KOMPASS 2010
Der Kommunikationspreis des
Bundesverbandes Deutscher Stiftungen

5 Jahre KOMPASS

Stiftungskommunikation? Ausgezeichnet!

Bundesverband
Deutscher Stiftungen

Inhaltsverzeichnis

Einführung 1

Warum ist gute Stiftungskommunikation wichtig? 2

Die Jury 4

Warum lohnt sich die Bewerbung? 6

Die Nominierten der Kategorie Einzelne
Kommunikationsmaßnahme 7

Der Gewinner des Sonderpreises 11

Die Nominierten der Kategorie Projektkommunikation 13

Die Nominierten der Kategorie Gesamtauftritt 17

Nach der Preisverleihung 20

Die Förderer 21

Willkommen zur 5. Verleihung des KOMPASS!

Zum fünften Mal zeichnet der Bundesverband Deutscher Stiftungen dieses Jahr Stiftungen mit dem Kommunikationspreis ***KOMPASS*** aus. Die fast 400 Einreichungen von gemeinnützigen Stiftungen, die uns seit der ersten Ausschreibung im Jahr 2006 erreicht haben, spiegeln die große Bandbreite des Stiftungswesens wider: Ob kirchliche Stiftung, unternehmensnahe Stiftung oder Bürgerstiftung, ob Wildtiere, Ehrenamtmessen oder Blindenfußball – eine zielgerichtete Kommunikation trägt maßgeblich zum Erfolg der Stiftungsarbeit bei.

60 Bewerbungen erreichten uns in diesem Jahr. Neun Stiftungen wurden von einer unabhängigen Jury von Journalisten und Medienwissenschaftlern, Persönlichkeiten aus dem Stiftungswesen und der Unternehmenskommunikation ausgewählt. In diesem Heft stellen wir Ihnen die acht Nominierten und den Gewinner des Sonderpreises vor. Ihnen ist es in besonderer Weise gelungen, das Anliegen der Stiftung an ihre Zielgruppen zu kommunizieren. Der ***KOMPASS*** soll diese herausragenden Leistungen würdigen und dazu beitragen, gute Ideen und schlüssige Strategien weiter zu verbreiten.

Vier Stiftungen tragen heute Abend die Glasstele mit dem eingelassenen Kompass nach Hause. Die Gewinner des ***KOMPASS2010*** können Sie mithilfe der beiliegenden Aufkleber im Laufe der Preisverleihung im Heft kennzeichnen. Als Preis winkt ein Advertorial in den Stiftungssonderseiten der Wochenzeitung DIE ZEIT. Und natürlich Ruhm und Ehre, wie Sie auf Seite 20 lesen können.

Viel Freude an der Preisverleihung!

Berlin, 11. November 2010

Die Preisverleihung findet in Kooperation mit dem Museum für Kommunikation statt.

Museum für Kommunikation Berlin

Warum ist gute Stiftungskommunikation wichtig?

Wer sollte das besser wissen, als die KOMPASS-Gewinner der letzten fünf Jahre? Wir haben nachgefragt:

„Die Amadeu Antonio Stiftung unterstützt vor allem kleine Initiativen, die sich lokal engagieren und etwas in ihrer Region verändern möchten. Unsere Stiftungskommunikation strahlt auch auf unsere Partner aus. Vor allem mit der Website können wir gute lokale Initiativen bekannter und auch wirkmächtiger machen."
Amadeu Antonio Stiftung | Sonderpreis „Beste Internetseite" 2007

„Für uns ist gute Kommunikation wichtig, weil wir als Bürgerstiftung darauf ausgerichtet sind, den Kreis unserer Stifter, Spender und Aktiven kontinuierlich auszubauen. Dazu ist Kommunikation der Schlüssel."
BürgerStiftung Region Ahrensburg | ***KOMPASS***2008 in der Kategorie Projektkommunikation

„Gute Kommunikation ist wichtig für unsere Stiftung, weil sie entscheidend dazu beiträgt, unsere Ziele zu erreichen: jungen Menschen in Entwicklungsländern zu helfen, sich selbst aus ihrer Armut zu befreien. Mit unserer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit geben wir den Menschen in den ärmsten Ländern der Welt eine Stimme, damit ihre Bedürfnisse auch in Europa wahrgenommen werden."
Deutsche Stiftung Weltbevölkerung | ***KOMPASS***2008 in der Kategorie Einzelne Kommunikationsmaßnahme

„Als Stiftungsverwaltung, Förderwerk und Dach für Stiftungsneugründungen hat der Kölner Gymnasial- und Stiftungsfonds sehr verschiedene Zielgruppen bei seiner Kommunikation zu berücksichtigen. Wir setzen daher auf eine klare und präzise Kommunikation, um die eigene Identität darzustellen und visuell zu veranschaulichen."
Kölner Gymnasial- und Stiftungsfonds | ***KOMPASS***2008 in der Kategorie Gesamtauftritt

„Nicht zuletzt dient eine gute Kommunikation auch der Klarheit und Motivation nach innen gegenüber den eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wie auch der Information und dem Austausch mit den wichtigsten Zielgruppen und Medien.“
Stiftung Liebenau | Sonderpreis „Bester Jahresbericht“ 2008

„Kommunikation ist nicht nur gut für uns, die Felix Burda Stiftung sieht Kommunikation als das wichtigste Mittel, den eigenen Stiftungszweck zu erfüllen. In Gedenken an Felix Burda ist es unsere Aufgabe, Menschen vor dem Schicksal einer Darmkrebserkrankung zu bewahren – wir klären die Bevölkerung auf, informieren und motivieren zur Darmkrebsvorsorge und -früherkennung.“
Felix Burda Stiftung | ***KOMPASS***^{2007} in der Kategorie Gesamtauftritt

