



Haus des Stiftens
Engagiert für Engagierte

Programmbericht 2014: Informationsservice

Bericht zum 31.12.2014 auf Basis des Social Reporting Standard



Inhaltsverzeichnis

1. Vision und Ansatz	2
2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz.....	2
Das gesellschaftliche Problem	
Bisherige Lösungsansätze	
Unser Lösungsansatz	
3. Ressourcen, Leistungen und Wirkungen.....	4
Eingesetzte Ressourcen (Input)	
Erbrachte Leistungen (Output)	
Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)	
4. Ausblick.....	5

1. Vision und Ansatz

Mit dem Wunsch, dass sich immer mehr Menschen dauerhaft für die Lösung gesellschaftlicher Aufgaben engagieren, setzt sich die Haus des Stiftens gGmbH mit dem Programm „gemeinsam mit der Stiftung Stifter für Stifter, der Brochier Stiftung und anderen Partnern für eine Kultur des Engagements in Deutschland ein. Unsere Vision ist eine lebendige Zivilgesellschaft, in der sich viele für eine gerechtere und nachhaltige Welt einsetzen.

2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz

Das gesellschaftliche Problem

Die Lösung gesellschaftlicher Aufgaben wird immer dringender. Der Staat wird diese Aufgaben alleine nicht bewältigen können. Gleichzeitig ist das finanzielle Potential bei Privatpersonen und Unternehmen in den letzten Jahren deutlich gewachsen. Untersuchungen wie z.B. die Studie „Vermögen in Deutschland“ (2011) zeigen, dass dieses finanzielle Potenzial jedoch noch deutlich stärker genutzt werden könnte. Eine Herausforderung dabei besteht darin, Privatpersonen und Unternehmen an die Möglichkeiten und die Vorteile des Engagements heranzuführen. Häufig stellt die Inanspruchnahme einer professionellen Beratung eine Hürde dar, die den Einstieg in das Engagement erschwert.

Bisherige Lösungsansätze

Es gibt verschiedene Informationsangebote zu den Themen Stiften und Spenden, unter anderem von Vermögensverwaltern, Verbänden (wie z.B. Bundesverband Deutscher Stiftungen), staatlichen Stellen und gemeinnützigen Organisationen. Für staatliche Stellen ist es häufig schwierig den Zugang zu potentiellen Engagierten zu finden, Vermögensverwalter haben umgekehrt nur wenig Zugang zu gemeinnützigen Projekten. Gegenüber gemeinnützigen Organisationen wiederum, die Förderer für ihre eigenen Projekte suchen, sind potentiell Engagierte im ersten Schritt häufig zurückhaltend, weil sie befürchten, eine Erwartungshaltung zu wecken.

Unser Lösungsansatz

Wir bieten Engagierten und solchen, die es werden wollen, kostenlose Informationen für ihr Engagement an. Wesentlich für dieses Angebot sind drei Aspekte: Es erfolgt **ohne Akquiseinteressen** für eigene Projekte und ist daher für potentiell Engagierte neutral und „niederschwellig“ ist. Ein zweiter Aspekt, der insbesondere durch die Zusammenarbeit mit Stifter für Stifter verwirklicht wird, besteht in der Beratung aus der Sicht der Engagierten selbst im Sinne eines „**peer to peer**“ Ansatzes. Ein dritter Aspekt ist, dass sich die Informationen nicht auf den Wissenstransfer zu abstrakten rechtlichen oder gemeinnützigen Themen beschränkt, sondern dass auch die **konkrete Praxis-Erfahrung** engagierter Menschen an andere weitergeben wird. Mit diesen drei Merkmalen kommen wir der Interessenlage potentiell Engagierter entgegen, wie sie uns in Gesprächen und Anfragen dargestellt wird. Die Informationen für Engagierte verwirklichen wir über

- Informationsbroschüren
- Veranstaltungen (insbesondere mit Stifter für Stifter)
- Newsletter und Öffentlichkeitsarbeit
- Kostenlose individuelle Erstgespräche mit Interessenten

Darstellung der Wirkungslogik

Zielgruppen	Leistung	Erwartete Wirkung
1. Interessierte	Für Zielgruppen 1 und 2: Informationsbroschüren Orientierungsgespräche	1. Abbau von Schwellen, Sicherheit, Kontakt mit Engagierten → Start in ein eigenes Engagement
2. Bereits Engagierte	Veranstaltungen Newsletter	2. Kontakt und Anregung mit anderen Engagierten, Erfahrungstransfer → Ausweitung und Effektivierung des Engagements, Eintreten für Engagement

3. Ressourcen (Input), Leistungen (Output) und Wirkungen (Outcome)

Eingesetzte Ressourcen (Input)

