



**change.org** verein

**Jahres- und  
Wirkungsbericht**

**20  
19**



### **Gegenstand und Umfang des Berichts:**

Der folgende Bericht beschreibt unter Anwendung des Social Reporting Standard 2014 (SRS) die Aktivitäten der Organisation Change.org e.V. im Zeitraum vom 01.01.2019 bis zum 31.12.2019. Sitz der Organisation ist in der Dorotheenstraße 33, 10117 Berlin.

Change.org e.V. ist ein beim Amtsgericht Berlin-Charlottenburg unter der Vereinsregisternummer VR 35314 B eingetragener Verein. Fragen zum Bericht richten Sie bitte an [info@changeverein.org](mailto:info@changeverein.org).

## Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>4</b>
<b>Einleitung</b>	
1.1 Das Jahr 2019 in Zahlen	<b>5</b>
1.2 Vision und Ansatz	<b>6</b>
<b>Problem und Lösungsansatz</b>	
2.1 Das gesellschaftliche Problem	<b>7</b>
2.2 Unser Lösungsansatz	<b>8</b>
2.3 Die angestrebte Wirkung	<b>9</b>
<b>Ressourcen, Leistungen und Wirkung</b>	
3.1 Eingesetzte Ressourcen	<b>10</b>
3.2 Erbrachte Leistungen	<b>10</b>
3.3 Erreichte Wirkung	<b>12</b>
3.4 Evaluation und Lernerfahrungen	<b>16</b>
3.5 Kampagnen-Highlights	<b>17</b>
<b>Das Jahr 2020</b>	
4.1 Planung und Ausblick 2020	<b>24</b>
4.2 Einflussfaktoren: Chancen und Risiken	<b>25</b>
<b>Organisationsstruktur und Team</b>	
5.1 Organisationsstruktur	<b>26</b>
5.2 Vorstand und Team	<b>28</b>
<b>Organisationsprofil</b>	
6.1 Allgemeine Angaben zur Organisation	<b>30</b>
6.2 Governance	<b>31</b>
6.3 Umwelt-und Sozialprofil	<b>32</b>
6.4 Datenschutz und Transparenz	<b>34</b>
<b>Finanzen</b>	
7.1 Buchführung und Rechnungsbeleg	<b>35</b>
7.2 Einnahmen und Ausgaben für 2019	<b>35</b>
7.3 Finanzielle Situation und Planung	<b>36</b>
<b>Fördervereinbarung</b>	<b>38</b>
<b>Impressum</b>	<b>39</b>

## Vorwort

Liebe Unterstützer\*innen,  
Liebe Leser\*innen,

für Change.org Deutschland war 2019 ein bewegtes und bewegendes Jahr. Die über 9.500 Petitionen auf Change.org wurden mehr als 18 Millionen Mal gezeichnet. **Die größte jemals in Europa gestartete Petition zur EU-Urheberrechtsreform hat mehr als 5 Millionen Menschen mobilisiert und mit dem Thema „freies Internet“ eine ganze Generation politisiert.** Das hatte entsprechende Auswirkungen auf die Europawahl. Gerade jüngere Menschen haben urheberrechtskritische Parteien gewählt und sind massenhaft an die Urnen geströmt.

**Doch das Jahr 2019 wurde auch von einem weiteren Thema geprägt: der Klimakrise. Viele junge Klimaaktivist\*innen starteten Kampagnen auf Change.org.** Rebecca Freitag initiierte die bis dato internationalste Kampagne: Zusammen mit mehr als 100 jungen Klimaaktivist\*innen in über 50 Ländern auf insgesamt fünf Kontinenten setzte sie sich für mehr Klimaschutz ein. Sie traf etliche Politiker\*innen wie Bundeskanzlerin Angela Merkel oder Bundesumweltministerin Svenja Schulze und übergab die Unterschriften an die stellvertretende UN-Generalsekretärin in New York.

Auch wenn wirksame Maßnahmen gegen den Klimawandel noch auf sich warten lassen, ist das Problembewusstsein und die Bereitschaft dafür in der Gesellschaft gestiegen. **Dass Petitionen zu Gesetzesänderung oder gar Steuersenkungen führen können, haben Nanna und Yasemin bewiesen.**

Ihnen gelang es nach einer zweijährigen Kampagne auf Change.org die Mehrwertsteuer auf Menstruationsartikel von 19% auf 7% zu senken. Damit ist die Periode in Deutschland endlich kein Luxus mehr.

Auch intern hat sich bei uns viel bewegt. **So haben wir 2019 zwei Regionalbüros eröffnet.** Seither beraten jeweils zwei Campaigner\*innen unsere Petitionsstarter\*innen auch im Süden (München) und im Westen (Düsseldorf), wie ihre Petitionen erfolgreich sein können. Und auch in Berlin tut sich etwas: Unser Hauptstadtbüro in Berlin ist zum Jahresende in schöne neue Räume gezogen, nachdem es im Haus der Bundespressekonferenz für unser wachsendes Team zu eng wurde.

All diese Bewegung war nur dank der großzügigen Unterstützung von zum Jahresende mehr als 16.000 Förder\*innen und rund 11.000 Spender\*innen möglich. **Ihnen gilt ein besonderer Dank.**

Herzliche Grüße im Namen des gesamten Change.org-Teams!



Gregor Hackmack  
Vorstand Change.org e.V.



## Einleitung

### 1.1 Das Jahr 2019 in Zahlen

2019 war ein spannendes und erfolgreiches Jahr für den Change.org-Verein.

Wir haben eine Umfrage in Auftrag gegeben und herausgefunden:

**Change.org ist Deutschlands bekannteste Petitionsplattform!**

**33,6%**

der Menschen in Deutschland  
kennen Change.org

**21,3%**

der Menschen in Deutschland  
haben Change.org schon  
einmal genutzt\*

Und auch auf diese **Zahlen\*\*** sind wir besonders stolz:

2019 nutzten

**6.227.896**

Menschen Change.org  
in Deutschland

2019 wurden

**9.508**

Petitionen in Deutschland  
gestartet

2019 gab es insgesamt

**3.452.889**

Unterschriften für erfolgreiche  
Petitionen in Deutschland

\* Die Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.012 Personen im November 2019 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

\*\* Stand: 31.12.2019

## 1.2 Vision und Ansatz

### Wer wir sind

Change.org ist die weltweit größte Kampagnenplattform. Wir ermöglichen Menschen die Welt im positiven Sinne zu verändern. Derzeit nutzen mehr als 6,2 Millionen Menschen in Deutschland die Plattform und verändern so Kampagne für Kampagne ihr Umfeld – lokal, national und global. Wir sind ein unabhängiger Verein mit Sitz in Berlin und einer Lizenzvereinbarung mit dem am Gemeinwohl orientierten, internationalen Sozialunternehmen Change.org PBC. Mit unserer Expertise unterstützen wir die Kampagnen von Nutzer\*innen in Deutschland.

### Woran wir glauben

In Zeiten der digitalen Vernetzung kann ein einzelner Mensch eine soziale Bewegung auslösen. Bestes Beispiel ist Greta Thunberg, die mit ihrem Protest vor dem schwedischen Parlament die globale Bewegung Fridays for Future ins Leben gerufen hat. Dominic Kis und Pascal Fouquet haben über eine Petition auf Change.org die Bewegung gegen Uploadfilter und für ein freies Internet losgetreten. Die Kampagne brachte 2019 tausende von Menschen in ganz Europa auf die Straße. Wir glauben, dass Menschen durch gemeinsames Handeln beginnen, ihren eigenen Möglichkeiten wieder stärker zu vertrauen und die Gesellschaft voranzubringen. Dafür setzen wir uns Tag für Tag ein.

### Was wir machen

Mit der leistungsfähigen Change.org-Plattform und unserer Kampagnenexpertise im Verein unterstützen wir engagierte Menschen, damit sie sich schnell, einfach und zu jedem Zeitpunkt einmischen und miteinander vernetzen können.



## Problem und Lösungsansatz

### 2.1 Das gesellschaftliche Problem

Viele Bürger\*innen wollen etwas verändern, wissen aber nicht wie und fühlen sich ohnmächtig. Die Welt von heute ist schnelllebig. Die Einflussnahme über Wahlen alle vier bis fünf Jahre reicht vielen nicht aus. Sie wollen jetzt aktiv werden und Veränderungen gemeinsam mit anderen erreichen. Doch wie?

Die wenigsten Menschen sind Politprofis oder Expert\*innen auf dem Gebiet, in dem sie etwas verändern wollen. Vielen mangelt es an Zeit, sich so ein Wissen anzueignen oder sich in politischen Parteien zu engagieren. Auch kommt die klassische „Ochsentour“ in Parteien für viele Menschen nicht in Frage.

#### Die Folge

Es entsteht ein politisches Vakuum, welches extreme Strömungen für ihre Zwecke nutzen und die Demokratie als Ganzes in Frage stellt.