„Gute Kommunikation ist wichtig, um nicht im Strudel der Informationen und Nachrichten unserer Mediengesellschaft zu versinken. Eine klare Kommunikation bewirkt, dass zielgerichtete Anfragen und qualitätsreiche Anträge zu uns zurückkommen. Wer paddelt, geht nicht unter.“
Stiftung Kulturregion Hannover | Sonderpreis „Beste Internetseite“ 2009

„Wenn wir Interesse an unserer Arbeit wecken und damit Unterstützung für die Erreichung unserer Ziele erlangen wollen, müssen wir unser Anliegen möglichst kompetent und gut verständlich denjenigen präsentieren, die wir zum Mitmachen gewinnen wollen. Dabei dürfen wir nicht nur rational argumentieren, sondern müssen auch die Emotionen unserer Zielgruppe ansprechen.“
Stiftung ZEIT FÜR MENSCHEN | ***KOMPASS***^{2009} in der Kategorie Gesamtauftritt

Nachgefragt

Dr. Heike Kahl, Vorstandsmitglied des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, Mitglied der ***KOMPASS***-Jury und Geschäftsführerin, Deutsche Kinder- und Jugendstiftung

Ist gute Stiftungskommunikation für jede Stiftung wichtig?

Mit schlechter Kommunikation kann man sogar viel gute Stiftungsarbeit kaputt machen! Im Gegenzug kann jede Stiftung mehr bewirken, wenn sie in ihrer Arbeit professionell kommuniziert, d.h. transparent, verständlich und glaubwürdig informiert und dabei nicht einseitig sendet, sondern den Dialog mit ihren Zielgruppen sucht.

Warum verleiht der Bundesverband Deutscher Stiftungen einen Kommunikationspreis für Stiftungen?

Wir wollen mit dem ***KOMPASS*** gute Kommunikationsarbeit von Stiftungen würdigen, auch kleineren Stiftungen Mut machen, sich auf diesem Gebiet zu professionalisieren und mit guten Beispielen zum Nachahmen anregen.

Worauf müssen Stiftungen achten, wenn sie stärker von der Öffentlichkeit wahrgenommen werden wollen?

Die Arbeit der Stiftungen ist meist von einer hohen Fachlichkeit geprägt. Eine große Herausforderung ist es, diese Fachlichkeit herunterzubrechen, in Geschichten, die die Menschen und Medien interessieren, verstehen und berühren. Und sich auf einen Aspekt zu konzentrieren, der gerade aktuell diskutiert wird und sich hier als Experte zu positionieren.

Können sich kleine Stiftungen Transparenz leisten?

Sie müssen transparent sein! Transparenz sollte die Grundlage jeder Stiftungsaktivität sein. Eine einfache Übersicht der Ziele, der Satzung, der Struktur und der Mittelherkunft- und Verwendung im Internet erfüllt die wichtigsten Kriterien der Initiative „Transparente Zivilgesellschaft“ und ist keine Frage der Stiftungsgröße.

Die Jury

Dr. Rainer Esser, Geschäftsführer, Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG | ***Dr. Thomas Gauly***, Partner und Vorstand, CNC Communications & Network Consulting AG | **Dr. Cordula Haase-Theobald**, Geschäftsführerin, Oppenheim Vermögenstreuhand GmbH | **Prof. Manfred Harnischfeger**, Freier Publizist und Kommunikationsberater; Beauftragter der Stiftung Beethoven Festspielhaus Bonn der Deutsche Post DHL | **Dipl.-Volkswirt Volkmar Heun**, Wirtschaftsprüfer / Steuerberater, Gesellschafter und Geschäftsführer der DHPG Dr. Harzem & Partner KG; Geschäftsführer, NEXIA Deutschland GmbH | **Dr. Heike Kahl**, Mitglied des Vorstands, Bundesverband Deutscher Stiftungen; Geschäftsführerin,

Andrea Seibel, Mitglied der ***KOMPASS***-Jury und Stellvertretende Chefredakteurin, DIE WELT

Sie sind bereits seit dem ersten Jahr Mitglied der KOMPASS-Jury. Welche Einreichungen haben Sie am stärksten beeindruckt und warum?

In den fünf Jahren gab es fast 400 Einreichungen für den KOMPASS. Spannend fand ich die große Bandbreite des Stiftungswesens, die sich in den Bewerbungen zeigt. Beeindruckt hat mich, mit wie viel Engagement die Mitarbeiter und Ehrenamtlichen einer Stiftung sich für die Stiftungsziele einsetzen und welche Kreativität dadurch freigesetzt wird. Vom Theaterstück „Alarm im Darm“ der LebensBlicke – Stiftung Früherkennung Darmkrebs über den Bürgerbrunch der Braunschweiger Bürgerstiftung bis zur Markenkampagne „Leistung. Fairplay. Miteinander.“ Der Stiftung Deutsche Sporthilfe.

Warum ist professionelle Kommunikation so bedeutsam?

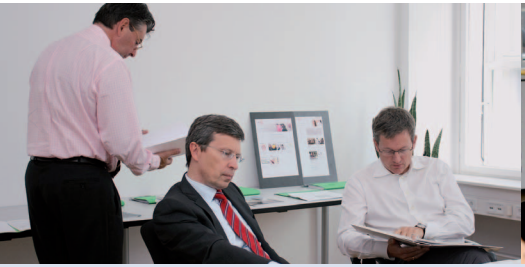
Das wichtigste Gut von Stiftungen ist Vertrauen. Und dieses Vertrauen gilt es, wie ein zartes Pflänzchen zu hegen und zu pflegen. Gute und transparente Kommunikation einer jeden Stiftung nützt dem Ansehen von Stiftungen insgesamt. Jede einzelne der über 17.000 Stiftungen kann durch ihr Wirken mithelfen, das Stiften weiter zu popularisieren.

Wann ist die Arbeit einer Stiftung interessant für die Presse?

