

change.org **verein**

Jahres- und Wirkungsbericht 2017

Gegenstand und Umfang des Berichts

Der folgende Bericht beschreibt unter Anwendung der SRS-Berichtslinien die Aktivitäten der Organisation Change.org e.V. im Zeitraum vom 01.01.2017 bis zum 31.12.2017. Sitz der Organisation ist das Haus der Bundespressekonferenz, Schiffbauerdamm 40, 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.

INHALTSVERZEICHNIS

	Vorwort	4
1	Einleitung	5
1.1	Jahresrückblick 2017 in Zahlen	5
1.2	Vision und Ansatz	7
2	Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz	8
2.1	Gesellschaftliches Problem	8
2.2	Lösungsansatz und angestrebte Wirkung	9
3	Ressourcen, Leistungen und Wirkungen	10
3.1	Eingesetzte Ressourcen (Input)	10
3.2	Erbrachte Leistungen (Output)	10
3.3	Erreichte Wirkungen (Outcome / Impact)	12
3.4	Evaluation und Lernerfahrungen	14
3.5	Erfolgsgeschichten von Change.org	14
4	Planung und Ausblick	17
4.1	Planung und Ausblick auf 2018	17
4.2	Einflussfaktoren: Chancen und Risiken	18
5	Organisationsstruktur und Team	19
5.1	Organisationsstruktur	19
5.2	Team und Vorstand	19
6	Organisationsprofil	23
6.1	Allgemeine Angaben zur Organisation	23
6.2	Governance	24
6.3	Umwelt- und Sozialprofil	25
6.4	Datenschutz und Transparenz	26
7	Finanzen und Rechnungslegung	27
7.1	Buchführung und Rechnungslegung	27
7.2	Einnahmen und Ausgaben	27
7.3	Finanzielle Situation und Planung	28
	Fördervereinbarung	30
	Impressum	31

VORWORT

Liebe Unterstützer*innen des Change.org e.V.,
Sehr geehrte Damen und Herren,

Sie halten den ersten Jahresbericht des Change.org e.V. in den Händen. Denn wir haben uns als Team von Change.org Deutschland am 21.09.2016 in eigener Rechtsform als gemeinnützigen Verein gegründet. Wir haben uns hierzu entschieden, weil wir unser Einkommensmodell umgestellt haben und uns jetzt vor allem über Spenden und Förderbeiträge finanzieren.

Die Unterstützung unserer Change.org-Gemeinschaft für dieses neue Finanzierungsmodell war bereits im ersten Vereinsjahr sehr groß. Wir haben fast 500.000 Euro an Spenden und Förderbeiträgen eingenommen und konnten somit viele tolle Petitionen und Kampagnen auf Change.org mit unserer Mobilisierungskraft und Kampagnenexpertise unterstützen.

Melanie Weigel hat die Deutsche Bahn, den größten Kaffeeverkäufer der Republik, überzeugen können, auf Fairtrade umzustellen. Das Bundesteilhabegesetz wurde nicht zuletzt wegen der Change.org-Kampagne von Raul Krauthausen und Constantin Grosch an vielen Punkten geändert und verbessert damit maßgeblich die Situation von Menschen mit Behinderung in Deutschland. Der Stalking-Paragraf im Strafgesetzbuch wurde verschärft. Zudem konnten viele Menschen vor ihrer Abschiebung gerettet werden. Die Liste ließe sich um viele Erfolge ergänzen, von denen wir Ihnen einige in diesem Bericht noch vorstellen möchten.

All diese Erfolge waren nur dank der Unterstützung unserer über 5.000 Fördermitglieder und tausender Einzelspender*innen möglich. Durch sie konnten wir unser Team zur Unterstützung von Petitionsstarter*innen in Deutschland ausbauen.

Mit diesem Bericht möchten wir Ihnen gerne vorstellen, was unsere Unterstützer*innen mit Change.org e.V. bewegen, was uns bewegt und welche Menschen und Zahlen dahinter stecken.

Wir freuen uns über die gelungene Vereinsgründung, die vielen erfolgreichen Petitionen und natürlich über Ihre Unterstützung.

Mit besten Wünschen im Namen des
gesamten Change.org Deutschland-Teams!



Gregor Hackmack | Vorstand Change.org e.V.



1.1 JAHRESRÜCKBLICK 2017 IN ZAHLEN

Ein sehr aufregendes Jahr 2017 liegt hinter uns. Nachfolgend einige Zahlen rund um Change.org – wir sind stolz, dass insgesamt fast 5,4 Millionen Menschen in Deutschland Change.org nutzen.

8.894

AKTIVE PETITIONEN
IN DEUTSCHLAND

2.432.384

UNTERSCHRIFTEN FÜR
ERFOLGREICHE PETITIONEN IN
DEUTSCHLAND

225.375.092

CHANGE.ORG-NUTZER*INNEN
WELTWEIT

956.770

AKTIVE PETITIONEN

IN

196

LÄNDERN

5.395.207

MENSCHEN IN DEUTSCHLAND
NUTZEN CHANGE.ORG

change.org



Ich unterstütze den Change.org e.V., weil ich die Arbeit für die direkte Demokratie für eine der wichtigsten Aufgaben in unserem Land halte. Wir gestalten damit die Zukunft, und ich danke dem Change.org e.V. dafür, dass ich das JETZT und nicht erst MORGEN tun kann.

Dr. Carola Muysers

ist eine der über 5.000

Förder*innen des Change.org e.V.