**Change.org** hat einen  
**Lösungsansatz entwickelt, um  
das gesellschaftliche Problem  
anzupacken.**



## 2.2 Unser Lösungsansatz

Der Lösungsansatz des Change.org-Vereins basiert auf drei Grundpfeilern:

- Beteiligung durch Petitionen
- Mobilisierungskraft der Gemeinschaft
- Kampagnenexpertise des Teams

### PETITIONEN

Auf einer überparteilichen Petitionsplattform kann jede\*r im Rahmen von Petitionen eigene Anliegen vorstellen und Gleichgesinnte finden. Das Erstellen einer Petition ist einfach und sicher. Man braucht lediglich eine Internetverbindung und ein Gerät, mit dem man auf [www.change.org](http://www.change.org) zugreifen kann. Change.org ist die weltweit größte Petitionsplattform.

### MOBILISIERUNGSKRAFT

Mit der Mobilisierungskraft der Change.org-Gemeinschaft kann in kurzer Zeit eine kritische Masse erreicht werden. Petitionsstarter\*innen können ihre Petitionen mit wenigen Klicks in den sozialen Medien verbreiten und die Unterstützer\*innen auf der Plattform bitten, ihre Petition zu teilen.

### KAMPAGNENEXPERTISE

Kampagnenerfahrung ist keine Voraussetzung, um eine Petition auf Change.org starten zu können. Daher haben wir ein umfangreiches Kampagnentraining entwickelt, das allen Petitionsstarter\*innen auf unserer Vereinsinternetseite zur Verfügung steht. Das Training enthält wichtige Tipps und Empfehlungen, wie man eine Petition zum Erfolg führt. Unser Kampagnenteam begleitet ausgewählte Kampagnen auch aktiv und hilft ihnen zu gewinnen. Das Ziel dabei ist es, viele weitere Menschen zu motivieren, sich für die eigenen Anliegen einzusetzen und ebenfalls Kampagnen zu starten.



## 2.3 Die angestrebte Wirkung

Mit der Wirkung auf Entscheidungsträger\*innen, Medien und Bürger\*innen ist es das Bestreben des Change.org e.V. die Demokratie zu stärken und mehr Menschen die Beteiligung an politischen und nicht-politischen Entscheidungsfindungen zu ermöglichen.

### Wirkung auf Entscheidungsträger\*innen:

- Sie werden überzeugt oder werden angeregt, Stellungnahmen/Erklärungen zu Petitionsanliegen zu veröffentlichen bzw. abzugeben.

### Wirkung auf Medien:

- Sie finden in den Petitionsstarter\*innen engagierte und durch viele Unterschriften legitimierte Ansprechpartner\*innen für aktuelle Themen.
- Gemeinsam mit den Medien können wichtige Anliegen von Bürger\*innen auf die politische Agenda gesetzt werden.
- Journalist\*innen nutzen die Change.org-Plattform als Recherchetool.

### Wirkung auf Bürger\*innen:

- Sie werden direkt empowered:  
„Ich kann etwas verändern!“
- Durch die positive Veränderung der eigenen Lebensumstände gewinnen sie mehr Mut und Lebensqualität.
- Ihr Vertrauen in die Demokratie wächst, weil Entscheidungen beeinflussbar sind und daher eine höhere Akzeptanz bekommen.

### Die gesellschaftliche Wirkung umfasst somit:

- Mehr Vertrauen in Entscheidungsträger\*innen und in die Demokratie.
- Eine lebendigere Demokratie, an der mehr Menschen aktiv teilnehmen.
- Stärkung der Demokratie, die dadurch weniger anfällig für Angriffe von Extremisten ist.



## Ressourcen, Leistungen und Wirkung

### 3.1 Eingesetzte Ressourcen

Der größte Teil der eingesetzten Ressourcen sind die Personalkosten für die Mitarbeiter\*innen des Change.org e.V. Sie werden zur Erfüllung des Organisationszwecks (Förderung des demokratischen Staatswesens) eingesetzt. Die Sachkosten enthalten die Kosten des Vereins für die technischen Dienstleistungen sowie die Erstellung und Wartung der Seite. Außerdem zahlt Change.org e.V. als Lizenznehmer dem am Gemeinwohl ausgerichteten Sozialunternehmen Change.org PBC eine Gebühr für die Nutzung der technischen Plattform und globalen Infrastruktur.

Im Berichtsjahr 2019 wurden die folgenden Ressourcen für die Arbeit des Change.org e.V. eingesetzt:

Ressourcen 2019	Kosten in €
Personalkosten	626.411
Sachkosten	414.255
Lizenzgebühr Change.org Plattform	334.755
<b>Summe</b>	<b>1.375.421</b>

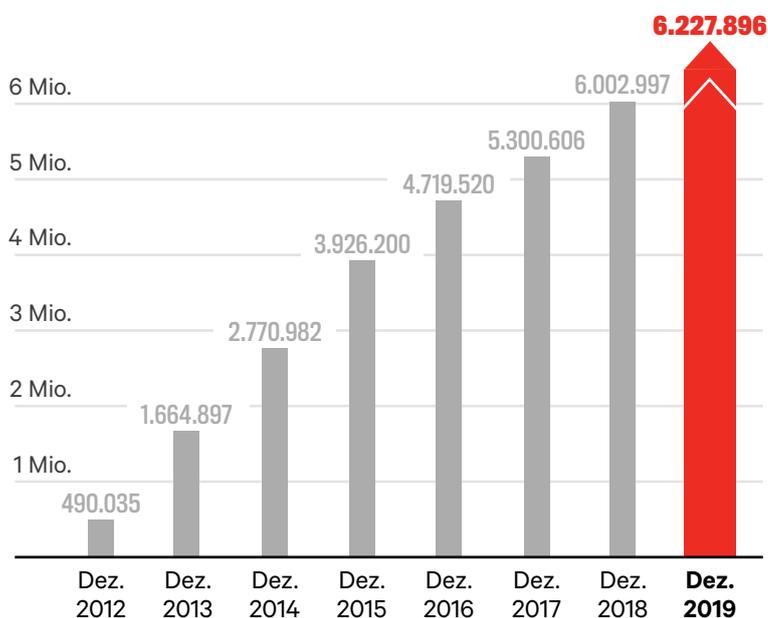


change.org



### 3.2 Erbrachte Leistungen

#### Nutzerwachstum Change.org-Plattform:



#### Überblick Petitionen und Nutzer\*innen in Deutschland:

Leistungen 2019	Anzahl
Change.org-Nutzer*innen in Deutschland	6.227.896
Petitionen in Deutschland	9.508
Unterschriften für Petitionen	18.084.029
Unterschriften für erfolgreiche Petitionen	3.452.889

## Medienreichweite, Kampagnen und Nutzer\*innen

Seit dem Start von Change.org in Deutschland in 2012 ist die Zahl der Nutzer\*innen kontinuierlich gestiegen. Via Online- und Offline-Medien werden die Nutzer\*innen informiert und aktiviert und die Bekanntheit stetig ausgebaut.



### WEBSITE

# 19.565.790

Besucher\*innen auf change.org  
in Deutschland

### SOCIAL MEDIA

# 1.682.051

Facebook-Fans weltweit  
/Change.orgDeutschland

# 33.509

Twitter-Fans  
@changeGER

# 2.436

Instagram-Fans  
@changeorg\_deutschland

# 198.152

Besucher\*innen auf changeverein.org

### PRESSE

# 100+

TV und Radio-Beiträge\*

# 2.117

Artikel mit potenzieller Reichweite  
von 2,85 Mrd. (Print und Online)\*\*



\* Die Clippings sind hier unvollständig, weil wir die Radio und TV-Beiträge nicht vollständig erfassen können.

\*\* Geclipt wurden nur Artikel in den TOP 30%-Medien, sprich, nur diejenigen Artikel in Medien mit einer potenziellen Reichweite von über 100.000. Die potenzielle Reichweite gibt Einblick in die Anzahl potenzieller Leser\*innen.

### 3.3 Erreichte Wirkung

Erfolgreiche Change.org-Kampagnen ergeben nicht nur eine Wirkung für die Unterstützer\*innen selbst, sondern für alle in der Gesellschaft, die mit den Anliegen konfrontiert sind. Das Wirkungsprinzip von Change.org lässt sich am Beispiel der folgenden Kampagne veranschaulichen.

#### Kampagne

**Die Periode ist kein Luxus – senken Sie die Tamponsteuer!**

#### Das gesellschaftliche Problem

Tampons, Binden und andere Menstruationsprodukte sind bzw. waren mit einer Mehrwertsteuer von 19% versehen. In Deutschland gibt es zwei unterschiedliche Mehrwertsteuersätze: Den generellen Satz von 19% und den ermäßigten von 7%. Der ermäßigte Steuersatz gilt für Grundnahrungsmittel und andere Dinge des täglichen Bedarfs. Menstruationsartikel zählen nicht dazu, sondern fallen in die Kategorie „Luxusartikel“, die mit 19% besteuert werden. Die Artikel werden zwar nicht täglich, aber monatlich von Frauen benötigt. Die hohe Besteuerung der Artikel ist nicht nachvollziehbar und stellt eine Diskriminierung von Frauen aufgrund ihres Geschlechts dar.