Im Prinzip ist die Arbeit jeder Stiftung interessant für die Presse. Sie müssen nur immer die wesentliche Geschichte, die Story dahinter aus der alltäglichen Stiftungsarbeit herauskitzeln. Manchmal ist das Wirken einer Stiftung auch eine Nachricht, weil es dazu gerade eine aktuelle Debatte gibt, die es zu nutzen gilt. Überlegen Sie: Was möchte ich selbst gern lesen oder worüber schaue ich mir im Fernsehen eine Dokumentation an?

Wovon würden Sie Stiftungen im Umgang mit der Presse abraten?

Der beste Weg, Journalisten nachhaltig zu verschrecken, ist ein Massenmailing zum 76. Geburtstag des Stiftungsratsvorsitzenden an alle Mitglieder einer Redaktion. Für uns zählt der Neuigkeitswert, gute Bilder, Exklusivität und Schnelligkeit. Daher: Wählen Sie genau, welchen Redakteur welcher Zeitung Sie für welches Thema ansprechen. Versuchen Sie, sich so knapp und klar auszudrücken wie möglich. Denken Sie in Bildern, es darf auch ruhig menscheln.



Deutsche Kinder- und Jugendstiftung | **Dr. Lieselotte Kugler**, Kuratorin, Museumsstiftung Post und Telekommunikation | **Prof. Dr. Marcel Machill**, Professor für Journalistik, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Universität Leipzig | **Ulrich Nies**, Präsident, Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) | **Prof. Dr. Heribert Prantl**, Ressortleiter Innenpolitik, Süddeutsche Zeitung | **Prof. Manuela Rousseau**, Leiterin Corporate Social Responsibility, Beiersdorf AG | **Dietrich Schulze van Loon**, Geschäftsführender Partner, Molthan van Loon Communications Consultants GmbH | **Andrea Seibel**, Stellvertretende Chefredakteurin, DIE WELT | **Frank Thomsen**, Chefredakteur von stern.de, Gruner + Jahr AG & Co. KG

Warum lohnt sich die Bewerbung um den KOMPASS?

„Für unsere Wiederbewerbung 2010 sind wir an unser Gesamtprojekt ganz anders herangegangen. Wir hatten uns die ***KOMPASS***-Bewerbung gleich zu Beginn des Projekts vorgenommen. Das hat uns geholfen uns sehr strukturiert, stringent und konsequent aufzustellen. Wir haben für unsere gesamte Stiftungsarbeit enorm profitiert.“
Bürgerstiftung Braunschweig | ***KOMPASS***2006 in der Kategorie Einzelne Kommunikationsmaßnahme

„Schon die Bewerbung um den ***KOMPASS***-Preis veranlasst die Stiftung, über ihre Kommunikationsstrategie nachzudenken und sie zu verbessern.“
BürgerStiftung Region Ahrensburg | ***KOMPASS***2008 in der Kategorie Projektkommunikation

„Weil der Preis die hohe Qualität von Stiftungskommunikation öffentlich sichtbar macht. Zudem fördert der Preis den Austausch zwischen Stiftungen bezüglich kommunikativer Maßnahmen und bietet ihnen Best Practice Beispiele.“
Deutsche Stiftung Weltbevölkerung | ***KOMPASS***2008 in der Kategorie Einzelne Kommunikationsmaßnahme

Kommunikation – und hier insbesondere PR – ist für Stiftungen ein wichtiges Tool, das helfen kann, sich von den „Wettbewerbern“ abzugrenzen. Der ***KOMPASS*** liefert hierfür einen seriösen und ebenfalls medial sehr gut begleiteten Anlass.
Felix Burda Stiftung | ***KOMPASS***2007 in der Kategorie Gesamtauftritt

„Wir haben uns etwas schüchtern an die Bewerbung gewagt. Machen andere nicht viel interessantere Projekte, viel tollere Broschüren und Internetseiten? Aber nachdem wir Arbeitsproben und Projektergebnisse zusammengetragen hatten, einen Überblick bekamen über all das, was unsere Stiftung mit ihren Mitarbeitern leistet, war es ganz klar – dieses Päckchen wird gepackt – wir werden uns bewerben!“
Stiftung Kulturregion Hannover | Sonderpreis „Beste Internetseite“ 2009

„Weil man, wenn man zu den Nominierten oder gar zu den Gewinnern zählt, für die Strategie und Qualität der eigenen Arbeit eine wertvolle Bestätigung von externen Experten und Kommunikationsprofis erhält.“
Stiftung Liebenau | Sonderpreis „Bester Jahresbericht“ 2008

KOMPASS 2010
Die Nominierten der Kategorie Einzelne Kommunikationsmaßnahme

Die Gewinner der Vorjahre

2009 CaritasStiftung im Erzbistum Köln, „Aus unserer Mitte – Eine Ausstellung über Armut in unserer Nachbarschaft“
2008 Deutsche Stiftung Weltbevölkerung (Hannover), Multimedia-DVD „Weltbevölkerung kompakt“
2007 Deutsche Stiftung für Menschen mit Downsyndrom (Mutlangen), „Integrative Kinderkunstwoche 2006“
2006 Bürgerstiftung Braunschweig, „1. Braunschweiger Bürger-Brunch“