1.2 VISION UND ANSATZ

Unsere Mission ist Beteiligung. Wir ermöglichen Menschen, Haltung zu beziehen zu den Themen, die ihnen wichtig sind und helfen ihnen, für positiven gesellschaftlichen Wandel zu mobilisieren.

change.org

ist die weltweit größte Kampagnenplattform. Wir ermöglichen Menschen, die Welt im positiven Sinne zu verändern. Derzeit nutzen mehr als 5 Millionen Menschen in Deutschland die Plattform und verändern so Kampagne für Kampagne ihr Umfeld - lokal, national und global.

Wer wir sind

Wir sind ein unabhängiger Verein – Change.org e.V. – mit Sitz in Berlin und einer Lizenzvereinbarung mit dem internationalen Sozialunternehmen Change.org. Wir unterstützen die Kampagnen von Nutzer*innen in Deutschland mit unserer Expertise.



Woran wir glauben



In Zeiten der digitalen Vernetzung kann ein einzelner Mensch ganze soziale Bewegungen auslösen. 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-Internetplattform und unserer Kampagnenexpertise im Verein unterstützen wir engagierte Menschen, damit sie sich schnell, einfach und zu jedem Zeitpunkt einmischen und miteinander vernetzen können.



2.1 GESELLSCHAFTLICHES PROBLEM

Das gesellschaftliche Problem

Viele Bürgerinnen und Bürger wollen etwas verändern, wissen aber nicht wie und fühlen sich ohnmächtig.

Mögliche Ursachen

Die Welt wird schnellerlebiger

Die Einflussnahme über Wahlen alle vier bis fünf Jahre reicht vielen nicht mehr aus. Sie wollen sofort aktiv werden und Veränderungen gemeinsam mit anderen erreichen.

Die Menschen fühlen sich abgehängt vom Politikbetrieb

Viele Menschen haben nicht die Zeit, um sich in Parteien zu engagieren. Die klassische Ochsentour innerhalb einer Partei kommt einfach nicht in Frage und lässt sich mit der eigenen Lebenssituation: einem Höchstmaß an Flexibilität am Arbeitsmarkt, in der Familie und in der Freizeit – Stichwort „gehetzte Mitte“ nicht vereinbaren.



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 LÖSUNGSANSATZ UND ANGESTREBTE WIRKUNG

Bei der Bewältigung der gesellschaftlichen Herausforderungen stützt sich Change.org e.V. auf drei Grundpfeiler:

Petitionsplattform

Auf einer überparteilichen Petitionsplattform kann jede und jeder im Rahmen von Petitionen eigene Anliegen vorstellen und Gleichgesinnte finden. Change.org ist die weltweit größte Petitionsplattform.

Mobilisierungskraft

Mit der Mobilisierungskraft der Change.org-Community kann in kurzer Zeit eine kritische Masse erreicht werden.

Kampagnenexpertise

Das Change.org-Kampagnenteam berät ausgewählte Kampagnen und hilft ihnen zu gewinnen, um damit weitere Menschen zu motivieren, sich für die eigenen Anliegen einzusetzen und ebenfalls Kampagnen zu starten.

Angestrebte Wirkung

auf Entscheidungsträger*innen

Überzeugung der Entscheidungsträger oder zumindest die Abgabe und Veröffentlichung von Stellungnahmen / Erklärungen der Entscheidungsträger zu Petitionsanliegen.

auf Medien

- Medien finden in den Petitionstarter*innen engagierte und durch viele Unterschriften legitimierte Ansprechpartner für aktuelle Themen
- gemeinsam mit den Medien können wichtige Anliegen auf die politische Agenda gesetzt werden
- Journalisten nutzen die Change.org-Plattform als Recherchetool

auf Bürger*innen

- direktes empowerment - „Ich kann etwas verändern!“
- mehr Mut und Lebensqualität durch die positive Veränderung der eigenen Lebensumstände
- mehr Vertrauen in die Demokratie, weil Entscheidungen beeinflussbar sind und daher eine höhere Akzeptanz genießen

Gesellschaftliche Wirkung

- mehr Vertrauen in Entscheidungsträger und die Demokratie
- lebendigere Demokratie, an der mehr Menschen aktiv teilnehmen
- stabilere Demokratie, die weniger anfällig für Angriffe von Extremisten ist

3.1 EINGESETZTE RESSOURCEN (INPUT)

Der größte Teil der eingesetzten Ressourcen sind die Personalkosten für die Mitarbeiter*innen des Change.org e.V. Sie werden zur Erfüllung des Organisationszwecks eingesetzt. Die Sachkosten enthalten die Kosten des Vereins für die technischen Dienstleistungen, Erstellung und Wartung der Seite. Außerdem zahlt Change.org e.V. als Lizenznehmer von Change.org PBC eine Gebühr für die Nutzung der technischen Plattform und globalen Infrastruktur.

Im Berichtsjahr 2017 wurden die folgenden finanziellen Ressourcen für die Arbeit des Change.org e.V. eingesetzt:

Ressourcen (2017)	Kosten (€)
Personalkosten	194.041
Sachkosten	118.702
Lizenzgebühr Change.org-Plattform	31.448
Summe	344.191

3.2 ERBRACHTE LEISTUNGEN (OUTPUT)

Überblick Petitionen und Nutzer in Deutschland (2017)

Leistungen (2017)	Anzahl
Petitionen in Deutschland	8.894
Unterschriften auf Petitionen	12.117.552
Unterschriften für erfolgreiche Petitionen	2.432.384
Change.org-Nutzer*innen in Deutschland	5.395.207

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 und E-Mail (2017)

Newsletter-Empfänger*innen

5.395.207

change.org-Besucher*innen

14.766.755

changeverein.org-Besucher*innen

182.500

Social Media (2017)