#### Ziel der Kampagne

Die Mehrwertsteuer für Tampons soll auf 7% gesenkt werden. Andere Länder haben die Mehrwertsteuer hierfür bereits gesenkt oder sogar abgeschafft.

#### Ressourcen (Input)

Pünktlich zum Frauentag am 8. März 2018 starten Nanna-Josephine Roloff und Yasemin Kotra ihre **Petition zur Senkung der Tamponsteuer auf Change.org.**

Die Petitionsstarterinnen **treffen zahlreiche Politiker\*innen, Vertreter\*innen des Juristinnenbunds und des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung.** Sie geben viele Interviews. Reichweitenstarke Medien berichten bereits in den ersten Monaten und begleiten die Kampagne bei zunehmender Zahl der Unterschriften.

Im Dezember 2018 organisieren die Petitionsstarterinnen eine **E-Mail-Aktion an Bundesfinanzminister Olaf Scholz.**

Anlässlich des Weltfrauentags 2019 berichtet die Deutsche Presse-Agentur über mehr als 120.000 Unterstützer\*innen und etliche Medien greifen das Thema auf. Es folgen **weitere Gespräche mit Bundestagsabgeordneten und Referent\*innen**. Im April 2019 starten einhorn products GmbH und NEON zusätzlich eine **Bundestagspetition**. Female Company GmbH, ein Stuttgarter Start-up für Bio-Tampons, verkauft Tampons als Buch (**The Tampon Book**) – ein „Hack“, denn Bücher werden nur mit 7% besteuert. **Am 8. Oktober 2019 übergeben die Petitionsstarterinnen mehr als 190.000 Unterschriften an den Bundesfinanzminister Olaf Scholz**. Dieser dankt ihnen für die Kampagne und kommt der Forderung nach. Er twittert im Anschluss an die Petitionsübergabe: „Danke für Euer Engagement, Nanna und Yasemin! Ich finde die Initiative richtig und unterstütze sie gerne. Jetzt ist es wichtig, dass die Steuersenkung auch an die Kundinnen weitergegeben wird.“



Die Petitionsstarterinnen Nanna und Yasemin überzeugen den Bundesfinanzminister Olaf Scholz und seine parlamentarische Staatssekretärin Britta Hagedorn: „Die Periode ist kein Luxus!“

## Ergebnisse (Output)

- 190.378 Unterschriften auf Change.org
- Aktive Einbindung der Unterstützer\*innen
- Übergabe der Unterschriften an Bundesfinanzminister Olaf Scholz
- Abstimmung des Finanzausschusses für die Steuersenkung
- Seit dem 1. Januar 2020 beträgt die Mehrwertsteuer für Tampons und andere Menstruationsprodukte 7%

## Erreichte Wirkung

Die meisten Kampagnenerfolge wirken sich positiv auf das Leben vieler Bürger\*innen aus. **Im Falle der Tamponsteuer-Kampagne profitieren vor allem Frauen von der Senkung der Mehrwertsteuer für Menstruationsartikel.**

Die Kampagne zeigte ebenfalls Wirkung bei politischen Entscheidungsträger\*innen: **Die Petitionsstarterinnen erreichten mit ihrem Anliegen zahlreiche Politiker\*innen der verschiedenen Bundestagsfraktionen, die die Debatte ins Parlament trugen.** Über das Portal [abgeordnetenwatch.de](https://abgeordnetenwatch.de) befragten Unterstützer\*innen außerdem ihre Abgeordneten zu deren Einstellung gegenüber der Tamponsteuer. 2019 unterstützten neue Akteure das Anliegen, u.a. mit einem Tamponbuch und einer Bundestagspetition. Nanna und Yasemin übergaben mehr als 190.000 Unterschriften an Bundesfinanzminister Scholz, der von der Kampagne sichtlich beeindruckt war: „Wenn die beiden Petitionsstarterinnen diese Bewegung nicht geschaffen hätten, wäre das so nicht möglich gewesen. Sie haben ein Momentum geschaffen, die Menschen überzeugt und etwas losgetreten.“ Er machte im November 2019 den Weg frei für die Steuersenkung.

## Die gesellschaftliche Wirkung

**Die Kampagne ist ein Erfolg und zeigt, dass Veränderung möglich ist.** Seit Januar 2020 gilt der ermäßigte Steuersatz für Menstruationsprodukte. Den Erfolg kommentierten die Petitionsstarterinnen so:

„*Ich freue mich, dass die unfaire Besteuerung unserer Monatsblutung zum neuen Jahr abgeschafft wird. Nach dieser **erfolgreichen Kampagne** setzen wir uns natürlich weiter gegen die **systemische Diskriminierung von Frauen\*** ein!*

Yasemin Kotra



„*Wir haben knapp zwei Jahre gekämpft und mehr als **190.000 Unterschriften** dafür gesammelt, dass die Tamponsteuer gesenkt wird. **Ich freue mich, dass ab dem nächsten Jahr die Periode kein Luxus mehr ist.***

Nanna-Josephine Roloff

# Chronologie der Kampagne zur Senkung der Tamponsteuer in Deutschland:

- August 2018**  
80.000 Unterschriften  
Medien berichten, z.B. **SpiegelOnline**
- Oktober 2018**  
90.000 Unterschriften  
Medien berichten, z.B. **BILD**  
Treffen mit Staatsminister Niels Annen, MdB (SPD)
- Dezember 2018**  
Treffen mit Metin Hakverdi, MdB (SPD)
- März 2019**  
Weltfrauentag: 120.000 Unterschriften  
Medien berichten, z.B. **Berliner Morgenpost**,  
**Hamburger Abendblatt**, **Frankfurter Rundschau**,  
**Stern**, **Süddeutsche.de**  
Treffen mit Mitarbeiter von Sönke Rix, MdB (SPD)
- Mai 2019**  
Treffen mit Mitarbeitern von Maren Jasper-Winter,  
frauenpolitische Sprecherin Berliner  
Abgeordnetenhaus (FDP)
- Juni 2019**  
Gründung der **Tampontax Alliance**  
mit MYLILY GmbH, The Female Company GmbH,  
einhorn products GmbH und Juno & me GmbH
- 8. Oktober 2019**  
Petitionsübergabe von 180.000 Unterschriften an  
Bundesfinanzminister Olaf Scholz.  
Medien berichten, z.B. **Frankfurter Neue Presse**,  
**Frankfurter Rundschau**, **Merkur.de**, **TZ online**

**08. März 2018**

**Weltfrauentag:**  
Nanna-Josephine Roloff und Yasemin Kotra  
starten die **Change.org-Petition**



**Juni 2018**

Gespräch mit **Matthias Bartke, MdB (SPD)**



**Juli 2018**

70.000 Unterschriften  
Medien berichten, z.B. **TAZ**  
Gespräch mit dem Juristinnenbund

**September 2018**

Kontakt zu **Lisa Paus, MdB (Grüne)**

Kontakt zu **Lothar Binding, MdB (SPD)**

**November 2018**

Gespräch mit **Stefan Bach, DiW**

**Januar 2019**

E-Mail Aktion an Bundesfinanzminister **Olaf Scholz**

Treffen mit **Kevin Kühnert**,  
Bundesvorsitzender der Jusos

Vortrag bei der Arbeitsgemeinschaft  
Sozialdemokratischer Frauen (ASF Berlin)

**April 2019**

Treffen mit Referentin von  
**Marcus Weinberg, MdB (CDU)**

Treffen mit Mitarbeiter von **Nicole Bauer, MdB (FDP)**

Female Company GmbH verkauft Tampons  
als Buch („The Tampon Book“)

einhorn products GmbH und NEON starten  
zusätzlich eine Bundestagspetition

**07. November 2019**

**ERFOLG!**

**Der Finanzausschuss beschließt  
die Tamponsteuer von 19% auf 7% zu senken!**



### 3.4 Evaluation und Lernerfahrungen

Die Ressourcen, Leistungen und Wirkungen werden in wöchentlichen Team-Konferenzen und wöchentlichen Berichten samt Datenbankauswertungen evaluiert. Es wird ein Budget für das Gesamtjahr erstellt, das neben den Finanzzahlen auch Planungen für die Leistung und beabsichtigte Wirkung des Change.org e.V. enthält.

Das Controlling der Finanzzahlen wird monatlich von einem externen Mitarbeiter anhand betriebswirtschaftlicher Auswertungen durchgeführt. Außerdem wertet das Change.org-Team wöchentlich die Zielerreichung aus und analysiert Abweichungen, um die Umsetzung der Aktivitäten entsprechend anzupassen.