Bürgerstiftung Lebensraum Aachen

Plakataktion „20 Jahre Kinderrechte“

Anlässlich des Jubiläums „20 Jahre UN-Kinderrechtskonvention“ im Herbst 2009 initiierte die Bürgerstiftung Lebensraum Aachen eine Plakataktion, bei der 40 Kinder und Jugendliche aus Aachen auf ihre Rechte hinweisen. Auf lebensgroßen schwarz-weiß Plakaten präsentieren die jungen Protagonisten ihr eigenes Statement auf einem Schild: „Mein Recht ist – mitreden zu können!“ oder „Mein Recht ist – Spinat mit Ei und Kartoffeln zu essen!“. Ziel der Aktion war es, Kinder und Jugendliche selbst zu Wort kommen zu lassen und durch diese Verbindung mit realen Personen aus dem eigenen Stadtteil, beim Betrachter einen Denkprozess anzuregen. Für den Fall, dass Plakate mutwillig beschädigt werden, hatte die Stiftung vorab kleine „Dialogplakate“ zum Überkleben vorbereitet, z.B. mit dem Wortlaut „Mensch, Du missbrauchst Dein Recht auf Freiheit. Schade!“. Mit wenig Mitteln – die ehrenamtlich von Designerin Brigitte Erm erstellten großformatigen Fotografien wurden kostensparend auf Schwarzweiß-Kopierpapier gedruckt – wurde viel erreicht: In der lokalen Presse stieß die Aktion auf sehr gute Resonanz, wodurch sich die Bekanntheit der Bürgerstiftung in der Stadt erhöhte. Nicht zuletzt gingen die mitwirkenden Kinder und Jugendlichen mit gestärktem Bewusstsein für ihre Rechte aus der Plakataktion hervor. Die Jury hob vor allem die Authentizität der Bilder sowie die einfache und gleichwohl überzeugende Umsetzung bei geringem Budget hervor: „Die Plakataktion für Kinderrechte ist ein hervorragendes Beispiel dafür, auf welch kreative Weise Bürgerstiftungen mit wenig Mitteln aber viel Engagement etwas bewegen, das alle angeht.“

www.buergerstiftung-aachen.de

Stiftung einfach helfen der Diakonie Michaelshoven

Bürogolfturnier „Wir bleiben am Ball“

Mit mehr als 1.700 Mitarbeitern und 6.700 betreuten Menschen jährlich ist die Diakonie Michaelshoven e.V. der größte diakonische Träger im Raum Köln. Um seine Projekte finanziell zu unterstützen, hat der Verein 2008 die Stiftung einfach helfen errichtet. Doch wie führt man potenzielle Großspender und Gremienmitglieder am besten an eine soziale Einrichtung heran? Statt zu einer Besucherführung oder einem Tag der offenen Tür lud die Stiftung 110 Unternehmer – Geschäftsführer und Vorstände – zu einem abendlichen Bürogolfturnier ein. Fast die Hälfte der Eingeladenen sagte zu. Die Teilnehmer spielten einmal quer über den Campus der Diakonie, wobei leitende Mitarbeiter der Diakonie die Teams über das Spielfeld führten. In den einzelnen Einrichtungen erzählten Mitarbeiter in kurzen, lebendigen Vorträgen von ihrer Arbeit. Die Kinder aus der stationären Jugendhilfe feuerten die Spieler dabei lautstark an. Das Bürogolfturnier hatte die Stiftung auf dem Kölner Stiftungstag von einer Agentur gewonnen. Es ließ sich daher kostenneutral durchführen. „Mit der originellen Idee eines Bürogolfturniers ist es gelungen, neue Förderer an die Stiftung heranzuführen und Berührungsängste zu nehmen“, urteilt die KOMPASS-Jury. Quantitative Ergebnisse belegen den Erfolg: Die Stiftung konnte neben Spenden in Höhe

von 5.000 Euro mit einem Schlag drei neue Beiratsmitglieder gewinnen. Eine gute Presseresonanz sowie ein nachträglicher Brief mit Fotos des Turniers haben zudem das Interesse weiterer Förderer geweckt.

www.diakonie-michaelshoven.de/einfach-helfen

Klaus Tschira Stiftung gGmbH

Publikation „Schlau kochen – Ein Entdeckerkochbuch für neugierige Kinder und Erwachsene“

Die Klaus Tschira Stiftung gehört zu den zehn größten Stiftungen privaten Rechts in Deutschland. Sie fördert Naturwissenschaften, Mathematik und Informatik und möchte zur Wertschätzung dieser Fächer beitragen. Dabei will sie insbesondere die Faszination der Naturwissenschaften an Kinder und Jugendliche weitergeben und setzt sich daher für neue Formen der Vermittlung naturwissenschaftlicher Inhalte ein. Ein herausragendes Beispiel hierfür ist „Schlau kochen – Ein Entdeckerkochbuch für neugierige Kinder und Erwachsene“, mit dem die Klaus Tschira Stiftung für die Natur und ihre Gesetzmäßigkeiten begeistern will. Dieses außergewöhnliche Kochbuch erläutert in zahlreichen Experimenten spielerisch die chemischen und physikalischen Geheimnisse des Kochens: Warum werden Scampi beim Braten rot? Was macht das Sauerkraut so sauer? Wie funktioniert eine Essigrakete? Das sind Fragen, die Kinder und Eltern mithilfe des Buchs ganz einfach beantworten lernen. Durch Ausprobieren und Erkunden werden sie mit allen Sinnen angesprochen. Die KOMPASS-Jury würdigt das Kochbuch als „eine innovative und besonders nachhaltige Kommunikationsmaßnahme, mit der Kindern die Naturwissenschaften schmackhaft gemacht werden.“ Die Markteinführung des Buchs im September 2009 wurde durch Kinderkochevents und Gewinnspiele begleitet. Bereits wenige Monate danach war die Erstauflage vergriffen, bis Juli 2010 wurden 4.000 Exemplare verkauft.

www.klaus-tschira-stiftung.de

KOMPASS 2010
Der Gewinner des Sonderpreises

Die Gewinner der Vorjahre
2009 Stiftung Kulturregion Hannover, Beste Internetseite
2008 Stiftung Liebenau (Meckenbeuren), Bester Jahresbericht
2007 Amadeu Antonio Stiftung (Berlin), Beste Internetseite