Für die Erbringung der Leistungen wurden insgesamt 693 Arbeitsstunden aufgewendet, die sich wie folgt verteilen:

- Informationsbroschüren – Aktualisierung und Neuauflage: 53,67 h
- Veranstaltungen (insbesondere mit Stifter für Stifter): 186,50 h
- Newsletter und Öffentlichkeitsarbeit: 330,92 h
- Individuelle Informationsgespräche für Interessenten: 121,92

Erbrachte Leistungen (Output)

Mit den eingebrachten Mitteln wurden die folgenden Leistungen erbracht:

Veranstaltungen

Die Veranstaltungen bieten Stiftern wie Interessenten Gelegenheit zu Kontakten und persönlichem Gespräch. Mit dem Beispiel erfolgreicher Engagierter wollen wir Menschen für gesellschaftliche Aufgaben und Stiftungszwecke begeistern.

Titel	Datum	Ort	Teilnehmer (sofern erfasst)
Stiftergenerationen im Gespräch, Stifterabend	12.03.2014	Düsseldorf	60
Stifterreise Kinderarmut	12. -14.03.14	Nürnberg	14
Vertrauenssache Stiften, Stifterabend	20.05.2014	Hamburg	45
Stand auf dem Deutschen Stiftungstag	21.05.2014	Hamburg	1600
Stiftungsveranstaltung Österreich	01.10.2014	Wien	150

Informationsbroschüren

In drei Broschüren werden Fragen von Interessierten, die besonders häufig an uns gestellt werden, auf allgemein verständliche Weise erörtert. Herausgeber der Broschüren ist die Stiftung Stifter für Stifter mit Unterstützung des Haus des Stiftens.

Titel	Zugang
Grundwissen Stiften	Kostenloser Download oder kostenlose Bestellung als Printversion
Steuerliche Aspekte beim Stiften und Spenden	
Mit dem Erbe Gutes tun	

Newsletter und Öffentlichkeitsarbeit

Im Jahr 2014 wurden sechs Ausgaben des Newsletter erstellt. Inhalt des Newsletters waren fachliche Themen (u.a. Aufwandsspende, Verbrauchsstiftung, erhöhte Nachweispflicht, Auslandsprojekte, Kooperationen, Vorstandsnachfolge), Stiftungsportraits und Projektbeispiele, Interviews mit Experten und Stiftern, Veranstaltungshinweise und –berichte.

Erstinformationen

In den individuellen Gesprächen wurden Interessierte insbesondere zu den folgenden Fragen beraten: Findung von Themen und Partnern; Mögliche Rechtsformen für Engagement und praktische Kriterien bei der Auswahl; Gremienbesetzung und Nachfolgefragen; Anforderungen an die Gemeinnützigkeit und Kontakt mit Behörden; Anforderung an Spendenaktionen für eigene Projekte.

Erreichte Wirkungen (Outcome)

Naturgemäß besteht von der Information für Interessierte und Engagierte bis zur konkreten Stärkung des Engagements für einzelne gesellschaftliche Herausforderungen eine sehr lange Wirkungskette, die im Einzelnen nicht dokumentiert werden kann.

Die Informationsbroschüren wurden mehr als 1.000 mal verschickt und aus dem Internet geladen.

Mit dem Newsletter wurden pro Ausgabe 1500 Abonnenten erreicht

Mit den individuellen Erstinformationen (Durchschnitt 60 Minuten) wurden ca. 120 Personen erreicht.

Zu den Veranstaltungen gab es unter anderem die folgenden qualitativen Rückmeldungen:

„Der Stifterabend hat mir sehr gefallen. Ich war beeindruckt von dem hohen Engagement so unterschiedlicher Menschen und würde mich freuen, wenn der eine oder andere Kontakt zu einem gemeinsamen fruchtbaren Ergebnis kommen würde.“ Sabine Tursch, Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen

„Vielen Dank nochmals für Ihre Einladung zum gestrigen Abend. Ich fand die Gesprächsrunde insbesondere in Bezug auf die Informationen von Herrn Rübsaamen zur Projektarbeit seiner Organisation sehr spannend und aufschlussreich.“ Martin Barth, Vorstand Hedwig und Robert Samuel-Stiftung

„Danke für den Bericht zur Veranstaltung, es ist eine Freude, alles noch einmal zu rekapitulieren. Ihnen und Ihren engagierten Stifterkollegen wünsche ich weiterhin viel Erfolg bei Ihrer wertvollen Arbeit!“ Christiane Eichner, Referentin Stiftungen und Förderer, Alzheimer Forschung Initiative e.V.

4. AUSBLICK

Die unabhängigen und praxisnahen Informationen für Engagierte wurde auch im Jahr 2015 fortgesetzt. Zunehmend sollen auch kostengünstige und effektive Formen wie Webinare eingesetzt werden.