2019 konnten wir unsere Kampagnenexpertise mehr Petitionsstarter\*innen zukommen lassen. Noch mehr Kampagnen konnten wir mit kreativen Videos, Stories und Grafiken bei der Mobilisierung in den Sozialen Medien helfen. Wir konnten die Interaktionen auf Facebook und Twitter deutlich steigern. Im September 2019 haben wir außerdem eine Instagram-Seite gestartet, die sich positiv entwickelt. Bei der Begleitung von Kampagnen stoßen wir immer wieder an Kapazitätsgrenzen. Daher haben wir ein ausführliches Kampagnentraining entwickelt, das der Allgemeinheit zur Verfügung steht und viele Tipps und Beispiele für erfolgreiche Kampagnen bietet. Die Video-Trainings und Beispiele wurden 2019 erweitert.

Das Förderprogramm und Spendenmodell des Change.org-Vereins wurde auch 2019 weiterhin sehr gut angenommen. Förder\*innen und Spender\*innen gewinnen wir über regelmäßige Spendenaufrufe per E-Mail und über eigene Anzeigen auf der Change.org-Plattform. Die Qualität unserer Ansprache und den Spendenprozess konnten wir zudem durch die stetige Kommunikation mit den Spender\*innen und Förder\*innen optimieren. In einer Umfrage haben 89,8% der Förder\*innen angegeben, dass Sie Change.org regelmäßig unterstützen, weil sie Bürgerbeteiligung und Demokratie fördern wollen. 77% ist außerdem wichtig, dass die Plattform für alle Menschen frei zugänglich bleibt und ohne Kosten und Werbeanzeigen funktioniert. Die Themen, die unsere Förder\*innen am meisten bewegen sind: Umweltschutz, Menschenrechte, Demokratie, soziale Gerechtigkeit und Tierschutz.



### 3.5 Kampagnen-Highlights

2019 wurden über 9.500 Petitionen auf Change.org in Deutschland gestartet und insgesamt mehr als 18 Millionen Mal gezeichnet. 3.452.889 Unterschriften kamen für erfolgreiche Petitionen aus Deutschland zusammen. **Auf den folgenden Seiten möchten wir Ihnen einige Kampagnen-Highlights aus dem Jahr 2019 vorstellen, die uns nachhaltig beeindruckt haben.**

#### Für mehr Klimaschutz - auf fünf Kontinenten

#Umwelt

[www.change.org/AllinforClimateAction](http://www.change.org/AllinforClimateAction)

Rebecca Freitag initiierte die bis dato internationalste Kampagne auf Change.org. **Zusammen mit mehr als 100 jungen Klimaaktivist\*innen, in über 50 Ländern auf insgesamt 5 Kontinenten setzten sie sich für mehr Klimaschutz ein.** Viele Petitionsstarter\*innen – ob aus Deutschland oder aus Indien, Russland, Kenia oder Thailand – sammelten nicht nur Unterschriften, sondern organisierten auch Streiks, gaben Interviews oder trafen Entscheidungsträger\*innen. In Deutschland wurden die Forderungen ins Kanzleramt, ins Finanzministerium und ins Umweltministerium getragen. Im September traf die deutsche Petitionsstarterin Rebecca in New York die Bundeskanzlerin Angela Merkel, Greta Thunberg und die Bundesumweltministerin Svenja Schulze und übergab die mehr als 1 Million Unterschriften an die stellvertretende UN-Generalsekretärin.



Rebecca vor dem Termin mit Kanzleramtschef Helge Braun, bei dem sie von Vertreter\*innen der Klimabewegung unterstützt wurde.



Lilli und Gustav übergaben Greta Thunberg in Hamburg viele Herzensbotschaften.

#### Greta Thunberg nimmt "Liebesbrief" als Zeichen der Solidarität entgegen

#Umwelt

[www.change.org/WeLoveGreta](http://www.change.org/WeLoveGreta)

Die Hamburger Schüler\*innen Lilli (17) und Gustav (16) wollten den größten LOVE-Letter an ihr Vorbild Greta Thunberg schreiben, um so dem Hass entgegenzutreten, der ihr vielerorts entgegen schlug. Das ist ihnen gelungen. Am 1. März 2019 nahm die schwedische Klimaaktivistin den größten Liebesbrief der Welt entgegen. **Auf der Bühne der Fridays for Future-Demonstration in Hamburg übergaben sie Greta die mehr als 72.500 Unterschriften ihrer Petition auf Change.org „WeLOVEGreta“ samt tausender liebevoller Kommentare.** Lilli und Gustav hielten eine bewegende Rede vor tausenden Menschen und sendeten ein starkes Zeichen der Solidarität und Unterstützung.

**Insektengift in Brandenburgs Wäldern verhindert**

#Umwelt

[www.change.org/BrandenburgWald](http://www.change.org/BrandenburgWald)

2019 wollte die Forstbehörde Brandenburg das hochgiftige Totalinsektizid „Karate Forst Flüssig“ per Hubschrauber großflächig über den Wäldern rund um die Gemeinden Fichtenwalde, Borkwalde und Borkheide versprühen. Darunter auch über den Wald von Karl Tempel, den er seit vielen Jahren ökologisch „umbaut“. Er ärgerte sich – in Zeiten massiven Insektensterbens – über den Einsatz eines solch hochgiftigen Stoffes in der freien Natur. Er schloss sich mit vielen weiteren Brandenburger Bürger\*innen und Umweltschützer\*innen zusammen. Gemeinsam kämpften sie wochenlang, organisierten Demos und Protestmails. **Dank mehr als 100.000 Unterschriften und der erfolgreichen Klage des NABU Brandenburg konnte das Sprühen des Giftes am 17. Mai 2019 gestoppt werden.**



Karl ist froh, die Vergiftung der Wälder gestoppt zu haben.  
Foto: Elke Thiele / Büro Siebengründe



Der Wanderschäfer und Petitionsstarter Sven de Vries auf einer Demo in Berlin.

**Für die Rettung der letzten Schäfer\*innen in Deutschland**

#Tiere

[www.change.org/Schaeferei](http://www.change.org/Schaeferei)

Sven de Vries ist einer der letzten Wanderschäfer\*innen Deutschlands. Vor 2 Jahren startete er eine Petition auf Change.org, um auf die Bedeutung der artgerechten Tierhaltung und auf die finanzielle Notlage der Schäfereien aufmerksam zu machen. Die Schäfereien kämpfen ums nackte Überleben. **Sven konnte über 163.000 Unterstützer\*innen für sein Anliegen gewinnen, brachte seine Schafe auf Demos und die Weidetierprämie auf die Agenda von Landtagen, Bundestag und Bundesrat.** Es tut sich was, wenn auch langsam. Thüringen und Sachsen haben eine Weidetierprämie „light“ eingeführt, Hessen will 2020 folgen. „Die traditionellen Schafweiden sind kleine Tresore der Artenvielfalt, in denen unzählige seltene Tier- und Pflanzenarten ihren Platz finden“, schreibt der Petitionsstarter. Dafür lohnt es sich weiterzukämpfen.

## LPT-Tierversuchslabore geschlossen - Massenmobilisierung wirkt!

# Tiere

[www.change.org/lpt-schliessen](http://www.change.org/lpt-schliessen)

Im Oktober 2019 veröffentlichte die Organisation SOKO Tierschutz Undercover-Aufnahmen aus den LPT-Tierlaboren bei Hamburg. Die Bilder grausamer Tierquälerei gingen durch die Medien und noch am gleichen Tag startete Carolin Idling eine Petition auf Change.org mit der Forderung zur Schließung der Versuchslabore. Die Petition erreichte in kurzer Zeit 1.123.813 Unterschriften und mobilisierte Tausende von Menschen. 15.000 nahmen an der bis dahin größten Tierrechtsdemonstration des Landes teil. Am 16. Oktober übergab Carolin die Unterschriften an den Staatssekretär des niedersächsischen Ministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Die erste Erfolgsmeldung am 9. November: Die Zweigstelle des Tierlabors Mienenbüttel macht dicht. **Der durch die mutigen Aufnahmen von SOKO Tierschutz entstandene öffentliche Druck konnte durch die mehr als 1 Millionen Unterschriften verstärkt werden.** Mittlerweile wurde auch das Labor in Hamburg-Neugraben geschlossen. Was für ein Erfolg für die Tiere!



Zwei Laborbeagle im LPT Tierversuchslabor Mienenbüttel.  
Foto: Cruelty Free International / SOKO Tierschutz



Der Petitionsstarter Dogus übergibt die Unterschriften an Peter Feldmann, Oberbürgermeister von Frankfurt am Main.

