

PRESSEMITTEILUNG

**Wie das Internet den Spendensektor verändert –
„betterplace lab“ stellt ersten Trendreport vor**

Berlin, 05. Dezember 2011. Spenden ist auch nicht mehr das, was es mal war. Früher veröffentlichte eine Hilfsorganisation ab und an ein paar Zahlen und verschickte kurz vor Jahresende einen bunten Kalender – und die Spenden flossen. Seit einigen Jahren sorgt jedoch das Internet für einen Wandel: Mehr Transparenz, direktere Kommunikation mit den Menschen vor Ort und neue Methoden der Wirkungsmessung verändern althergebrachte Vorgehensweisen. Der erste Trendreport des betterplace lab, dem wissenschaftlichen „Think and Do-Tank“ der Internet-Spendenplattform betterplace.org, zeigt nun auf, in welchem Ausmaß digitale Technologien den sozialen Sektor verwandeln.

„Ähnlich wie in anderen Branchen – dem Musik- oder Reisemarkt zum Beispiel –, sorgt das Internet auch im sozialen Sektor für eine Revolution. Und das geht über mehr Transparenz weit hinaus. Dialoge ersetzen Monologe und mehr Möglichkeiten der Wirkungsmessung führen automatisch zu einer Auslese. Der 'Trendreport des betterplace lab' liefert erstmals übersichtlich aufbereitete und zu Grundthesen zusammengefasste Beispiele für digitale Innovationen im sozialen Sektor", so Dr. Joana Breidenbach, Leiterin des betterplace lab und Mitgründerin von betterplace.org. Dass große Veränderungen dabei nicht immer bei jedem auf Gegenliebe stoßen ist klar, allerdings überwiegen laut Breidenbach neben wenigen Risiken deutlich die Vorteile für den Spendenmarkt. Hauptadressat des Trendreports sind deshalb auch diejenigen, die direkt von den Trends profitieren können: Spender, Ministerien und andere private oder institutionelle Geldgeber ebenso wie Hilfsorganisationen und sozial engagierte Vereine aller Art. „Diese können sich inspirieren lassen und das Potenzial für die eigene Modernisierung nutzen – um den sozialen Sektor von morgen mitzugestalten.“

Der Trendreport startet nun mit der Darstellung der wichtigsten fünf Trends, weitere werden 2012 schrittweise veröffentlicht unter: <http://trendreport.betterplace-lab.org/>. Jeder Trend besteht aus verschiedenen Fallbeispielen, die den jeweiligen Trend beispielhaft aufzeigen. Das neu gegründete Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation förderte den Trendreport.

Thesen von Dr. Joana Breidenbach zu den fünf wichtigsten Trends:

- Trend „Glasklar“: *Das Internet bringt Transparenz in einen der intransparentesten Märkte überhaupt: den sozialen Sektor.*
<http://trendreport.betterplace-lab.org/trend/glasklar>
- Trend „Mitmachen“: *Entweder NGOs ersetzen Monolog durch Dialog – oder ihnen hört bald keiner mehr zu.*
<http://trendreport.betterplace-lab.org/trend/mitmachen>
- Trend „Messen“: *Was wirkt, was wirkt nicht? Mehr Möglichkeiten der Wirkungsmessung führen zu mehr Auslese im sozialen Sektor.*

<http://trendreport.betterplace-lab.org/trend/messen>

- Trend „Webbewerbe“: *Das Web hilft nicht nur bei der Demokratisierung Nordafrikas, sondern demokratisiert auch die Entscheidung, wie die Spendenbudgets sozial engagierter Unternehmen künftig verwendet werden.*

<http://trendreport.betterplace-lab.org/trend/webbewerbe>

- Trend „Kartismus“: *Was auf Karten nicht verzeichnet ist, wird bald auch im echten Leben kaum noch existieren.*

<http://trendreport.betterplace-lab.org/trend/kartismus>

Anmerkung für Redaktionen:

Für Ihre Interviewanfragen an Dr. Joana Breidenbach, Leitern des betterplace lab, sowie Till Behnke, Mitgründer von betterplace.org, stehen wir gerne zur Verfügung.

Über betterplace.org: betterplace.org wurde im November 2007 gestartet und ist inzwischen die größte deutsche Internet-Plattform für soziales Engagement. Betrieben wird sie von der gut.org gemeinnützigen Aktiengesellschaft (gAG) mit Sitz in Berlin. betterplace.org verbindet Menschen und Unternehmen, die helfen wollen, direkt mit Menschen und Organisationen, die Hilfe brauchen – weltweit. betterplace.org ist eine offene Plattform. Allerdings sind alle Hilfsprojekte dazu verpflichtet, ihren Bedarf möglichst transparent und kleinteilig darzustellen und regelmäßig über den Fortschritt vor Ort zu berichten.

Dabei kann jedes Projekt offen diskutiert und bewertet werden. Jede Spende – egal ob Geld-, Sach-, oder Zeitspende – wird von betterplace.org zu 100 Prozent weitergeleitet. Ermöglicht wird dies durch eine besondere Form der Finanzierung: betterplace.org wird durch private Förderer getragen, mehr und mehr aber auch durch Unternehmen, die ihr soziales Engagement über die Plattform darstellen möchten – und Mitarbeiter, Geschäftspartner und Kunden darin einbeziehen. Dafür zahlen die Unternehmen Gebühren an die 100-prozentige Tochtergesellschaft der gut.org gAG: die betterplace Solutions GmbH. Wichtig zu wissen: Jeglicher Gewinn der 100-prozentigen Tochter-GmbH fließt dabei in die gemeinnützige gAG – **betterplace.org bzw. die gut.org gemeinnützige Aktiengesellschaft verfolgt keinerlei Gewinnabsichten.**

Ihr Kontakt zu betterplace.org: Moritz Eckert, Mitgründer, me@betterplace.org, 0177 - 74 950 77