Michael Succow Stiftung

Prof. Dr. Michael Succow errichtete 1999 die erste Naturschutzstiftung bürgerlichen Rechts in den neuen Bundesländern. Der Biologie- und Agrarwissenschaftler erhielt 1997 den alternativen Nobelpreis für sein Engagement zum Erhalt unberührter Natur. Die Michael Succow Stiftung engagiert sich für den Naturschutz in Deutschland und den Transformationsländern des Ostens, wie Aserbaidschan, Turkmenistan und Russland. Um die Stiftungsaktivitäten in der Öffentlichkeit bekannter zu machen und weitere Förderer zu gewinnen, erstellte die Stiftung für das Jahr 2009 erstmalig einen Tätigkeitsbericht. In außergewöhnlichem Format werden alle für eine transparente Stiftungsarbeit notwendigen Informationen auf die Größe eines Reisepasses komprimiert. So soll Neugier geweckt aber auch irritiert werden. Mit kurzen pfiffigen Texten und einer ästhetischen Bildsprache führt der Jahresbericht den Leser durch die Aktivitäten des Jahres und in von der Stiftung geschützte Naturregionen. Zielgruppe sind Partner und Förderer sowie potenzielle Förderer und Freunde der Stiftung. Als Appetitanreger bietet der Jahresbericht bei einer Auflage von 500 Exemplaren einen soliden Überblick. Detaillierte Informationen sind auf der Internetseite zu finden. Die KOMPASS-Jury beeindruckte der Mut zur Reduktion: „Der Stiftung ist es gelungen, mit wenigen Mitteln einen auf das Wesentliche reduzierten Jahresbericht zu veröffentlichen, der durch Lesefreundlichkeit und Transparenz überzeugt.“

www.succow-stiftung.de

KOMPASS 2010
Die Nominierten der Kategorie Projektkommunikation

Die Gewinner der Vorjahre

2009 Kommunale Stiftungen Münster, Initiativkreis „Stiftungstag Münster Westfalen“
2008 BürgerStiftung Region Ahrensburg, EhrenamtMessen
2007 Stiftung Deutsche Sporthilfe (Frankfurt am Main), Markenkampagne „Leistung. Fairplay. Miteinander.“
2006 Gemeinnützige Hertie-Stiftung (Frankfurt am Main), Kampagne zum Projekt „START – Schülerstipendien für begabte Zuwanderer“

Bürgerstiftung Braunschweig

„Lichtparcours 2010 – Kunst braucht engagierte Bürger“

Bereits im Expo-Jahr 2000 hatte die Stadt Braunschweig ein großes Lichtinstallationsprojekt initiiert, bei dem vierzehn Künstler ihre Arbeiten an den Brücken des Umflutgrabens der Oker präsentierten. Die Aktion fand bei den Bürgern und den auswärtigen Besuchern großen Anklang: Sie rief versteckte Oker-Brücken ins Bewusstsein und trug zu einem neuen „Wir-Gefühl“ der Braunschweiger bei. 2010 sollte erneut ein „Lichtparcours“ stattfinden. Zur Umsetzung fehlten jedoch bedingt durch die Konjunkturkrise und gekürzte Sponsorenetats finanzielle Mittel. Mit Hilfe der 2003 gegründeten Bürgerstiftung Braunschweig und ihrer „Initiative zur Realisierung des Lichtparcours 2010“ konnte das Projekt umgesetzt werden. Mit vielen ungewöhnlichen Einzelmaßnahmen und großem Engagement rief die Stiftung zu Spenden für „SPAWN“, eins der sieben später realisierten Kunstwerke, auf. Die Bürgerstiftung nutzte für Einladungen und Spendenaufrufe beispielsweise das Intranet großer Firmen und städtischer Betriebe. Sie organisierte eine Kunstauktion, außerdem ein Lichtfest, bei dem die Besucher selbst aufgefordert waren, als Lichtskulptur zu erscheinen. An vier Tagen fand eine Infoaktion in der City statt. Insgesamt beteiligten sich mehr als 242 Spender an der Aktion und die Stiftung gewann 14 neue Zeitstifter sowie acht Kooperationspartner. Dies hat auch die KOMPASS-Jury überzeugt: „Das Projekt hatte eine große Hebelwirkung; die Stadt und ihre Bürger konnten motiviert werden, sich zu engagieren. Der Kommunikationserfolg der Bürgerstiftung Braunschweig zeigt sich in der Vielzahl neuer Spender und Partner, die mit der Aktion gewonnen wurden.“