## S-Bahn-Station wird Erinnerungsort für Alptug Sözen

# Menschenrechte

[www.change.org/Alptug](http://www.change.org/Alptug)

Alptug Sözen, ein junger Mann aus Hanau, starb im November 2018 bei dem Versuch einen hilflos auf den Bahngleisen liegenden Mann zu retten. Der tragische Tod veranlasste Dogus Albayrak eine Petition auf Change.org zu starten. Seine Schwester war vier Jahre zuvor bei dem Versuch, anderen Menschen in Not zu helfen, ebenfalls ums Leben gekommen. Die Petition richtete sich an die Deutsche Bahn und die Stadt Frankfurt mit der Forderung, die S-Bahn-Station mit dem Zusatz „Alptug Sözen“ zu versehen – als Anerkennung für Alptugs Zivilcourage. Mehr als 56.000 Unterschriften konnte der Petitionsstarter Dogus Albayrak im April 2019 an den Frankfurter Oberbürgermeister Peter Feldmann übergeben. Dieser war von der Solidarität der Menschen sehr beeindruckt und versprach, dass er sich für die Umbenennung der Haltestelle einsetzen würde. **Heute heißt die Frankfurter Station „Alptug-Sözen-Station – Ostendstraße“ und ist ein Ort der Erinnerung.**

## Strafrecht verschärft: „Upskirting“ verboten

## #Menschenrechte

[www.change.org/Upskirting](http://www.change.org/Upskirting)

Am 13. November 2019 beschloss das Bundeskabinett einen Gesetzentwurf, der heimliches Fotografieren unter den Rock härter bestraft. Bisher können sich Betroffene mit rechtlichen Mitteln kaum wehren: Denn ein solches Fotografieren gilt als Ordnungswidrigkeit und wird nur dann als Straftat geahndet, wenn der Täter das Opfer berührt oder zusätzlich beleidigt und erniedrigt. Künftig wird auch das „bloße“ Fotografieren unter den Rock als Straftat geahndet. Stein des Anstoßes für den Gesetzesentwurf war die Kampagne von Ida Marie Sassenberg und Hanna Seidel auf Change.org. Bei der Petitionsübergabe mit rund 110.000 Unterschriften trafen die beiden Bundesjustizministerin Christine Lambrecht und überzeugten sie von der Dringlichkeit des Anliegens. Die Kampagne ist ein Beispiel dafür, wie in digitalen Zeiten (Straf-) Gesetzeslücken identifiziert und geschlossen werden.



Ida und Hanna überzeugen Bundesjustizministerin Christine Lambrecht.



Veronika freut sich über die Bewilligung eines Elektro-Rollstuhls der AOK Bayern.

## Veronika bekommt lebensnotwendigen Elektro-Rollstuhl

## #Inklusion

[www.change.org/Veronika](http://www.change.org/Veronika)

Die 24-jährige Veronika Maier lebt mit Spinaler Muskelatrophie. Durch ihre Schwerbehinderung ist sie auf einen Elektro-Rollstuhl angewiesen, um sich fortbewegen und aktiv am Leben teilnehmen zu können. Als ihr Rollstuhl kaputt ging, wollte die AOK Bayern keinen neuen bewilligen. Veronika wartete Monate – und startete dann eine Petition auf Change.org. Dem Vorwurf, dass Menschen mit Behinderung den Staat belasten würden, treten tagtäglich Tausende von Bürger\*innen auf Change.org entgegen. **Bereits in der Vergangenheit waren ähnliche Petitionen wie diese erfolgreich. Mehr als 100.000 Unterschriften später bekam Veronika die Bewilligung von ihrer Krankenkasse.** Veronika: „Ich möchte, dass auch andere Menschen eine Petition starten, um für ihre Rechte zu kämpfen. Die Menschen dürfen nicht das Gefühl haben, dass sie machtlos sind!“

Invalidenstraße bekommt **Tempo 30**

#Verkehr

[www.change.org/Invalidenstrasse](http://www.change.org/Invalidenstrasse)

Am Freitagabend, den 6. September 2019, fuhr ein SUV auf einen Gehweg in der Invalidenstraße in Berlin und tötete vier Menschen. Für Julian Kopmann, Vater von drei Kindern und Anwohner der Invalidenstraße, war das ein Weckruf. Er startete daraufhin die Petition für sichere Wege für Schul- und Kita-Kinder auf der Invalidenstraße, die mehr als 15.000 Menschen unterschrieben. Kopmann traf Berlins Regierenden Bürgermeister Michael Müller, Berlins Verkehrssenatorin Regine Günther und den Bezirksbürgermeister von Mitte. Gemeinsam einigten sich alle Beteiligten auf Sofortmaßnahmen und auf die Bildung einer Projektgruppe, in der auch Kopmann sich einbrachte. Es wurden bereits Maßnahmen wie Tempo 30 beschlossen und umgesetzt, sowie geschützte Fahrradwege geplant. Die Invalidenstraße wurde sicherer. **Kopmann hofft, den Wandel und die Neugestaltung städtischer Lebensräume über seinen Kiez hinaus angestoßen zu haben.**



Julian ist stolz, mit seiner Petition auf Change.org die Invalidenstraße in Berlin ein Stück weit sicherer gemacht zu haben.



Protest gegen **Uploadfilter** brachte Tausende in Europa auf die Straße

#Demokratie

[www.change.org/Savetheinternet](http://www.change.org/Savetheinternet)

**Von der Petition zur Bewegung! Dominic Kis und Pascal Fouquet haben Millionen Menschen gegen Uploadfilter mobilisiert.** Mit ihrer Petition bauten die Initiatoren einen Verteiler mit 5,3 Millionen Unterstützer\*innen auf, über den sie über Monate hinweg über die Reform berichteten und Menschen zu Aktionen und Demonstrationen mobilisierten – auch zu den europaweiten Demonstrationen, an denen am 23. März 2019 alleine in Deutschland circa 200.000 Menschen teilnahmen. Die Petition auf Change.org war das Herz der Bewegung, über die unzählige Aktionen und Informationen gestreut werden konnten. Dominic und Pascal trafen etliche EU-Abgeordnete und übergaben die Unterschriften an die damalige Bundesjustizministerin Katarina Barley. Sie wurden von zahlreichen Aktivist\*innen, Youtuber\*innen, Vereinen wie der Wikimedia Deutschland e.V. und von Prominenten wie dem Whistleblower Edward Snowden unterstützt. Die Abstimmung im EU-Parlament scheiterte knapp, doch die Kampagne führte zur größten digitalpolitischen Bewegung aller Zeiten. Sie politisierte tausende Jugendliche nachhaltig und auch die Initiatoren engagieren sich weiter!



Dominic trifft etliche EU-Abgeordnete im EU-Parlament.



Dominic und Pascal übergeben die Unterschriften ihrer Petition auf Change.org an die damalige Bundesjustizministerin Katarina Barley.





## Das Jahr 2020

### 4.1 Planung und Ausblick 2020

Aktuell nutzen mehr als 6,2 Millionen Menschen alleine in Deutschland Change.org, weltweit sind es fast 349 Millionen Nutzer\*innen. Im internationalen Vergleich sehen wir, dass noch viel Luft nach oben ist und wir die Nutzung der Plattform steigern können. Wir glauben, dass auch in Deutschland eine noch größere Bürgerbeteiligung auf Change.org möglich ist. Mehr Nutzer\*innen sind gut, denn je mehr Menschen Change.org nutzen, desto mehr Menschen können für einzelne Kampagnen mobilisiert werden, um damit die jeweilige Wirkung zu erhöhen.

#### **2020 möchten wir Bürgerbeteiligung noch zugänglicher, engagierter und kraftvoller machen.**

Wir wollen uns dabei auf die Petitionsstarter\*innen konzentrieren und Wege finden, wie wir noch mehr Menschen unterstützen können. Die Regionalbüros in München und Düsseldorf sind Teil der Strategie: Unsere Campaigner\*innen stehen zur Seite, um Veränderungen auf lokaler und regionaler Ebene voranzubringen.

Damit die Unterstützung von Kampagnen möglich ist, sind Förder\*innen und Spender\*innen unentbehrlich. **2020 möchten wir den Kreis der Förder\*innen erweitern und die Bindung an die bestehenden Förder\*innen erhöhen.** Die Solidarität vieler Menschen, die an den Verein spenden und uns auch bei einem drohenden Entzug der Gemeinnützigkeit (siehe Seite 26) nicht im Stich lassen, macht uns Mut. Für 2020 planen wir mit Spendeneinnahmen in Höhe von 2,1 Millionen Euro.

## Veränderung ist möglich!

**Unsere langfristige Vision ist es, Deutschland zu einer echten „Mitmachdemokratie“ zu entwickeln.** Wir glauben, dass Menschen über Entscheidungen, die ihr Leben betreffen, aktiv eingebunden werden sollten, z.B. in Form von bundesweiten Volksentscheiden. Daher haben wir zusammen mit anderen Organisationen die Aktion „Abstimmung 21“ ([www.abstimmung21.de](http://www.abstimmung21.de)) ins Leben gerufen und bereiten parallel zu den Bundestagswahlen 2021 die erste von Bürger\*innen organisierte bundesweite Volksabstimmung über wichtige Themen vor. Wir verstehen Change.org als Brückentechnologie auf dem Weg dorthin. Unser Motto lautet: „Veränderung ist möglich!“. Denn auf Change.org erfahren viele Menschen das erste Mal, dass es möglich ist, Dinge zu verändern und dass es sich lohnt, gemeinsam mit vielen anderen diese Veränderung anzustoßen.



