



Haus des Stiftens
Engagiert für Engagierte

Programmbericht 2014

Plan B

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

Die Vision des Haus des Stiftens ist eine Welt, in der sich vermögende Privatpersonen und erfolgreichen Unternehmen effektiv für die Lösung gesellschaftlicher Aufgaben engagieren. Effektiv können gesellschaftliche Aufgaben insbesondere dann gelöst werden, wenn sich vermögende Privatpersonen, erfolgreiche Unternehmen, Stiftungen und Fördervereine partnerschaftlich mit Non-Profit Organisationen engagieren. Das gesellschaftliche Potenzial solcher Engagement-Partnerschaften wird in Deutschland bisher aber nur zu einem geringen Teil genutzt.

Mit der PLAN B - Schriftenreihe wollen wir konkrete Anregungen dafür geben, wie das Potenzial von Engagement-Partnerschaften besser entwickelt und realisiert werden kann. In der Schriftenreihe stellen wir kostenfrei Erfahrungen und Ansätze zur Verfügung, die sowohl von staatlichen Institutionen der Engagement-Förderung, als auch von gemeinnützigen Organisationen, von Unternehmen und von privaten Stiftern und Förderern genutzt werden können.

2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz

Das gesellschaftliche Problem

Die Notwendigkeit, private Mittel für die Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen zu mobilisieren, steigt. Die Gesamtsumme klassischer Spenden unter 1.000 € wächst

jedoch trotz vermehrter Spendenwerbung schon seit Jahren nicht deutlich an - obwohl die Anzahl der spendensammelnden Organisationen sowie die Professionalität, mit der diese Organisationen versuchen, mehr Spender zu gewinnen, zunimmt. Das heißt: Im Wesentlichen werden die Anteile des vorhandenen Spendenaufkommens neu verteilt, aber die Summe wird insgesamt nicht nachhaltig vergrößert.

Bisherige Lösungsansätze

Ein Grund für diese Stagnation liegt unseres Erachtens in der gegenwärtigen Ausrichtung des Fundraising in Deutschland. Das Fundraising geht von der Organisationsperspektive aus und wird als *Mittelbeschaffung* verstanden: Es soll dazu beitragen, dass die Organisationen ihre gesellschaftlichen Aufgaben erfüllen können. Aus unserer Sicht kann das Verständnis von Fundraising als „Mittelbeschaffung für Organisationen“ den Blick auf die Perspektive der Geber verstellen.

Unser Lösungsansatz

Hier setzen unsere Überlegungen an. Eine deutliche Ausweitung des gesellschaftlichen Engagements - so unsere These - wird nur gelingen, wenn gemeinnützige Organisationen das klassische Fundraising durch einen Ansatz erweitern, der nicht nur ihre eigene Organisation zum Ausgangspunkt nimmt, sondern auch die Sicht der Geber. Erst ein in solcher Perspektivwechsel ermöglicht die systematische Entwicklung vertrauensvoller und nachhaltiger Beziehungen zwischen gemeinnützigen Organisation und vermögenden Privatpersonen, erfolgreichen Unternehmen, Stiftungen und Fördervereinen um gesellschaftliche Aufgaben gemeinsam zu lösen. Diesen Prozess bezeichnen wir als den Aufbau von „Engagement-Partnerschaften“. Im PLAN B für Non-Profits beschreiben wir konkret, wie gemeinnützige Organisationen (NPOs) erfolgreich Engagement-Partnerschaften aufbauen können und welche Veränderungen sie dafür bei sich vornehmen müssen.

Um den Ansatz des Plan B bekannt zu machen und im dritten Sektor zu verankern, setzen wir an mehreren Stellen an:

- Entwicklung und Veröffentlichung des Konzeptes in der Schriftenreihe
- Präsentationen und Vorträge auf Veranstaltungen, Webinare, eigene Veranstaltungen
- Zusammenarbeit mit der deutschen Fundraisingakademie (Integration des Konzeptes in Ausbildungsgänge, Handbuch, Beiträge Newsletter)
- Orientierungsgespräche mit einzelnen Organisationen

Darstellung der Wirkungslogik

Zielgruppen	Leistung	Erwartete Wirkung
1. Leitungsverantwortliche in NPOs (direkte Zielgruppe)	Konzept zur Verfügung stellen Orientierungsgespräche	Überprüfung der eigenen Praxis Verbesserte Geberorientierung
2. Multiplikatoren (Experten, Verbände, Medien)	Information über das Konzept	Verbreitung
3. Stifter, Förderer, Erblasser (indirekte Zielgruppe)	Bessere Betreuung durch NPOs	Höhere Zufriedenheit Ausweitung des Engagements

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

Eingesetzte Ressourcen (Input)

In den Plan B für Non-Profits haben wir unsere zwanzigjährige Erfahrung aus der Zusammenarbeit mit Stiftern und Unternehmen sowie aus der Begleitung von NPOs bei deren Fundraising-Aktivitäten eingebracht. Diese Erfahrungen wurden im Jahr 2014 ergänzt durch zahlreiche Gespräche mit Experten sowie eine Studienreise zu NPOs in den USA, für die der Aufbau von Engagement-Partnerschaften inzwischen die Basis ihrer Organisationsentwicklung ist. Insgesamt wurden im Jahr 2014 dafür 556 Stunden aufgewendet.

Erbrachte Leistungen (Output)

Die inhaltliche Erarbeitung und Formulierung des Plan B für Non-Profits erfolgte im Jahr 2014. Layout, Druck, Veröffentlichung und Bereitstellung zum Download wurden im März 2015 umgesetzt.

Erreichte Wirkungen (Outcome)

Naturgemäß ist eine quantifizierbare Wirkung bei einer Veröffentlichung nur schwer nachweisbar. In den Folge Jahren wurde der Plan B mehr als 1.000 mal kostenlos verschickt und mehr als 2.200 mal als Download abgerufen:

Qualitativ wurde der Ansatz des Plan B vielfach positiv aufgenommen. Dies drückt sich aus in Rückmeldungen wie z.B:

„Ich bin beeindruckt von der Tiefe mit der Sie dieses Thema bearbeitet und konkretisiert haben. Das Thema scheint Zukunftspotential zu haben. Respekt!“

„Ich habe ich mir den Plan B für Non-Profits ausgedruckt und arbeite seither täglich damit“.

„Der Plan B ist das erste systematische Konzept, wie man auch stifterisches Engagement strategisch ausbauen kann“. (Leitender Mitarbeiter des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen)

4. AUSBLICK

Den Plan B für Non-Profits haben wir im Jahr 2015 auf unserer Webseite kostenfrei zur Verfügung gestellt. Eine Darstellung der begleitenden Aktivitäten (Vorträge, Webinare, Veranstaltungen) findet sich im Tätigkeitsbericht 2015. Im Jahr 2016 wurde die Schriftenreihe durch eine weitere Veröffentlichung ergänzt. Eine Besprechung der Schriftenreihe in der Fachzeitschrift Stiftung& Sponsoring ist ebenfalls für 2016 angekündigt.