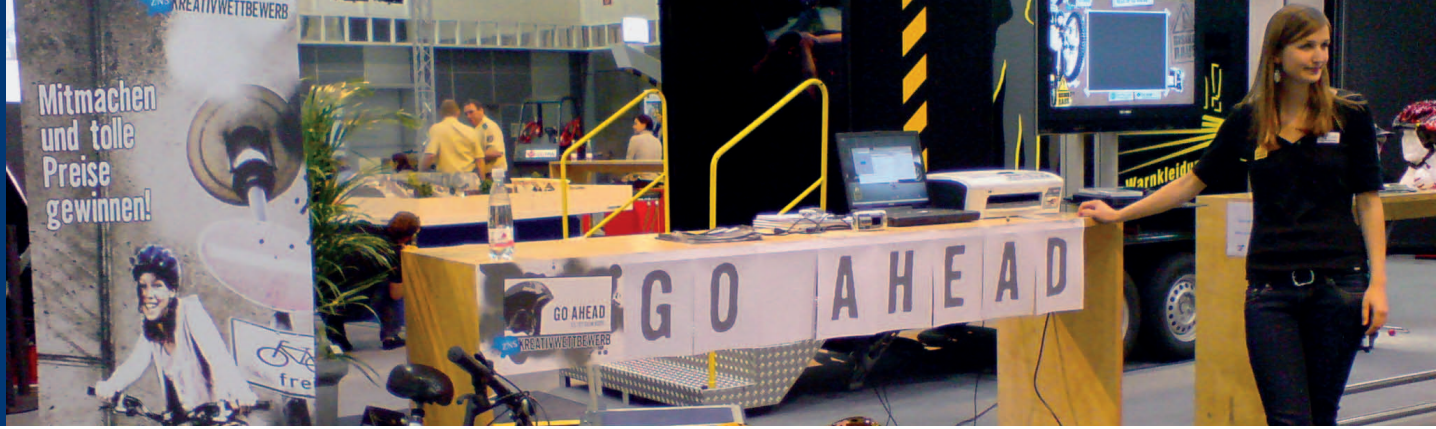
www.buergerstiftung-braunschweig.de

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung

Programm „Lichtpunkte“

Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung unterstützt mit dem Programm „Lichtpunkte“ bestehende Initiativen, die sich dadurch auszeichnen, dass sie konsequent bei den Stärken von Kindern und Jugendlichen ansetzen. So können von Armut betroffene Kinder erreicht werden, ohne sie zu stigmatisieren. Die Initiativen bewerben sich und werden von einer Fachjury für das Programm ausgewählt. Jeden „Lichtpunkt“-Ort begleitet die Stiftung mindestens ein Jahr inhaltlich und organisatorisch. Insbesondere zielt die Programmkommunikation auf die Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit der Projektbeteiligten. Die Initiativen lernen ihre Themen seriös, leicht und wertschätzend zu transportieren. Die Stiftung stellt hierzu PR-Handwerkszeug und Kontakte zur Verfügung. Auf diese Weise trägt sie dazu bei, stabile Strukturen und Netzwerke zu etablieren. Durch die Professionalisierung kleinerer Initiativen bedient die Stiftung einen wichtigen Hebel für eine verstärkte Wahrnehmung ihrer Themen in der Öffentlichkeit und zur Verbreitung guter Ideen. Bundesweit sind aktuell 27 Initiativen ausgewählte „Lichtpunkte“. Das Programm im einheitlichen Corporate Design wird durch vielfältige Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit, wie einem Internetauftritt, einer Broschüre und intensiver Medienarbeit abgerundet. Die Meinung der Jury: „Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung verfolgt mit dem Programm ‚Lichtpunkte’ eine Empowerment-Strategie. Sie befähigt kleinere Initiativen, ihre Arbeit mit Kindern und Jugendlichen in der Öffentlichkeit sichtbar zu machen. Mit ihrem PR-Konzept hat sie eine Marke geprägt, die bundesweit sichtbar ist.“

www.lichtpunkte.info



ZNS – Hannelore Kohl Stiftung

Schulprojekt „Go Ahead“

Seit 1983 setzt sich die ZNS – Hannelore Kohl Stiftung für Menschen mit Schäden des zentralen Nervensystems ein. Eine wesentliche Rolle spielt dabei die Prävention: Durch Aufklärung über Risiken und Schutzmaßnahmen will die Stiftung die Zahl der Kopfverletzungen mit schweren Folgen reduzieren. Allein 2009 sind mehr als 75.000 Radfahrer in Deutschland bei Verkehrsunfällen verletzt worden. Damit mehr Kinder und Jugendliche auf dem Schulweg, in der Freizeit und beim Sport einen Helm tragen, hat die Stiftung 2004 den bundesweiten Kreativwettbewerb „Go Ahead“ ins Leben gerufen. Ob im Deutsch-, Musik- oder Kunstunterricht: Schüler im Alter von 11 bis 20 Jahren sind aufgefordert, sich kreativ mit verkehrssicherem Radfahren zu beschäftigen. Am Ende entstehen Wettbewerbsbeiträge in den Kategorien TV-Spot, Fotostory, Kurzgeschichte oder Songtext. Statt mit erhobenem Zeigefinger wird Helmschutz als modernes Medienprojekt mit Spaß und Action inszeniert. Durch die von den Jugendlichen selbst entworfenen Beiträge gelingt es, das Thema in der Altersgruppe glaubhaft zu vermitteln. Die KOMPASS-Jury hebt vor allem die strategische Zusammenarbeit mit Multiplikatoren und die zielgruppengerechte Ansprache hervor. Lehrer werden mit kostenlosen Arbeitsblättern, Broschüren und Vorschläge zur Stundengestaltung unterstützt. Im Schuljahr 2009/2010 fand der Wettbewerb zum 6. Mal statt, insgesamt hatte er bisher 3.500 Teilnehmer. Über 60 Millionen Leserkontakte erreichte die Stiftung allein in gedruckten Medien.

www.hannelore-kohl-stiftung.de

KOMPASS 2010
Die Nominierten der Kategorie Gesamtauftritt

Die Gewinner der Vorjahre
2009 Stiftung ZEIT FÜR MENSCHEN (Nürtingen)
2008 Kölner Gymnasial- und Stiftungsfonds
2007 Felix Burda Stiftung (München)
2006 Deutsche Wildtier Stiftung (Hamburg)

St. Dominikus Stiftung Speyer

Vor dem Hintergrund immer knapper werdender Mittel wurde 2003 die St. Dominikus Stiftung Speyer als Dach der zwölf Einrichtungen der Diözese Speyer errichtet. Es galt, dafür einen neuen Gesamtauftritt zu finden, der zu Schulen und Jugendhilfeeinrichtungen ebenso passt, wie zu Hospiz und Krankenhaus. Seit dem 19. Jahrhundert engagieren sich Dominikanerinnen in den zwölf Einrichtungen der Diözese Speyer, doch in den vergangenen Jahrzehnten haben weltliche Mitarbeiter die Ordensschwestern zunehmend ersetzt. Die dominikanischen Werte in der täglichen Arbeit lebendig zu halten, ist daher wesentliches Ziel der Kommunikationsstrategie. Die Stiftung setzt auf eine starke interne Kommunikation, um die gemeinsame Identität zu bestimmen und die Akzeptanz der Kommunikationsmaßnahmen zu erhöhen. Die KOMPASS-Jury beeindruckte diese Prozesshaftigkeit der Stiftungskommunikation: Mehr als 1.500 Mitarbeiter wurden in den mehrjährigen Identitätsprozess eingebunden und die Ergebnisse in einem Identitätshandbuch festgeschrieben, das die dominikanischen Werte Miteinander – Füreinander, Achtung der Menschenwürde, Dialogbereitschaft und Achtsamkeit in den Vordergrund stellt. Darüber hinaus führen ein klares Corporate Design und eine sensible Bildsprache heute zu einer einheitlichen Wahrnehmung aller Einrichtungen in der Öffentlichkeit. Im Laufe des geschilderten Prozesses haben die Einrichtungen fast 100 ehrenamtliche Helfer gewinnen können.