## 4.2 Einflussfaktoren: Chancen und Risiken

### Chancen nutzen:

#### Reichweite steigern und Plattform weiterentwickeln

Nach der letzten repräsentativen YouGov-Umfrage von November 2019 ist Change.org 33,6% der Menschen in Deutschland bekannt, 21,3% haben die Plattform schon einmal genutzt. Damit ist Change.org die bekannteste Petitionsplattform des Landes. Immer mehr Menschen entdecken Change.org als wirksame Plattform, um eigene Kampagnen zu starten und Veränderung anzustoßen.

Wenn wir es schaffen, den Bekanntheitsgrad stetig weiter zu erhöhen, dann wird die Kraft der Change.org-Gemeinschaft steigen und noch größere und schnellere Kampagnenerfolge werden möglich. Damit kann Change.org einen großen Beitrag für eine selbstbestimmte und damit lebenswertere Gesellschaft leisten. Weitere Chancen liegen in der fortlaufenden technischen Weiterentwicklung der Plattform, die es ermöglichen, dass Petitionen einfacher gestartet und geteilt werden können und dadurch mehr Kampagnen eine höhere Wirkung erzielen.

### Risiken erkennen und gegensteuern:

#### Wirksamkeit von Online-Petitionen zeigen

Laut der YouGov-Umfrage von November 2019 haben 50% der Menschen in Deutschland schonmal eine Online-Petition unterzeichnet. Mit der Verbreitung von Online-Petitionen und dem Wachstum von Change.org sind auch Risiken verbunden. Das größte Risiko ist sicherlich, dass Menschen den Glauben an die Wirksamkeit von Online-Petitionen verlieren und diese als „Klicktivismus“ abtun. 2019 haben wir die wichtigsten Fragen und Antworten rund um Online-Petitionen auf unserer Website veröffentlicht. Darin gehen wir ausführlich auf mögliche Einwände ein und geben Beispiele, warum Online-Petitionen wirksam sind.

Unser Kampagnenteam bauen wir auch 2020 weiter aus, um Petitionsstarter\*innen bei längeren Kampagnen optimal zu unterstützen und ihnen zu helfen, ihre jeweiligen Kampagnen zum Erfolg zu bringen. Auch werden wir erfolgreiche Petitionen immer wieder breit auf allen Kanälen kommunizieren, um zu zeigen, wie wirkungsvoll Petitionen auf Change.org sein können.

Ein weiteres Risiko ist, dass wir den Anschluss an die sich ändernden Gewohnheiten und technischen Weiterentwicklungen des Internets verlieren. Unsere Antwort darauf ist, dass wir weltweit unsere Ressourcen bündeln und die zentrale Petitionsplattform weiterentwickeln, deren Kosten sich alle Länder teilen, in denen Change.org genutzt werden kann. Der Change.org e.V. zahlt daher eine Lizenzgebühr an das internationale Sozialunternehmen Change.org, in dem Wissen, dass dieses Geld in die technische Weiterentwicklung der Plattform fließt.

# Organisationsstruktur und Team

## 5.1 Organisationsstruktur

### Change.org e.V.

Seit September 2016 ist Change.org Deutschland ein eingetragener Verein mit Sitz in Berlin. Das Team hat damals im Einvernehmen mit Change.org PBC (s.u.) beschlossen, eigenständig zu werden. Seitdem finanzieren wir die Arbeit in Deutschland ausschließlich über Spenden und Förderbeiträge. Wir sind verantwortlich für die deutsche Version der Plattform und unterstützen mit unserer Expertise die Kampagnen von Nutzer\*innen in Deutschland. Der Verein agiert in parteipolitisch neutraler Weise auf der Grundlage der Normen und Vorstellungen einer rechtsstaatlichen Demokratie. Unser Vereinszweck ist die Förderung des demokratischen Staatswesens.

Mit Change.org PBC sind wir durch eine Lizenzvereinbarung verbunden, damit wir die Kampagnenplattform und die Marke in Deutschland nutzen können. Das ist effizient, weil zahlreiche Change.org-Länder eine gemeinsame Infrastruktur nutzen, sodass globale Kampagnen möglich sind, und wir uns viele Kosten für die Bereitstellung und Entwicklung der technologischen Grundlagen unserer Plattform teilen können.

Im Jahr 2019 erreichte uns aber auch die Nachricht, dass das Berliner Finanzamt uns die Gemeinnützigkeit entziehen möchte. Der Grund: Wir würden auf Change.org lediglich Einzelinteressen fördern und den Grundsatz der Unmittelbarkeit verletzen, weil wir die Change.org-Plattform von Change.org PBC lizensieren und nicht selbst programmieren. Wir halten beide Argumente für nicht stichhaltig und werden uns mit allen juristischen Mitteln dagegen wehren. Denn wir finden, dass wir mit unserer Vereinsarbeit auf jeden Fall das demokratische Staatswesen fördern, indem wir Menschen ermöglichen und ermutigen ihr Grundrecht auf Petitionen laut Artikel 17 Grundgesetz wahrzunehmen.



## Change.org PBC

Change.org ist eine weltweit agierende Plattform für Online-Aktivismus mit Hauptsitz in San Francisco und lokalen Teams in 18 Ländern. Auf Change.org starten Menschen weltweit Kampagnen, mobilisieren Unterstützer\*innen und arbeiten mit Entscheidungsträger\*innen zusammen, um gemeinsam Lösungen zu finden. Mit fast 349 Millionen Nutzer\*innen ist Change.org die größte Petitionsplattform der Welt. Change.org International ist ein Sozialunternehmen, genauer gesagt eine Public Benefit Corporation (PBC) und zertifiziert als Benefit Corporation (B Corp) – hierdurch wird das positive gesellschaftliche Wirken belegt und in den Statuten verankert.

## Change.org Foundation

Die Change.org Charitable Foundation ist eine gemeinnützige Stiftung mit Sitz in San Francisco. Wir haben mit der Stiftung eine Verbandsvereinbarung geschlossen, wodurch der Change.org e.V. den Status eines lokalen Verbands erhielt. Die Stiftung sorgt für die internationale Vernetzung der lokalen Länderteams und für einen stetigen Wissensaustausch. Weitere Länder, die unter dem Dach der Stiftung agieren, sind: Türkei, Indien, Indonesien, Japan, Thailand, Argentinien, Brasilien und Chile.



## 5.2 Vorstand und Team

**Paula Peters** gehört seit August 2017 dem Vorstand des Change.org e.V. an. 2012 gründete Paula die Plattform in Deutschland. Unter Paulas Leitung wuchs Change.org in Deutschland in kaum mehr als einem Jahr von 60.000 auf fast 2,5 Millionen Nutzer\*innen. In ihrer jetzigen Rolle als Chief Global Officer leitet sie weltweit zahlreiche Länderteams von Change.org International.



**Paula  
Peters**

# Bürgerrechte  
# Europa



**Gregor  
Hackmack**

# Demokratie  
# Bewegung

**Gregor Hackmack** ist seit Oktober 2014 für Change.org tätig und hat das aktuelle Deutschland-Team aufgebaut. Er ist Gründungsmitglied und Vorstand des Change.org-Vereins. Darüber hinaus ist er Mitgründer der Organisation [abgeordnetenwatch.de](#) und dort als ehrenamtlicher Vorstand tätig. Er ist Ashoka Fellow (2008) und erhielt 2013 den „Democracy Award“ des National Democratic Institute für [abgeordnetenwatch.de](#). Im April 2014 erschien sein Buch „Demokratie einfach machen – Ein Update für unsere Politik“, das in zweiter Auflage von der Bundeszentrale für politische Bildung herausgegeben wird.