Facebook-Fans

1.500.000

Twitter-Follower

18.000

Offline (2017)

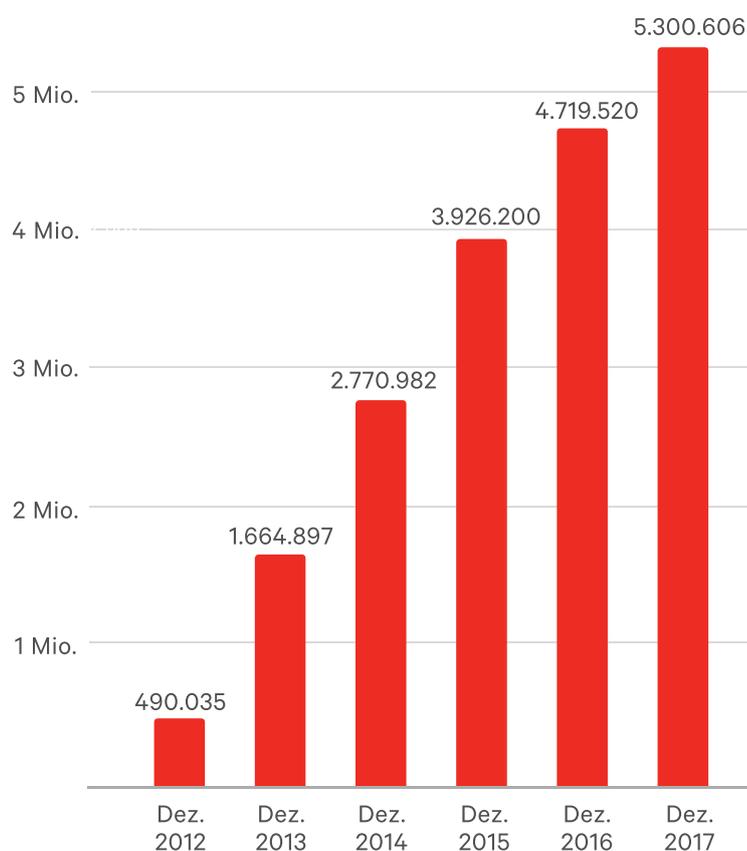
TV-Beiträge

65

Print-Artikel mit Erwähnung

4.675

Nutzerwachstum Change.org-Plattform



Neben der Presse- und Kommunikationsarbeit arbeiten unsere Campaigner*innen jeden Tag daran, die Petitionsstarter*innen zu unterstützen, damit ihre Kampagnen erfolgreich sind.

3.3 ERREICHTE WIRKUNGEN (OUTCOME / IMPACT)

Im Schnitt ist alle vier Tage eine Change.org-Kampagne in Deutschland erfolgreich – so ergibt sich eine direkte Wirkung für alle.

Das Wirkungsprinzip und der gesellschaftliche Outcome von Change.org lassen sich gut am Beispiel der Kampagne für eine Reform des Bundesteilhabegesetzes erklären (change.org/teilhabe-gesetz).

Die beiden Initiatoren Constantin Grosch und Raul Krauthausen sitzen beide im Rollstuhl und sind auf Assistenz im Alltag angewiesen.

Das gesellschaftliche Problem

Vor der Reform des Teilhabegesetzes durften Menschen mit Behinderung in Deutschland maximal 2.600 Euro sparen. Den Rest ihres Geldes mussten sie für die eigene Pflege und Assistenz aufwenden. Der Staat sprang nur ein, wenn sie das Sozialhilfeniveau erreicht hatten. Arbeit lohnte sich für Menschen mit Behinderung nicht.

Ziel der Kampagne

Das Recht auf Sparen für Menschen mit Behinderung und ein gutes Teilhabegesetz



Die beiden Kampagnenstarter Constantin Grosch (l.) und Raul Krauthausen (r.)



Gregor Hackmack (r.) von Change.org mit zwei Aktivist*innen.

Ressourcen (Input)

- Petition auf Change.org
- Organisation von Demonstrationen, Anrufaktionen und phantasievolle Protestaktionen (z.B. gemeinsam mit anderen Rollstuhlfahrer*innen vor dem Bundestag angekettet und sich vor dem Berliner Hauptbahnhof in einen Käfig gesperrt). Damit wollten die beiden Petitionsstarter zeigen, dass sie an der gesellschaftlichen Teilhabe gehindert werden.

Ergebnisse (Output)

- 339.935 Unterschriften und aktive Einbindung dieser Unterstützer*innen
- Übergaben der Unterschriften an die jeweils zuständigen Ministerinnen Ursula von der Leyen und Andrea Nahles

Erreichte Wirkung

auf Bürger*innen

Viele Kampagnenerfolge wirken sich positiv auf das Leben aller Bürger*innen aus. Im Fall des Teilhabegesetzes profitiert jeder Mensch, der plötzlich zum Beispiel aufgrund eines Unfalls oder im Alter auf Hilfe im Alltag angewiesen ist.

auf politische Entscheidungsträger*innen

Constantin und Raul haben ihre mehr als 330.000 Unterstützer*innen eng eingebunden und z.B. eine Anrufaktion bei Bundestagsabgeordneten während des Gesetzgebungsverfahrens organisiert. Die Abgeordneten zeigten sich später in öffentlichen Statements berührt von den Anrufen, bei denen sie aus erster Hand von Betroffenen erfahren haben, wo die Probleme liegen.

auf Multiplikatoren (z.B. Journalist*innen)

Die Anzahl der Unterschriften zeigt Journalist*innen, wie relevant ein Thema ist. Zudem sind Petitionsstarter*innen auf Change.org – wie in diesem Fall Constantin Grosch und Raul Krauthausen – gern gesehene Ansprechpartner für die Medien. Denn sie können authentisch und aus erster Hand berichten, wo das Problem liegt, und wie es lösbar wäre.