www.st-dominikus-stiftung.de

Stiftung Henri und Eske Nannen und Schenkung Otto van de Loo

1986 errichtete Henri Nannen, der Gründer und langjährige Chefredakteur des Magazins STERN, gemeinsam mit seiner Frau Eske die nach ihnen benannte Stiftung, die Trägerin der Kunsthalle Emden ist. Erstes Ziel der Stiftung Henri und Eske Nannen war es, eine „lebendige Begegnungsstätte zwischen Bürgern und Bildern“ zu schaffen. Eine hochkarätige Schenkung des Galeristen Otto van de Loo gab zehn Jahre später den Anstoß zum Ausbau. Mit bis zu 100.000 Besuchern jährlich hat sich die Kunsthalle in der kleinen ostfriesischen Stadt inzwischen zu einem Ausstellungshaus mit internationaler Ausstrahlung entwickelt. Mit dieser überraschend dynamischen Entwicklung konnten weder die finanzielle Ausstattung noch der kommunikative Auftritt mithalten. Daher wurden im Jahr 2010 die Vorschläge einer Diplomarbeit aufgegriffen und das Erscheinungsbild vom Logo bis hin zu den Farben professionell überarbeitet. Die Persönlichkeit der Stiftung wird durch ein klares Kommunikationsprofil zugänglich und sympathisch vermittelt. Als wichtigste Informationsplattform für Museumsbesucher dient die übersichtlich strukturierte neue Internetseite. Sie integriert Video-Interviews und bindet soziale Netzwerke ein. Die Kunsthalle Emden ist gut gerüstet für künftige Erweiterungen und für das 25-jährige Jubiläum im kommenden Jahr. Die KOMPASS-Jury lobt: „Der Gesamtauftritt der Stiftung ist professionell und stilvoll und zeigt eine überzeugende handwerkliche Qualität.“

www.kunsthalle-emden.de

Nach der Preisverleihung

Was hat sich getan, nachdem Sie den ***KOMPASS*** gewonnen haben?

„Zunächst einmal gar nichts. Wir konnten den Erfolg anfangs gar nicht strukturiert nutzen. Eine Pressemeldung, eine Notiz in der Zeitung, die Nachricht im Stiftungsbrief, das war's. Unsere PR Agentur sagte „Hej, ihr habt den KOMPASS gewonnen, den wichtigsten Kommunikationspreis! Aufrechter Gang ist angesagt!". Jetzt im Nachhinein nutzen wir den KOMPASS 2006 sehr viel."
Bürgerstiftung Braunschweig | ***KOMPASS***2006 in der Kategorie Einzelne Kommunikationsmaßnahme

„Für uns war der Gewinn des KOMPASS ein wahnsinniger Erfolg. Als kleine Stiftung hatten wir überhaupt nicht damit gerechnet, dass wir gewinnen könnten. Schon die Nominierung war eine echte Überraschung. Wir haben uns riesig gefreut und viel Anerkennung von außen bekommen. Die große Presseresonanz auf den KOMPASS-Gewinn hat unser Anliegen regional sehr befördert."
Deutsche Stiftung für Menschen mit Downsyndrom
KOMPASS2007 in der Kategorie Einzelne Kommunikationsmaßnahme

„Das Licht, das dieser Preis auf unsere Stiftung geworfen hat / noch wirft, hat ein Wachstum an Möglichkeiten und Ideen erzeugt. Wir sind dabei, diese auszuwerten und umzusetzen. Wir verfolgen nämlich das Ziel, dass unser KOMPASS-Preis auch in einigen Jahren noch seine Berechtigung hat."
Stiftung Kulturregion Hannover | Sonderpreis „Beste Internetseite" 2009

„Der Geschäftsbericht ist eine komplexe und aufwändige Aufgabe in der Kommunikation großer Stiftungen. Die Auszeichnung speziell unseres Jahresberichts hatte daher auch gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erhebliche Bedeutung und führte zu einer Erhöhung der Akzeptanz, dass derartige Investitionen notwendig und hilfreich sind."
Stiftung Liebenau | Sonderpreis „Bester Jahresbericht" 2008

„Wir haben uns in unserem Bemühen bestätigt gefühlt und einen neuen Motivationsschub bekommen."
Stiftung ZEIT FÜR MENSCHEN | ***KOMPASS***2009 in der Kategorie Gesamtauftritt

KOMPASS 2010
Die Förderer

Der Bundesverband Deutscher Stiftungen dankt herzlich den Partnern, die das Projekt durch ihre Unterstützung ermöglichen.

SAL. OPPENHEIM
Privatbank seit 1789

Sal. Oppenheim jr. & Cie. AG & Co. KGaA

Sal. Oppenheim wurde im Jahr 1789 gegründet und ist heute eine der führenden Privatbanken in Europa. Sie steht für Kontinuität in der Kundenbetreuung und folgen einem partnerschaftlichen Geschäftsprinzip. In der Vermögensverwaltung werden Lösungen sowohl für vermögende Privatkunden und Familien, als auch für institutionelle Anleger sowie Unternehmen angeboten.

Mit einem Investmentprozess, der private und institutionelle Anforderungen gleichermaßen berücksichtigt und ergänzt, sowie produktunabhängiger Beratung richtet sich Sal. Oppenheim ganz an den besonderen Anforderungen ihrer Kunden aus.

Werte, Identität und Kultur sind das höchstes Kapital des traditionsreichen Bankhauses. Ihr Erhalt zum Wohle der Kunden genießt oberste Priorität.