**Sebastian  
Schütz**

Leitung Kampagnen

# Creative4Good  
# Sabbatical



**Annika  
Heintz**

Stv. Leitung Kampagnen

# Soziale Gerechtigkeit  
# SummerForeverPlease



**Meike  
Hartwig**

Leitung & Kampagnen  
in Düsseldorf

# Feminismus  
# Pilates-Princess



**Michael  
Stanglmaier**

Leitung & Kampagnen  
in München

# Nachhaltigkeit  
# Berge



**Ansgar  
Lahmann**

Presse & Kampagnen

# Klimagerechtigkeit  
# Radfahrer



**Lewamm  
Ghebremariam**

Kampagnen

# Intersektionalität  
# SaveClubCulture



**Lina  
Pickhardt**

Kampagnen  
in Düsseldorf

# Tierrechte  
# Gaming-Profi



**Penelope  
Kemekenidou**

Kampagnen  
in München

# Feminismus  
# Manga-Fan



**Nora**  
Circosta  
Leitung Fundraising  
# Transparenz  
# Sonnengröße



**Adina**  
Frohloff  
Fundraising  
# Teilhabe  
# Häuslebauerin



**Michel**  
Arriens  
Kampagnen & Soziale Medien  
# Inklusion  
# BulliReisender



**Nicole**  
Krenz  
Soziale Medien  
# Feminismus  
# Instagram-Lover



**Thomas**  
Manoila  
Leitung Content Creation  
# Tierrechte  
# GeekCulture



**David**  
Lampe  
Content Creation  
# Netzpolitik  
# DeveloperByNight



**Silvia**  
Rodríguez  
Content Creation  
# Frauenrechte  
# Travel



**Lydia**  
Ranke  
Blog & Medien  
# Pressefreiheit  
# Positive Nachrichten



**Lucia**  
Metzger  
HR & Office Management  
# Verkehrswende  
# ZeltenAmSee



**Nor**  
Sulaiman  
Office Management  
# Frauenrechte  
# KochenUndBacken



**Sophia**  
Marofke  
Kampagnenassistenz  
# Intersektionalität  
# DoItYourself



**Rebecca**  
Pflanz  
Kampagnenassistenz  
# Klimaaktivismus  
# Europa



**Vanessa**  
Wittig  
Fundraising- und Kampagnenassistenz  
# Netzpolitik  
# TeeEnthusiastin



**Georg**  
Sturm  
Fundraising- und Kampagnenassistenz  
# Gerechtigkeit  
# Freizeit-Schreiberling



**Carlotta**  
Keilholz  
Fundraising- und Kampagnenassistenz  
# Soziale Gerechtigkeit  
# PlantMum

# Organisationsprofil

## 6.1 Allgemeine Angaben zur Organisation

<b>Name</b>	Change.org e.V.	
<b>Sitz der Organisation gemäß Satzung</b>	Berlin	
<b>Gründung</b>	21. September 2016	
<b>Rechtsform</b>	eingetragener Verein	
<b>Kontaktdaten</b>		
<b>Adresse</b>	Change.org e.V. Dorotheenstraße 33 10117 Berlin	
<b>Telefon</b>	+49 (0)30 275 793 80	
<b>E-Mail</b>	info@changeverein.org	
<b>Website (URL)</b>	www.changeverein.org	
<b>Link zur Satzung (URL)</b>	<a href="http://www.changeverein.org/satzung">www.changeverein.org/satzung</a>	
<b>Steuernummer</b>	27/662/57742	
<b>Registereintrag</b>		
<b>Registergericht</b>	Amtsgericht Berlin-Charlottenburg	
<b>Registernummer</b>	VR 35314 B	
<b>Datum der Eintragung</b>	21. September 2016	
<b>Gemeinnützigkeit</b>	<p>Der Verein wurde nach seiner Gründung im Sinne der §§ 51 ff. AO vom Finanzamt Berlin als gemeinnützig anerkannt.</p> <p>Gemeinnütziger Zweck: Förderung des demokratischen Staatswesens. Der letzte Feststellungsbescheid ist datiert auf den 26.10.2016. Ein neuer Freistellungsbescheid wurde noch nicht ausgestellt. Mehr dazu lesen Sie auf Seite 26.</p>	
<b>Anzahl in Köpfen 2019</b>		
<b>Anzahl Mitarbeiter*innen</b>	22	(entspricht 15 Vollzeitstellen)
<b>davon hauptamtlich</b>	20	
<b>davon Honorarkräfte</b>	2	
<b>Spendenkonto</b>	Change.org e.V. IBAN: DE75 4306 0967 1195 8791 00 BIC: GENODEM1GLS GLS Bank	

## 6.2 Governance

### Leistungs- und Geschäftsführungsorgan

Der Vorstand führt die Geschäfte des Vereins. Er wird für die Dauer von zwei Jahren von der Mitgliederversammlung gewählt. Der Vorstand besteht zurzeit aus zwei Personen: Gregor Hackmack und Paula Peters. Der Vorstand bleibt bis zur Wahl eines neuen Vorstandes im Amt. Der Verein wird gerichtlich und außergerichtlich durch zwei Vorstandsmitglieder vertreten.

Beschlüsse des Vorstands werden mit einfacher Mehrheit gefasst, hierüber werden schriftliche Protokolle angefertigt. Der Vorstand ist bei Anwesenheit der Mehrheit seiner Mitglieder beschlussfähig.

### Aufsichtsorgan

Als formales Aufsichtsorgan fungiert die siebenköpfige Mitgliederversammlung des Change.org e.V.

### Ordentliche Mitglieder des Change e.V.

Aktuelle Mitglieder des Vereins sind Nora Circosta, Jeannette Gusko, Gregor Hackmack, Paula Peters, Lydia Ranke, Daniel Schily, Florian Wöhr.

### Internes Kontrollsystem

Das Controlling wird monatlich von unserem externen Mitarbeiter Siegfried Chevalier anhand betriebswirtschaftlicher Auswertungen durchgeführt. Im Umgang mit Rechnungen arbeiten wir nach dem Vier-Augen-Prinzip: Feste Mitarbeiter\*innen von Change.org e.V. dürfen Rechnungen freizeichnen. Wir nutzen keine Barkasse, sodass sämtliche Zahlungen auch im Nachhinein überprüft werden können.

### Verbundene Organisationen

Change.org e.V. ist Lizenznehmer von Change.org PBC und nutzt deren technische Plattform und globale Infrastruktur. Change.org e.V. ist darüber hinaus in keiner Weise mit Change.org PBC rechtlich verbunden.



## 6.3 Umwelt- und Sozialprofil

Nachhaltigkeit und soziales Engagement sind eng miteinander verknüpft und für uns bei Change.org e.V. daher ein großes Anliegen.

### Zum **Umweltschutz am Arbeitsplatz** tragen wir wie folgt bei:

- **Regenerative Energiequellen:** Wenn möglich, beziehen wir in unseren Büros Ökostrom. Im Berliner Hauptstadtbüro beziehen wir Strom aus 100% erneuerbaren Energien von den Elektrizitätswerken Schönau.
- **Nachhaltiges Banking:** Unser Geschäftskonto ist bei der öko-sozialen und genossenschaftlich organisierten GLS Bank.
- **Umweltfreundliches Webhosting:** Unsere Mails und die Website changeverein.org werden bei den Anbietern Manitu und Raidboxes gehostet. Die Rechenzentren werden zu 100% mit echtem, zertifiziertem Ökostrom aus regenerativen Energiequellen betrieben.
- **Öffentliche Verkehrsmittel und Mobilität:** Wir finanzieren unseren Mitarbeiter\*innen Monats-/ Jahreskarten für den öffentlichen Nahverkehr. Um uns innerhalb Deutschlands zu bewegen, nutzen wir die Bahn. Flugreisen außerhalb Deutschlands sind die Ausnahme und werden mit Atmosfair ausgeglichen.
- **Regionalprodukte, Bio und FairTrade:** Für unsere Büros kaufen wir, wenn möglich, Bio-Lebensmittel aus der Region und verwenden fair gehandelte Kaffeebohnen.
- **Bäume schützen:** Wir verwenden für unsere Ausdrücke ausschließlich Recyclingpapier. Wir arbeiten größtenteils digital und versuchen Ausdrücke wann immer es geht zu vermeiden.



Soziale Verantwortung hört bei uns nicht mit der Kampagnenarbeit auf der Change.org-Plattform auf, sondern wird bei Change.org e.V. auch intern gelebt.

## Soziale Verantwortung für unsere Mitarbeiter\*innen:

- **Flexible Arbeitszeiten / Home-Office:** Wir ermöglichen flexible Arbeitszeiten sowie Home-Office bei Bedarf.
- **Unterstützung von Weiterbildungsmaßnahmen:** Wir fördern die berufliche Weiterbildung, finanzieren Weiterbildungsmaßnahmen und geben Zuschüsse zum Bildungsurlaub.
- **Mitarbeitergespräche:** Wir haben regelmäßige Mitarbeitergespräche und begleiten unsere Mitarbeiter\*innen bei ihrem Karrierefortschritt.
- **Team-Events:** Wir haben regelmäßige Team-Events und ein entsprechendes Sozialbudget von 50 Euro pro Quartal für jede Person dafür reserviert.
- **Meetings und Updates aller Teammitglieder:** Wir haben mindestens eine jährliche Teamklausur, auf der wir als Team die gemeinsame Strategie festlegen. Die Teamklausur findet in einer ökologischen Tagungsstätte in Brandenburg statt. Darüber hinaus organisieren wir uns in wöchentlichen Team-Meetings. Hier legen wir Wert auf Augenhöhe und konsensuale Entscheidungen.



## 6.4 Datenschutz und Transparenz

Datenschutz ist uns bei Change.org e.V. sehr wichtig – der gesetzeskonforme Umgang mit Daten entspricht unserem Selbstverständnis als Bürgerrechtsplattform.

Einer der Gründe, warum wir Change.org e.V. Ende 2016 als gemeinnützigen Verein ausgegründet haben, ist die klare **organisatorische Abgrenzung von Spenden** (und zugehörigen Spenderdaten) **und Kampagnen** (und zugehörigen notwendigen Daten der Petitionsstarter\*innen). Insbesondere nachdem Change.org Deutschland 2016 unerwarteterweise in der Kritik der Datenschützer stand, haben wir uns diesem Thema noch einmal verstärkt gewidmet. Seitdem arbeiten wir eng mit Datenschutzexpert\*innen zusammen, um sicherzustellen, dass Change.org allen deutschen Datenschutzanforderungen vollumfänglich entspricht.