Mitwirkung an der Entwicklung von politischen Vorschlägen und Gesetzentwürfen

Es kommt häufiger vor, dass Petitionsstarter*innen eingeladen werden, zu Gesetzentwürfen Stellung zu nehmen. Das war auch bei Raul und Constantin der Fall. Nach der Petitionsübergabe an Andrea Nahles haben sich die beiden auf Einladung der Ministerin mit den zuständigen Ministerialbeamten ausgetauscht und konnten ihre Ideen einbringen.

Gesellschaftliche Wirkung

Das Bundesteilhabegesetz wurde in wesentlichen Teilen zum Positiven geändert.

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 unserem externen Mitarbeiter Fabian Hanneforth anhand betriebswirtschaftlicher Auswertungen durchgeführt. Außerdem wertet das Change.org-Team wöchentlich die Zielerreichung aus und analysiert Abweichungen, um die Umsetzung der Aktivitäten entsprechend anzupassen.

Wesentliche Lernerfahrungen aus dem Jahr 2017 sind, dass das Förderprogramm und Spendenmodell des Change.org-Vereins bereits sehr gut angenommen werden. Förder*innen und Spender*innen können wir über regelmäßige Spendenaufrufe per E-Mail und eigene Anzeigen auf der Change.org-Plattform gewinnen. Die Qualität unserer Ansprache und Conversion auf den Spendenseiten lassen sich dabei noch optimieren.

Auch konnten wir unsere Kampagnenexpertise noch mehr Petitionsstarter*innen zukommen lassen, stoßen dabei aber immer wieder an Kapazitätsgrenzen. Daher haben wir begonnen, Videos zu produzieren und unser Wissen im Rahmen von Kampagnentrainings der Allgemeinheit auf unserer Website changeverein.org zugänglich gemacht. Diese Video-Trainings werden wir weiter ausbauen.

3.5 ERFOLGSGESCHICHTEN VON CHANGE.ORG

Alle vier Tage ist eine Change.org-Kampagne in Deutschland erfolgreich und macht die Welt gerechter, gesünder, solidarischer. Ein paar Erfolgsgeschichten möchten wir Ihnen im Folgenden vorstellen:

Katja Almstedt für Irmela Mensah-Schramm – 41.678 Unterstützer*innen

Irmela Mensah-Schramm übermalt seit drei Jahrzehnten Hassparolen an Wänden und entfernt ausländischerfeindliche Sticker an Straßenlaternen – hierfür kam sie am 5. Oktober 2016 in Berlin vor Gericht. Katja Almstedt vom Verein Erinnern und VerANTWORTung e.V. hat daraufhin eine Petition gestartet:

41.678 Menschen haben sich für Irmela Mensah-Schramm stark gemacht und ihr Unverständnis für die Strafanzeige zum Ausdruck gebracht. Mitte Juni 2017 wurde das Urteil wegen Sachbeschädigung aufgehoben, auch dank der Kampagne von Katja Almstedt für Irmela.

Irmela Mensah-Schramm und die Petitionsstarterin Katja Almstedt



Recht auf Sparen und für ein gutes #Teilhabegesetz – 339.935 Unterstützer*innen

Über diese Petition haben wir bereits weiter oben im Abschnitt zur gesellschaftlichen Wirkung von Change.org e.V. berichtet. Nach 4 Jahren Kampagnenarbeit von Constantin Grosch und Raul Krauthausen und fast 340.000 Unterstützer*innen ist das Bundesteilhabegesetz im Januar 2017 in Kraft getreten.

CETA-Kampagne von Marianne Grimmenstein – 246.000 Unterstützer*innen

Die Petitionsstarterin Marianne Grimmenstein verfolgte die Verhandlungen zu CETA und TTIP von Anfang an, informierte sich über die Nachrichten und die Informationsseiten der Europäischen Kommission. Schon bald stand für sie fest: CETA fehlt es an Transparenz. Frau Grimmenstein plante früh, vor dem Bundesverfassungsgericht gegen einen solchen Vertrag zu klagen.

Ihr Engagement auf Change.org begann im Oktober 2014 und im August 2016 konnte sie so eine professionelle Klageschrift und fast 70.000 Klagevollmachten beim Verfassungsgericht in Karlsruhe einreichen.



Marianne Grimmenstein mit den Klagevollmachten

Das Verfassungsgericht stoppte auf Mariannes Antrag CETA mit einer einstweiligen Anordnung in weiten Teilen im September 2016. Das ist ein großer Zwischenerfolg!

Bis heute wurde die Petition fast 300.000 mal unterschrieben und Marianne kämpft immer noch, denn das Hauptsacheverfahren vor dem Bundesverfassungsgericht zu CETA steht noch aus.

Melanie Weigel: Fairtrade-Kaffee bei der Deutschen Bahn – 71.212 Unterstützer*innen

Melanie Weigel hat in ihrer Petition die Deutsche Bahn dazu aufgefordert, fair gehandelten Kaffee in ihren Zügen anzubieten, um Zukunftsperspektiven für Kaffee-Produzenten zu schaffen und gleichzeitig auch eine Vorbild-Funktion für andere Unternehmen in Deutschland einzunehmen.



