



Der Verein IndienHilfe Deutschland pflanzt unter anderem mit Schulkindern Litschi-Bäume. Damit auch Ihre NGO-Gründung reichlich Früchte trägt, gibt es einiges zu beachten.

## Nur noch kurz die Welt retten ...?

Worauf es bei der erfolgreichen Gründung und Vermarktung einer NGO ankommt

Im Jahr 2008 gründete eine Handvoll Bürger aus Wallenhorst nahe Osnabrück die IndienHilfe Deutschland e.V. Seitdem hat der Verein eine Menge Erfahrungen sammeln können, woraus wertvolle Tipps entstanden sind, wie man aus einer guten Idee eine erfolgreiche Organisation entwickelt.

Von JÜRGEN FLUHR

Wer eine NGO gründen möchte, hat in der Regel ein sehr konkretes Ziel vor Augen. Er will etwas bewirken, und genau diese Begeisterung ist der Kern einer erfolgreichen Gründung. Es ist der Motor, um selbst am Ball zu bleiben, aber was noch wichtiger ist: Es ist der Funke, mit dem Mitstreiter gefunden werden. Bei der IndienHilfe Deutschland e.V. war es so, dass mir und meiner Frau in einem Slum in Kalkutta ein

vier Wochen altes Baby für umgerechnet 20 Euro zum Kauf angeboten wurde. Da war für uns klar, dass wir etwas tun müssen. Solche Schlüsselerlebnisse sind natürlich nicht für jede NGO erforderlich, dennoch ist der unbedingte Wille, die Sache durchzuziehen, von Anfang an das Allerwichtigste.

Wenn der Zweck einer NGO feststeht, muss man sich zunächst entscheiden, welche Rechtsform die passende ist. Ob Verein, Stiftung, gGmbH, gUG – jede Variante hat in Sachen Steuerrecht, Haftung, Stammkapital und so weiter verschiedene Vor- und Nachteile. Ich empfehle einen Rechtsanwalt oder Notar hinzuzuziehen und am besten gleich als Gründungsmitglied zu verpflichten. Sehr wichtig ist an dieser Stelle auch der Name der späteren Organisation. Wie wollen wir heißen? Was ist eingängig, leicht verständlich? Gibt es vielleicht schon Ideen für einen griffigen Claim? Der Name ist

schließlich von entscheidender Bedeutung, um die NGO erfolgreich zu vermarkten und Spender zu akquirieren.

Im Fall eines Vereins benötigen Sie eine Satzung, für die es reichlich Vorlagen gibt, sowie sieben Gründungsmitglieder, die das Gründungsprotokoll unterzeichnen. Anschließend wird ein Führungsgremium gewählt, und der Verein kann im Vereinsregister eingetragen werden. Sie erhalten einen Registerauszug, mit dem Sie beispielsweise ein Vereinskonto eröffnen oder auch beim Finanzamt eine Gemeinnützigkeit beantragen können. Man sollte bedenken, dass diese Formalien auch Kosten verursachen. So um die 100 bis 160 Euro sollten die Gründungsmitglieder schon zusammenlegen.

Nach der erfolgreichen Gründung beginnt die richtige Arbeit. Um zu wachsen, müssen neue Mitglieder und Spender gewonnen

## UND? WELCHES STADIUM HABEN SIE ERREICHT?

werden. Wichtig ist, diese Unterstützer nicht nur als Helfer, sondern vor allem als Kunden zu betrachten. Genau wie Konsumenten müssen Spender für eine Sache begeistert und gepflegt werden. Kein Mensch spendet Geld und Zeit, weil er zu viel davon hat. Er erwartet immer auch einen Gegenwert. Auch und gerade wenn es darum geht, die Welt zu verbessern, sollte jede NGO wie ein Unternehmen betrachtet werden, das sich in einem hart umkämpften Markt behaupten muss.

Diese kapitalistische Denke klingt erst einmal befremdlich, schließlich geht es doch um selbstlose Hilfsbereitschaft. Man sollte aber bedenken, dass Hilfsbereitschaft in den seltensten Fällen vollkommen selbstlos ist. Gute Taten wollen wertgeschätzt werden. Ein Spender spendet immer auch, um sich persönlich gut zu fühlen. Und das gelingt nur, wenn er weiß, wofür sein Geld auch tatsächlich eingesetzt wird.

Transparenz und Authentizität sind die wichtigsten Säulen jeder NGO. Wir von der IndienHilfe Deutschland e.V. sind beispielsweise Mitglied im Deutschen Spendenrat, bei Transparency International und dem DIGEV. Darüber hinaus fahren unsere Mitglieder regelmäßig nach Indien, um sich persönlich vom Erfolg der Projekte zu überzeugen.

Vor diesem Hintergrund sollte jede NGO von Anfang an eine möglichst professionelle Presse- und Marketingarbeit aufbauen. Die Spanne reicht hier von der eigenen Facebook-Seite bis zum kompletten Mitgliedermagazin. Ganz wichtig: Gute Öffentlichkeitsarbeit erhöht nicht nur die Bekanntheit, sondern fungiert auch als Wertschätzung gegenüber Mitgliedern und Spendern. Wer Gutes tut, freut sich, wenn seine Tat auch öffentlich wahrgenommen wird. Entscheidend ist nicht zuletzt auch die Konkurrenz. Jeder potenzielle Spender

hat heutzutage 1000 Möglichkeiten zu spenden. Wer erfolgreich sein will, sollte sehr genau bedenken, in welchen Punkten er sich von vergleichbaren Organisationen unterscheidet und warum die Spende bei ihm besser aufgehoben ist als woanders. Mit diesen Alleinstellungsmerkmalen steht einem langfristigen Wachstum nichts mehr im Wege. ▣



**Jürgen Fluhr** ist studierter Dipl.-Ing., Executive MBA. Als ehemaliger Geschäftsführer eines Dax- und SDax-Unternehmens ist er heute Vorstandsvorsitzender der IndienHilfe Deutsch-

land e.V. und Indienexperte. Mit seinem Konzept „Bildung gegen Armut“ hilft der Verein jedes Jahr mehreren hundert Straßen- und Waisenkindern.

► [www.indienhilfe-deutschland.de](http://www.indienhilfe-deutschland.de)