Seit dem 25. Mai 2018 gilt die **Datenschutz-Grundverordnung**, die die Daten der europäischen Bürger\*innen noch sicherer macht. Nutzer\*innen können ihr Profil sowie Unterschriften zu einzelnen Petitionen jederzeit vollständig löschen. Es werden keine Profile zu politischen Einstellungen gebildet. Zudem unterliegen wir in Deutschland dem deutschen Datenschutzrecht.

**Die digitale Vernetzung unserer Nutzer\*innen und Kampagnenstarter\*innen ist nach wie vor der Kern von Change.org** – ohne diese wäre unsere Arbeit nicht möglich. Denn: Petitionen werden über ganz Deutschland hinweg gestartet und via Internet verbreitet – je vernetzter die Community dabei ist, desto erfolgsversprechender der Ausgang der Kampagnen.

Für die **Nutzung von Change.org und zum Unterzeichnen von Petitionen** muss den Datenschutzbestimmungen auf [change.org/policies/privacy](https://change.org/policies/privacy) zugestimmt werden.

Die Daten werden vom internationalen Sozialunternehmen Change.org in San Francisco erhoben und umfassen E-Mail-Adresse, Vorname und Nachname als identifizierende Informationen. Wer sensibel im Hinblick auf die Veröffentlichung seines Namens im Zusammenhang mit einer Petition ist, kann Change.org auch unter Pseudonym nutzen.

**Klare organisatorische Abgrenzung in der Spendenverwaltung:** Auf der Spendenseite des Change.org e.V. können Spenden sicher abgeschlossen werden. Alternativ können Menschen direkt auf unser Spendenkonto spenden. Die personenbezogenen Daten werden niemals an Dritte weitergegeben und ausschließlich in Deutschland gespeichert. Die aus Deutschland stammenden Spenden werden für Deutschland eingesetzt. Die Datenschutzbestimmungen des Change.org e.V. finden Sie auf [changeverein.org/datenschutz](https://changeverein.org/datenschutz).

Weil uns auch Transparenz sehr wichtig ist, hat sich der Change.org e.V. der **Initiative Transparente Zivilgesellschaft (ITZ)** angeschlossen. Wir verpflichten uns, zehn grundlegende Informationen der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen und aktuell zu halten. Mehr dazu auf [changeverein.org/transparenz](https://changeverein.org/transparenz).

## Finanzen

### 7.1 Buchführung und Rechnungslegung

Der Change.org e.V. erstellt eine Einnahmen-Ausgaben-Rechnung unter Berücksichtigung der steuerlichen Gemeinnützigkeitsvorschriften. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr. Die Buchführung wird von der Steuerberaterin Susann Tulke durchgeführt. Für das Controlling ist Siegfried Chevalier verantwortlich. Die Buchführung und Rechnungslegung des Change.org e.V. wurde von der Wirtschaftsprüferin Corinna Ahrendt (3D GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft) freiwillig einer unabhängigen Prüfung unterzogen. Die Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

### 7.2 Einnahmen und Ausgaben für 2019

			
<b>Einnahmen</b>	<b>2019</b>	<b>Ausgaben</b>	<b>2019</b>
Einzelspenden	368.691	Personal	626.411
Förderbeiträge	1.324.068	Miete	60.134
		Reisekosten	42.030
		Fundraising	48.464
		Kampagnen (ohne Personal)	110.767
		Bürokosten	152.860
		Lizenzgebühr Change.org Plattform	334.755
		Rücklagen	317.338
<b>Summe</b>	<b>1.692.759</b>	<b>Summe</b>	<b>1.692.759</b>

### 7.3 Finanzielle Situation und Planung

2019 konnten wir unsere Einnahmen um 600.000 Euro im Vergleich zum Vorjahr steigern. Der Change.org e.V. finanziert sich ausschließlich über Spenden und Förderbeiträge. Die regelmäßigen Förderbeiträge machten 2019 einen Anteil von 78% an den Gesamteinnahmen aus. Hauptposten bei den Ausgaben ist das Personal mit 46% an den Gesamtausgaben. Die Rücklagen dienen dazu, das Team 2020 weiter auszubauen, um Kampagnen bestmöglich zu betreuen.

Die folgenden Personen haben 2019 je 1.000 Euro oder mehr gespendet: Gerrit Braun, Daniela Brunner, Ute D. Mayer, Heidrun Merk, Fulvio Quattrocchi, Daniel Schlegel, THK Frei- und Verkehrsanlagen GmbH. Weitere Spender\*innen möchten unerwähnt bleiben. **Ihnen allen danken wir an dieser Stelle besonders.** Die Beiträge von Spender\*innen, die über 1.000 Euro gespendet haben, bildeten insgesamt 2,5% der Gesamtjahreseinnahmen.



„ Ich bin tief überzeugt davon, dass **Ihre Arbeit unverzichtbar ist für unsere Gesellschaft** und die anderer Staaten, die Europäische Union und die Weltgemeinschaft. **DANKE!**

Markus K., Förderer



„ Ich halte Change.org für das **vielleicht wichtigste Instrument zur Demokratieförderung.** Danke dafür.

Paul S., Förderer



„ Warum habe ich mich dazu entschlossen, Euch regelmäßig mit einem kleinen Beitrag zu unterstützen? Ich finde es toll, dass Ihr **Menschen eine Chance gebt**, ihr Anliegen der Politik nahe zu bringen und so gehört zu werden.

Eva T., Förderin



## Herzlichen Dank an unsere Unterstützer\*innen!

Wir danken allen Förder\*innen und Spender\*innen des Change.org e.V., die es ermöglicht haben, dass 2019 zahlreiche Kampagnen erfolgreich sein konnten. Danke, dass Sie die Bürgerbeteiligung maßgeblich unterstützen und sich für wichtige Anliegen einsetzen!

Auch möchten wir allen danken, die sich auf Change.org engagieren, indem sie Petitionen unterschreiben, teilen und natürlich starten.

Wenn Sie die Change.org-Plattform als wichtiges Instrument der Bürgerbeteiligung sehen und möchten, dass sie weiterhin allen Menschen kosten- und werbefrei zur Verfügung steht, werden Sie heute Förder\*in des Change.org e.V. Mit einer regelmäßigen Spende sichern Sie die Unabhängigkeit und erhöhen die Wirkung vieler Kampagnen. Nur dank Ihnen können wir Kampagnen auch langfristig betreuen.

Sie können unter [www.changeverein.org/spenden](http://www.changeverein.org/spenden) Förder\*in werden oder uns die umseitige Fördervereinbarung ausgefüllt zurückschicken.



# change.org verein

Dorotheenstraße 33  
10117 Berlin  
www.changeverein.org/spenden



**Veränderung**  
ist möglich!

**Ja, ich möchte den Change.org e.V. unterstützen!**

Mit einer **monatlichen** Spende in Höhe von

- € 10
- € 20
- € 50
- € \_\_\_\_\_

Mit einer **jährlichen** Spende in Höhe von

- € 120
- € 250
- € 500
- € \_\_\_\_\_

Mit einer **einmaligen** Spende in Höhe von

- € 25
- € 50
- € 100
- € \_\_\_\_\_

**SEPA Lastschriftmandat:**  
Jederzeit widerrufbar.  
Erspart Verwaltungskosten.  
Die Mandatsreferenz folgt separat.  
Unsere Gläubiger ID: DE87ZZZ00001947909.  
**Bitte buchen Sie den oben genannten Betrag von meinem Konto ab:**

**Die Spende überweise ich direkt an:**  
Change.org e.V.  
IBAN: DE75 4306 0967 1195 8791 00  
BIC: GENODEM1GLS  
GLS Bank

\_\_\_\_\_  
Kontoinhaber\*in

\_\_\_\_\_  
IBAN

\_\_\_\_\_  
BIC

\_\_\_\_\_  
Titel, Vorname, Nachname

\_\_\_\_\_  
Straße, Hausnummer

\_\_\_\_\_  
PLZ, Stadt

\_\_\_\_\_  
E-Mail

\_\_\_\_\_  
Telefon

\_\_\_\_\_  
Ort, Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

## Impressum

### Herausgeber

**Change.org e.V.**

Dorotheenstraße 33

10117 Berlin

Telefon: +49 (0) 30 275 793 80

E-Mail: [info@changeverein.org](mailto:info@changeverein.org)

Website: [www.changeverein.org](http://www.changeverein.org)

### Bildnachweise

Alle Fotos sind eigene Aufnahmen des Change.org-Teams, sofern nicht unter dem jeweiligen Bild anders vermerkt.

### Gestaltung

Thomas Manoila

### Redaktion

Nora Circosta

Gregor Hackmack

Ansgar Lahmann

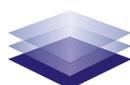
### Spendenkonto

Change.org e.V.

IBAN: DE75 4306 0967 1195 8791 00

BIC: GENODEM1GLS

GLS Bank



Initiative  
Transparente  
Zivilgesellschaft



[www.changeverein.org](http://www.changeverein.org)

 /Change.orgDeutschland

 @changeGER

 @changeorg\_deutschland