Die Deutsche Bahn ist diesem dringlichen Wunsch dank der über 70.000 Unterstützer*innen nachgekommen und bietet seit dem 1. April 2017 nur noch Fairtrade-Kaffee in ihren Zügen an.

Mitarbeiter*innen von Change.org und die Petitionsstarter*innen mit dem DB-Verantwortlichen

Gabi Müller für Anklage zur Aufarbeitung der Loveparade-Katastrophe in 2010 – 367.092 Unterstützer*innen

Der Prozess gegen 10 Verantwortliche der Loveparade 2010 wurde nach 6 Jahren Ermittlungen eingestellt. Gabi Müller, selbst Mutter eines Loveparade-Opfers, forderte eine Aufklärung der Vorfälle. Dank der gesammelten Unterschriften wurde im April 2017 vom OLG Düsseldorf entschieden, den Prozess zur Aufarbeitung des Loveparade-Strafverfahrens wieder aufzunehmen.

Kampagne zu §219a: Informationsrecht für Frauen zum Schwangerschaftsabbruch – 155.886 Unterstützer*innen

Die Ärztin Kristina Hänel, die auf ihrer Homepage Interessierten ermöglicht, über einen Link Informationen zu einem legalen Schwangerschaftsabbruch zu erhalten, wurde 2017 hierfür angezeigt – wegen angeblicher Werbung für Abtreibungen.

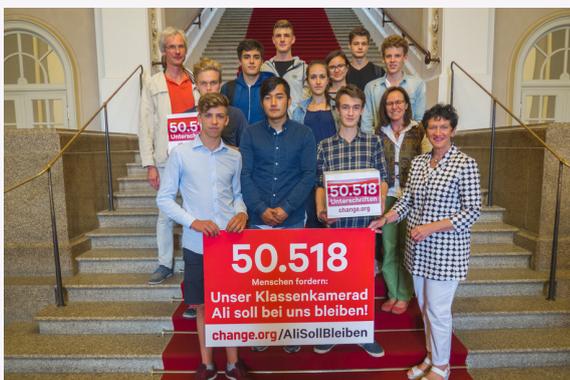


Petitionsübergabe mit Parteimitgliedern und Unterstützer*innen

Frau Hänel fordert in ihrer Petition das Recht für Frauen, sich im Internet über angebotene Leistungen von Ärzt*innen zum Schwangerschaftsabbruch zu informieren. Der §219a behindert dieses Recht. Bis Ende 2017 wurden über 150.000 Unterschriften auf Change.org für die Kampagne von Kristina Hänel gesammelt.

Ali soll bleiben (Schulklasse verhindert Abschiebung) – 51.067 Unterstützer*innen

Ali Reza hat im Oktober 2016 den Bescheid bekommen, dass er abgeschoben werden sollte. Daraufhin hat seine gesamte Klasse eine Kampagne auf Change.org gestartet, um Alis Abschiebung nach Afghanistan zu verhindern.



Über 51.000 Unterstützer*innen haben auf Change.org die Petition unterschrieben. Mit Erfolg: im Juli 2017 gab es eine Gerichtsverhandlung, bei der entschieden wurde, dass Ali Reza nicht abgeschoben wird.

Schüler der freien Waldorfschule Augsburg bei der Entgegennahme der Unterschriften
Foto: Johannes Schmid

4.1 PLANUNG UND AUSBLICK AUF 2018

Mehr Nutzer*innen für die Change.org-Plattform

Für das Jahr 2018 möchten wir uns vor allem auf Wachstum der Change.org-Gemeinschaft konzentrieren. Zwar haben sich auf Change.org in Deutschland bereits mehr als fünf Millionen Menschen registriert und wir zählen pro Monat mehr als eine Millionen Unterschriften, doch im internationalen Vergleich sehen wir, dass das Potential noch viel größer ist. So zählt Change.org Großbritannien mehr als 16 Millionen registrierte Nutzer*innen und Change.org Spanien mehr als 14 Millionen. Wir glauben, dass auch in Deutschland weit mehr als 10 Millionen registrierte Nutzer*innen möglich sind. Denn:

“

Je mehr Menschen sich auf Change.org registrieren, desto mehr Menschen können wir für einzelne Kampagnen mobilisieren und damit die Wirkung der jeweiligen Kampagnen erhöhen.

Gregor Hackmack
Vorstand Change.org e.V.

Mehr Förder*innen gewinnen und Team erweitern

Darüber hinaus werden wir je nach unseren finanziellen Möglichkeiten das Deutschland-Team erweitern, um noch mehr Kampagnen aktiv unterstützen zu können. Wir wollen bis zum Jahresende den Kreis unserer Förder*innen von aktuell mehr als 5.000 auf 10.000 erweitern. Damit würden wir unsere Spenden- und Fördereinnahmen auf ca. eine Million Euro im Jahr steigern – Geld, das in die Unterstützung von Kampagnen auf Change.org fließen kann.

Langfristiges Ziel: „Mitmachdemokratie“ in Deutschland

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.

Wir verstehen Change.org als Brückentechnologie auf dem Weg dorthin. Denn auf Change.org erfahren viele 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

Immer mehr Menschen entdecken Change.org als wirksame Plattform, um eigene Kampagnen zu starten und Veränderung anzustoßen. Aktuell ist Change.org 17% der Deutschen bekannt und damit die bekannteste Petitionsplattform des Landes. 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 sein. Damit würde 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.



Andere Petitionsplattformen sehen wir nicht als Konkurrenten, sondern als Partner für eine aktive Zivilgesellschaft. Wir tauschen unser Wissen und unsere Erfahrungen gerne mit ihnen aus, um voneinander zu lernen. Denn davon profitiert die Zivilgesellschaft als Ganzes.