Die Oppenheim Vermögenstreuhand GmbH ist als Tochtergesellschaft in der Beratung und Betreuung von komplexen Vermögen und von Stiftungen und Stiftern tätig. Sal. Oppenheim betreut das Vermögen von mehr als 180 gemeinnützigen Stiftungen mit einem Volumen von rund zwei Milliarden Euro.

www.oppenheim.de

NEXIA DEUTSCHLAND GMBH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

NEXIA DEUTSCHLAND GMBH

NEXIA – ein Netzwerk von Fachleuten mit regionaler Verankerung und internationaler Orientierung – ist ein weltweit tätiger Zusammenschluss von unabhängigen, selbstständigen Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften.

Unter diesem Dach bieten auch Rechtsanwälte ihre Dienstleistungen an. NEXIA gehört zu den drei großen Netzwerken von Wirtschaftsprüfungsunternehmen in Deutschland. Heute ist die NEXIA an 29 Standorten in Deutschland vertreten.

Neben der Betreuung durch ihr NPO-KOMPETENZ-ZENTRUM im Stiftungs- und Gemeinnützigkeitsrecht ist die Tochtergesellschaft NEXIA STIFTUNGSTREUHAND GMBH Ihr kompetenter Partner für die Verwaltung von (treuhänderischen) Stiftungen.

www.nexia.de

Molthan van Loon

Molthan van Loon Communications Consultants GmbH (GPRA)

Molthan van Loon Communications Consultants GmbH (GPRA) ist ein Beratungsunternehmen, das Kommunikation als ganzheitliche Management-Aufgabe betrachtet.

Von der Analyse über Strategie und Konzeption, Beratung und Implementierung bis hin zur Evaluation werden Kommunikationslösungen für Stiftungen, Unternehmen und Marken individuell und zielgerichtet entwickelt und zu relevanten Wettbewerbsfaktoren ausgebaut. Dabei sehen wir den digitalen Dialog immer als Teil eines strategischen Gesamtkonzepts und stellen mit effizienten und integrierten Kommunikationsstrategien die notwendige Konvergenz zwischen Offline und Online her.

Molthan van Loon berät seit vielen Jahren Klienten aus unterschiedlichsten Branchen – so auch Stiftungen und andere Non-Profit-Organisationen.

Museum für Kommunikation Berlin

Museum für Kommunikation

Das Museum für Kommunikation Berlin – 1872 als erstes Postmuseum der Welt gegründet – bringt Vergangenheit und Zukunft unter ein Dach: Mit seiner Dauerausstellung macht es die Herkunft, die Entwicklung und die Zukunftsperspektiven der Informationsgesellschaft erleb- und begreifbar. Attraktive Wechselausstellungen richten den Blick auf die unterschiedlichen Aspekte von Kommunikation. Im Lichthof des Museums begrüßen drei Roboter die Besucherinnen und Besucher, interaktive Themengalerien führen in zentrale Fragen der Kommunikationsgeschichte ein und in der Schatzkammer präsentiert das Museum eine Auswahl seiner kostbarsten Exponate, allen voran die blaue Mauritius. Eine Computergalerie mit kostenlosem Internetzugang, ein Museumscafé sowie ein Museumsshop runden das Angebot ab.

Bundesverband Deutscher Stiftungen

Der Bundesverband Deutscher Stiftungen vertritt als Dachverband die Interessen der Stiftungen gegenüber Öffentlichkeit, Politik und Verwaltung. Als das zentrale Kompetenzzentrum des deutschen Stiftungswesens bietet er seinen über 3.500 Mitgliedern sowie Stiftern und Interessierten einen umfassenden Informations- und Beratungsservice. Zu den Mitgliedern gehören Stiftungen, Freunde des Stiftungswesens und Stiftungsverwaltungen, die eine Vielzahl weiterer Stiftungen repräsentieren. Die Geschäftsstelle ist das Haus Deutscher Stiftungen in Berlin Mitte – ein Treffpunkt für Stifter, Medienschaffende, Vertreter aus Stiftungen, Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur.

Ihre Ansprechpartnerin
für den ***KOMPASS***:

Nina Leseberg
Referentin Medien & Kommunikation
Haus Deutscher Stiftungen
Mauerstraße 93 | 10117 Berlin
Telefon (030) 89 79 47-74
nina.leseberg@stiftungen.org

www.stiftungen.org/kompass

Impressum

Herausgeber:
Bundesverband Deutscher Stiftungen e.V.

V.i.S.d.P.:
Prof. Dr. Hans Fleisch, Generalsekretär

Redaktion:
Nina Leseberg, Juliane Metzner-Kläring, Timon Pohl

Fotos:
Soweit nicht anders angegeben, liegen die Rechte der Fotos bei den jeweiligen Nominierten bzw. den zitierten Stiftungen. Bürgerstiftung Braunschweig: Axel Menzel; Bürgerstiftung Lebensraum Aachen: Brigitte Erm; Stiftung Henri und Eske Nannen und Schenkung Otto van de Loo: Studio GOOD; Stiftung Liebenau: Felix Kästle; Marc Darchinger: S. 6 (Gewinnerfoto) und Coverfoto; Göran Gnaudschun: S. 6 (Preisverleihung): Stefan Kresin: S. 6 (Gewinnerfoto).

Auflage:
300 Exemplare

Gestaltung, Satz:
Christian Mathis, stickfish productions

Druck:
Druckhaus Berlin-Mitte GmbH

Berlin, Oktober 2010

Bundesverband Deutscher Stiftungen
Haus Deutscher Stiftungen
Mauerstraße 93 | 10117 Berlin
Telefon (030) 89 79 47-0 | Fax -81

Klimaneutral
gedruckt vom: DRUCKHAUS BERLIN-MITTE

www.stiftungen.org/kompass

Förderer des ***KOMPASS***^{2010}

SAL. OPPENHEIM
Privatbank seit 1789

NEXIA DEUTSCHLAND GMBH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
NEXIA INTERNATIONAL

Molthan van Loon