen finanziert werden, es sei denn, das Stiftungseinkommen aus Staatsmitteln beträgt weniger als 50% des Gesamteinkommens der Stiftung.

4.8.9 Greenpeace nimmt kein Geld von Stiftungen an, die eigentlich nur zum Zweck der Verteilung von Firmenspenden gegründet wurden.

4.9 Überprüfung von Spenden

4.9.1 Die nationalen/regionalen Sektionen von Greenpeace und Greenpeace International überprüfen sämtliche Spenden mit einem Wert von 5.000 Euro und darüber, um sicher zu gehen, dass diese in Einklang mit der Greenpeace Fundraising Ethik und deren Richtlinien stehen. Es steht jeder Sektion frei, nach eigenem Ermessen auch Spenden unter dem Wert von 5.000 Euro zu überprüfen.

4.9.2 Grundsätzlich behält sich Greenpeace das Recht vor, jede Spende, unabhängig von der Höhe zu überprüfen.

4.9.3 Überprüfung bedeutet konkret, dass Greenpeace sich versichert, dass die Annahme der Spende nicht gegen die Grundsätze der Organisation und gegen diese Richtlinien verstößt. In diesem Sinne werden unzulässige Spenden zurückgewiesen.

4.9.4 Die Geschäftsführung der jeweiligen Sektion oder im Falle von Greenpeace International die internationale Geschäftsführung entscheiden in letzter Instanz darüber, ob eine Spende angenommen oder abgelehnt wird.

4.9.5 Detaillierte Richtlinien zur Überprüfung von Spenden sind in den »GPI Financial Procedures« enthalten.

4.10 Anstellung von nationalen/internationalen Bereichsleitungen für Fundraising

Wenn eine nationale Sektion einen Bereichsleiter für Fundraising/Marketing einsetzen will, ist die nationale Geschäftsführung angehalten, die Leitung des Fundraisingbereichs von Greenpeace International oder deren Vertretung in die Auswahl mit einzubeziehen.

4.11 Fundraisingpläne und -budgets der nationalen Sektionen

Im Rahmen der jährlichen Erstellung des Entwicklungsplanes der Gesamtorganisation (ODP) unterbreitet jede nationale/regionale Sektion dem Fundraising-Direktor von Greenpeace International ihre Jahresplanung und eine strategische Planung für die folgenden drei Jahre für das Fundraising und evtl. existierender Einheiten des Warenverkaufs. Diese Planungen enthalten Budgets und werden vom Fundraising Direktor von Greenpeace International überprüft, kommentiert und mit Empfehlungen versehen. Die Überprüfung kann auch an ein Mitglied des Fundraising-Teams von Greenpeace International oder einen anderen erfahrenen Fundraising-Direktor delegiert werden, der dazu vom GPI-Fundraising Direktor bestimmt wurde.

4.12 Zusammenfassung – Annahme und Ablehnung von Spenden

V *annehmbar*

X *nicht annehmbar*

	Geldspenden	Sachspenden
Unternehmen	X	V
Großspender	V	V
Stiftungen	V	V
Quasi-Regierungsstellen	X	X
EU	X	X
UN	X	X
UN geführte Stiftung	X	X
Parteien	X	X

4.13 Onlinespenden

Wenn im Internet Spender von einer anderen nationalen Sektion oder Greenpeace International gewonnen werden, so sollen die Angaben zu diesen Personen an das zuständige Länderbüro gegeben werden, in dem der Wohnsitz des Spenders ist, damit der Kontakt zum Spender von dort aufgenommen werden kann. Dies gilt aber nur unter der Voraussetzung, dass dies so rechtlich möglich ist und dass es dem Wunsch des Spenders entspricht. Die Spenden selbst verbleiben in der Ländersektion, an die gespendet wurde.

4.14 Erbschaften / Vermächtnisse

Das Spenden eines Nachlasses ist eine persönliche Angelegenheit, und wir schützen die Privatsphäre der Erblasser, die mit uns Kontakt aufgenommen haben.

Es besteht keine Notwendigkeit für uns, die genauen Absichten eines möglichen Erblassers zu kennen. Wir betonen Interessenten gegenüber daher stets, dass jegliche Angaben auf Nachfrage unsererseits freiwillig sind.

Wir folgen den ethischen Grundsätzen und Richtlinien der nationalen Fundraising-Verbände, um sicherzustellen, dass Informationen über das Thema Erbschaften und Vermächtnisse in angemessener Art und Weise verbreitet werden.

Wir berichten über Erblasser und ihre Hintergründe nur, wenn sie selbst vorab oder ihre Familien die Erlaubnis dazu gegeben haben und schützen dabei ihre Privatsphäre.

Wir geben Namen von Menschen, die uns in ihrem letzten Willen berücksichtigen, nur bekannt, wenn wir dazu die ausdrückliche Erlaubnis erhalten haben.

Wenn ein Erblasser einen speziellen Wunsch zur Verwendung seines Erbes geäußert hat, unternehmen wir jede Anstrengung, diesen Wunsch zu erfüllen.

Wir akzeptieren, dass jeder Mensch seine Meinung ändern kann, auch wenn er Greenpeace ursprünglich in seinem letzten Willen/Testament berücksichtigt hat.

Wir respektieren die Entscheidung unserer Förderer, uns mit ihrem Erbe in der von ihnen gewählten Form zu unterstützen.

Wir respektieren die Tatsache, dass die Entscheidung Greenpeace, im Testament zu bedenken, allein beim Spender liegt, wann immer er oder sie diese Entscheidung trifft.

Greenpeace will diese Welt retten – und Erbschaften spielen eine wesentliche Rolle in der Finanzierung dieser Arbeit. Wir geben jedem Förderer die Möglichkeit, uns mit seinem Testament bzw. Nachlass dabei ein Stückchen zu helfen, sofern sie wollen.