Gregor Hackmack
Vorstand Change.org e.V.

Risiken erkennen und gegensteuern: die Initiativen von Change.org e.V. in 2018

Mit dem Wachstum von Change.org sind auch Risiken verbunden. Das größte Risiko ist sicherlich, dass Menschen den Glauben an die Wirksamkeit von Petitionen verlieren und diese als „Klicktivismus“ abtun.

Darum ist geplant, unser Kampagnenteam stetig auszubauen, um Petitionsstarter*innen auch 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 der Seite kommunizieren, um zu zeigen, wie wirkungsvoll Change.org-Petitionen 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.

5.1 ORGANISATIONSSTRUKTUR

Change.org International

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 mehr als 225 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.

Ausgründung des deutschen Change.org e.V. in 2016

2016 haben wir als Change.org Deutschland-Team im Einvernehmen mit Change.org International beschlossen, uns in Deutschland als gemeinnützigen Verein auszugründen. Damit haben wir unsere Struktur unserem neuen Einkommensmodell angepasst. Denn anders als in der Vergangenheit finanzieren wir die Plattform und Kampagnenarbeit jetzt vor allem über Spenden und Förderbeiträge. Der 2016 gegründete Change.org e.V. ist Lizenznehmer von Change.org PBC und nutzt deren technische Plattform und globale Infrastruktur. Change.org e.V. ist darüberhinaus in keiner Weise mit Change.org PBC rechtlich verbunden.

Die Organisation agiert in parteipolitisch neutraler Weise auf der Grundlage der Normen und Vorstellungen einer rechtsstaatlichen Demokratie. Unser Vereinszweck ist die Förderung des demokratischen Staatswesens.

5.2 TEAM UND VORSTAND

Vorstand

Paula Peters (35) ist Vorstandsmitglied und Vizepräsidentin von Change.org. Sie verantwortet die globalen Teams der Kampagnenplattform.

Seit August 2017 gehört sie 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. Paula ist die Initiatorin zahlreicher digitaler Bewegungen, wie z. B. #bringbackourgirls oder des Manifests „Writers Against Mass Surveillance“.



Gregor Hackmack (40) ist seit Oktober 2014 als Deutschland-Chef für Change.org tätig und hat das Deutschland-Team aufgebaut. Er ist Gründungsmitglied und Vorstand des Change.org e.V. Darüberhinaus ist er für das Projekt abgeordnetenwatch.de als ehrenamtlicher Vorstand und Geschäftsführer tätig. Er hat abgeordnetenwatch.de im Jahr 2004 mitgegründet.

Gregor hat an der London School of Economics einen Bachelor in Internationalen Beziehungen und einen Master in Politischer Soziologie erworben.



Im Jahr 2008 wurde Gregor Hackmack als einer der führenden Social Entrepreneurs als Ashoka Fellow ausgezeichnet und im Jahr 2010 in das Young Global Leader Netzwerk des Weltwirtschaftsforums aufgenommen. Er ist einer der Initiatoren des Hamburgischen Transparenzgesetzes und wurde im Februar 2014 in das Plenum der Hamburger Handelskammer gewählt, dem er bis Februar 2017 angehörte. Im April 2014 erschien sein Buch „Demokratie einfach machen - Ein Update für unsere Politik“.

Das Team

Sebastian Schütz (31) ist seit dem 6. Oktober 2014 Campaigner bei Change.org und ist Mitgründer von youvo.org – Leuchtturmprojekt der Google Impact Challenge aus dem letzten Jahr. Sebastian ist vor allem auf Kampagnenstrategie und Storytelling spezialisiert und verfügt über ein hohes technisches Verständnis.



Michel Arriens (27) ist seit dem 1. April 2017 Campaigner bei Change.org und Inklusionsaktivist. Er ist im Vorstand des Bundesverbands kleinwüchsiger Menschen und ihrer Familien und bei Change.org vor allem für die Mobilisierung für Kampagnen via Facebook und Twitter zuständig.

Annika Heintz (29) ist seit dem 27. Juli 2016 Campaignerin bei Change.org. Sie hat sich auf unser E-Mail-Programm spezialisiert und sorgt dafür, dass die deutsche Change.org-Gemeinschaft immer relevante Petitionsvorschläge zur Mitzeichnung erhält. Inhaltlich legt sie den Fokus auf Vielfalts- und Frauenthemen.



Ilka Franzmann (52) ist seit dem 29. März 2016 aktiv bei Change.org und unterstützt Initiator*innen von Kampagnen besonders in der Pressearbeit und bereitet diese auf Interviews in Radio und TV vor. Ilka ist Grimme-Preisträgerin und Fernsehjournalistin mit jahrzehntelanger Erfahrung.



Nora Circosta (40) ist seit August 2015 bei Change.org und seit 2017 für den Bereich Fundraising verantwortlich. Sie begeistert Menschen dafür, positive Veränderungen zu ermöglichen und die Kampagnenarbeit zu unterstützen.

Sophia Marofke (24) wirkt seit dem 9. Oktober 2017 als Werkstudentin im Fundraising- und Kampagnenteam mit. Sie betreut die Förder*innen und Spender*innen des Vereins, sowie die Nutzer*innengemeinschaft der Plattform.



Mattea Eschenmann (26) ist seit April 2017 als Werkstudentin im Fundraising- und Kampagnenteam dabei. Sie betreut die Spender*innen und Förder*innen des Vereins und übersetzt Inhalte der Plattform ins Deutsche oder Englische.



Neu dabei seit 2018

Auch wenn dieser Jahres- und Wirkungsbericht sich auf das Jahr 2017 bezieht, möchten wir hier gerne auch die neuen Mitglieder im Change.org-Deutschland-Team erwähnen:



Thomas Manoila (29) ist seit 30. Januar 2018 Content Creator bei Change.org. Er filmt, schneidet und gestaltet Inhalte für Petitionen und die Social-Media-Plattformen von Change.org.

Silvia Rodríguez-Berzosa Gómez-Landero (29) ist seit dem 11. Januar 2018 Content Creatorin bei Change.org. Sie filmt und schneidet Videos für die sozialen Netzwerke von Change.org.



Marisa Sann (26) ist seit Februar 2018 beim Change.org e.V. dabei und unterstützt das Fundraising-Team als Werkstudentin.

6.1 ALLGEMEINE ANGABEN ZUR ORGANISATION

Name	Change.org e.V.
Sitz der Organisation gemäß Satzung	Berlin
Gründung	21. September 2016
Rechtsform	Eingetragener, gemeinnütziger Verein
Kontakt	Change.org e.V. Haus der Bundespressekonferenz Schiffbauerdamm 40 10117 Berlin Telefon +49 (0)30 27579380 E-Mail: info@changeverein.org Website: www.changeverein.org
Link zu Satzung	www.changeverein.org/satzung
Registereintrag	Registergericht: Amtsgericht Berlin-Charlottenburg Registernummer: VR 35314 B Datum der Eintragung: 21. September 2016
Gemeinnützigkeit	Der Verein ist seit seiner Gründung ohne Unterbrechung im Sinne der §§ 51 ff. AO vom Finanzamt Berlin als gemeinnützig anerkannt. Gemeinnütziger Zweck: Förderung des demokratischen Staatswesens Der letzte Feststellungsbescheid ist datiert auf den 26.10.2016.
Anzahl Mitarbeiter*innen (Vollzeitstellen)	8 (6) davon hauptamtlich: 7 davon Honorarkräfte: 1
Spendenkonto	Change.org e.V. IBAN: DE75 4306 0967 1195 8791 00 BIC: GENODEM1GLS GLS Bank

6.2 GOVERNANCE

Leitungs- und ggf. 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 neunköpfige Mitgliederversammlung des Change.org e.V.

Ordentliche Mitglieder des Change.org e.V.

Nora Circosta	Daniel Schily
Jeannette Gusko	Dorothee Vogt
Gregor Hackmack	Nicole Weyde
Paula Peters	Florian Wöhr
Lydia Ranke	

Internes Kontrollsystem

Das Controlling wird monatlich von unserem externen Mitarbeiter Fabian Hanneforth anhand betriebswirtschaftlicher Auswertungen durchgeführt. Im Umgang mit Rechnungen arbeiten wir nach dem Vieraugenprinzip: 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 darüberhinaus in keiner Weise mit Change.org PBC rechtlich verbunden.

6.3 UMWELT- UND SOZIALPROFIL

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

Zum Umweltschutz wird wie folgt beigetragen:

- Regenerative Energiequellen: Wir beziehen Ökostrom über den Stromanbieter Mainova: diese Option ist nahezu CO2-frei und zu 100 Prozent aus regenerativen Energiequellen.
- Nachhaltiges Banking: Unser Geschäftskonto ist bei der öko-sozialen und genossenschaftlich organisierten GLS Bank.
- Umweltfreundliches Webhosting von changeverein.org beim Anbieter manitu: Das gesamte Rechenzentrum wird zu 100% mit echtem, zertifiziertem Ökostrom aus regenerativen Energiequellen betrieben.
- Öffentliche Verkehrsmittel: Wir finanzieren unseren Mitarbeiter*innen die Monats-/Jahreskarten für die öffentlichen Verkehrsmittel.
- Bäume schützen: Wir verwenden für unsere Ausdrucke ausschließlich Recyclingpapier. Wir arbeiten größtenteils digital und versuchen Ausdrucke zu vermeiden, wann immer es geht.



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 (mindestens einmal pro Quartal) und auch ein entsprechendes Budget von rund 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. 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.

Klare Abgrenzung von Daten der Spender*innen und Kampagnenstarter*innen

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 Spender*innen-Daten) 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 Datenschutzexperten zusammen, um sicherzustellen, dass Change.org allen deutschen Datenschutzanforderungen vollumfänglich entspricht.

Digitale Vernetzung von Nutzer*innen und Kampagnenstarter*innen

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 www.change.org/policies/privacy zugestimmt werden.

Die Daten werden vom internationalen Sozialunternehmen Change.org in San Francisco erhoben und umfassen im Wesentlichen 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

Um Spenden annehmen und verwalten zu können, benötigen wir als Change.org e.V. Bankdaten und Adressen. Diese Daten werden vom Change.org e.V. selbstverständlich nicht an Dritte weitergegeben und ausschließlich auf Servern in Deutschland gespeichert. Die eingenommenen Spenden dürfen nur für Deutschland eingesetzt werden. Die gesamten Datenschutzbestimmungen des gemeinnützigen Change.org e.V. können hier nachgelesen werden: www.changeverein.org/datenschutz



www.changeverein.org/datenschutz

7.1 BUCHFÜHRUNG UND RECHNUNGSLEGUNG

Change.org e.V. erstellt eine Einnahmen-Überschuss-Rechnung. Hierbei entspricht das Geschäftsjahr dem Kalenderjahr. Die Buchführung des Change.org e.V. wird von der Steuerberaterin Susann Tulke durchgeführt. Für das Controlling ist Fabian Hanneforth verantwortlich.

Nachfolgend finden Sie die Einnahmen-Überschuss-Rechnung des Change.org e.V. für das Jahr 2017. Da das Gründungsjahr 2016 ein Rumpfsjahr war (ca. 3 Monate), werden Vorjahresvergleiche an dieser Stelle nicht aufgeführt.

7.2 EINNAHMEN UND AUSGABEN FÜR 2017

2017	Einnahmen (€)	2017	Ausgaben (€)
Einzelspenden	148.504	Personal	194.041
Förderbeiträge	401.285	Miete	17.612
		Reisekosten	10.640
		Fundraising	28.385
		Kampagnen (ohne Personal)	28.571
		Bürokosten	33.495
		Lizenzgebühr Change.org- Plattform	31.448
		Rücklagen	205.597
Summe	549.789	Summe	549.789

7.3 FINANZIELLE SITUATION UND PLANUNG

Change.org e.V. finanziert sich ausschließlich aus Spenden und Förderbeiträgen, wobei die regelmäßigen Spenderinnen und Spender einen Anteil von 73% an den Gesamteinnahmen ausmachen. Hauptposten bei den Ausgaben ist das Personal mit 56% an den Gesamtausgaben.

Für die Miete, einen Teil der Bürokosten und die Lizenzgebühr waren Rechnungen für die Monate November und Dezember zum Jahresende in Höhe von 36.573 Euro ausstehend. Diese wurden 2018 bereits aus den Rücklagen beglichen. Die Rücklagen dienen außerdem dazu, das Team 2018 weiter auszubauen, um Kampagnen bestmöglich zu betreuen. Da die Rücklagen allein dafür nicht ausreichen werden, ist geplant, die Zahl der Fördermitglieder 2018 zu verdoppeln von 5.336 Ende 2017 auf 10.000 Ende 2018.

DANKE AN UNSERE UNTERSTÜTZER*INNEN

Wir danken allen Förder*innen und Spender*innen des Change.org e.V., die es ermöglicht haben, dass 2017 viele Kampagnen erfolgreich sein konnten. Danke, dass Sie die Bürgerbeteiligung maßgeblich unterstützen und sich für wichtige Anliegen einsetzen.

Wenn Sie die Change.org-Plattform als wichtiges Instrument der Beteiligung sehen und wollen, dass sie jeder und jedem kosten- und werbefrei zur Verfügung steht, werden Sie heute Förder*in! Ihre Förderung ermöglicht uns eine langfristige Unabhängigkeit und erhöht die Wirkung vieler Kampagnen. Nur dank Ihnen können wir Kampagnen auch über Jahre betreuen.



“

Für mich ist Change.org eine Möglichkeit uns Menschen Mut zu machen, damit wir uns einsetzen.

Inge Molitor

eine der über 5.000 Förder*innen
des Change.org e.V.

“

Ich gehöre bereits zu den Förderern und bin Mitglied in einem halben Dutzend weiterer Organisationen für Tier- und Umweltschutz, was meine finanziellen Möglichkeiten als Rentner erschöpft. Aber ich möchte mich ausdrücklich bei Ihnen und Ihren Kollegen bedanken, dass Sie sich hier engagieren!

Wolfgang Meyer

einer der über 5.000 Förder*innen
des Change.org e.V.

Change.org e.V.
Haus der Bundespressekonferenz
Schiffbauerdamm 40 | 10117 Berlin
www.changeverein.org/spenden

change.org

Menschen engagieren sich für die Welt,
in der sie leben wollen.

Fördervereinbarung

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

Mit einer **monatlichen***
Spende in Höhe von

- 5 €
 10 €
 25 €
 50 €
 ___ €

Mit einer **einmaligen**
Spende in Höhe von

- 5 €
 10 €
 25 €
 50 €
 ___ €

*Gewünschte Abbuchung:

- monatlich vierteljährlich halbjährlich jährlich

Ihre Kontaktdaten

Frau Herr Firma

Titel | Vorname | Nachname

Straße | Hausnummer

PLZ | Stadt

E-Mail

Telefonnummer

Zahlungsweise

SEPA Lastschriftmandat

Jederzeit widerrufbar, erspart Verwaltungskosten.
Gläubiger ID: DE87ZZZ00001947909
Die Mandatsreferenz folgt separat.

Die Spende überweise ich direkt an:

Change.org e.V.
GLS Gemeinschaftsbank Bochum
IBAN: DE75 4306 0967 1195 8791 00
BIC: GENODEM1GLS

Kontoinhaber*in

Konto-Nr. oder IBAN

BLZ oder BIC

Ort, Datum

Unterschrift

- Change.org e.V. ist ein eingetragener Verein mit Sitz in Berlin.
- Spenden kommen dem gemeinnützigen Change.org e.V. zugute und sind steuerlich absetzbar.
- Die Spendenquittung senden wir Ihnen im Februar des Folgejahres zu.

IMPRESSUM

Herausgeber

Change.org e.V.

Haus der Bundespressekonferenz

Schiffbauerdamm 40

10117 Berlin

Telefon: +49 (0) 30 275 793 80

E-Mail: info@changeverein.org

Website: www.changeverein.org

Spendenkonto

Change.org e.V.

IBAN: DE75 4306 0967 1195 8791 00

BIC: GENODEM1GLS

GLS Bank

Redaktion

Gregor Hackmack | Change.org e.V.

Nora Circosta | Change.org e.V.

Stephanie Keilholz | Das Gute Ruft

Gestaltung

Das Gute Ruft | Marketing & Kommunikation für Changemaker

Bildnachweise

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

change.org verein

www.changeverein.org