KOMPASS 2013
Der Kommunikationspreis des
Bundesverbandes Deutscher Stiftungen

Stiftungskommunikation? Ausgezeichnet!

Bundesverband
Deutscher Stiftungen

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 1

Die Jury 2

Die Nominierten der Kategorie Einzelne Kommunikationsmaßnahme 3

Der Gewinner des Sonderpreises 7

Die Nominierten der Kategorie Projektkommunikation 9

Die Nominierten der Kategorie Gesamtauftritt 13

Die Förderer 17

Willkommen zur 8. Verleihung des KOMPASS!

„Kommunizieren ist Gold“

Sehr geehrte Damen und Herren,

„Reden ist Silber, Schweigen ist Gold“, sagt der Volksmund – und hat unrecht. „Reden ist Gold“, besser noch „Kommunizieren ist Gold“ muss es im Stiftungswesen heißen.

Die Grundsätze guter Stiftungspraxis gebieten Transparenz, deren wesentlicher Bestandteil Kommunikation ist. Doch Kommunikation ist mehr als ein wichtiges Gebot des Stiftungshandelns. Kommunikation in und über die Stiftungsarbeit ist Voraussetzung für den Erfolg. Es reicht nicht, gute Arbeit zu tun. Das eigene Engagement muss bekannt gemacht werden, soll es Befürworter, Mitstreiter und Nachahmer finden.

Dreht man dem Volksmund also das Wort im Mund herum und macht das Reden zur Maxime, so stößt man schnell auf eine Herausforderung: Schweigen mag einfach sein; mit dem Reden, dem Kommunizieren, ist es schon schwieriger. Denn nicht nur darauf, dass kommuniziert wird, kommt es an, sondern auch darauf, WAS kommuniziert wird. Und nicht minder bedeutend ist das WIE. Ist die Botschaft noch so interessant und wichtig, weiß man sie nicht richtig aufzubereiten, bleibt sie womöglich ungehört.

Die Nominierten für den Kommunikationspreis KOMPASS 2013 haben sich dieser Herausforderung gestellt – und sie herausragend gemeistert. Das WAS ihrer Kommunikation ist dabei so vielfältig wie ihre Stiftungsarbeit selbst. Nicht weniger vielfältig ist das WIE. Je nach Kommunikationsanlass und -ziel wählen die Nominierten ganz unterschiedliche Maßnahmen und zeigen die Bandbreite und Möglichkeiten des Kommunizierens.

Eine Vielfalt, die die Jury beeindruckt hat. Nicht leicht fiel uns aus der Vielzahl der Bewerbungen die Wahl der Nominierten und Preisträger. Die Gewinner beglückwünschen wir herzlich! Und auch allen anderen sei gesagt: Kommunizieren Sie weiter!

Denn: Kommunizieren ist Gold.

Die Jury

Berlin, 14. November 2013

Die Jury

Über die Vergabe des KOMPASS entscheidet eine unabhängige Jury von Fachleuten aus dem Stiftungswesen und der Unternehmenskommunikation sowie namhaften Journalisten und Medienwissenschaftlern. Die diesjährigen Mitglieder sind:

- ***Dr. Rainer Esser***, Geschäftsführer, Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG (vertreten durch Manuel J. Hartung, Geschäftsführer, TEMPUS CORPORATE GmbH)
- ***Dr. Thomas Gauly***, CEO, Gauly | Dittrich | van de Weyer AG – Strategische Beratung, Kommunikation & Investments
- ***Dr. Cordula Haase-Theobald,*** Geschäftsführende Direktorin, Sal. Oppenheim jr. & Cie. AG & Co. KGaA
- ***Volkmar Heun***, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Partner der DHPG DR. HARZEM & PARTNER KG; Geschäftsführer, NEXIA DEUTSCHLAND GMBH
- ***Dr. Roland Kaehlbrandt***, Mitglied des Vorstands, Bundesverband Deutscher Stiftungen; Vorstandsvorsitzender, Stiftung Polytechnische Gesellschaft Frankfurt am Main
- ***Dr. Lieselotte Kugler***, Direktorin, Museum für Kommunikation Berlin; 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***, Gründer & Geschäftsführer, ORCA van Loon Communications GmbH
- ***Andrea Seibel***, Stellvertretende Chefredakteurin, DIE WELT
- ***Daniel Steil***, Chefredakteur, FOCUS Online
- ***Frank Thomsen***, Chefredakteur, stern.de

KOMPASS 2013
Die Nominierten der Kategorie Einzelne Kommunikationsmaßnahme

Die Gewinner der Vorjahre

2012 NaturSchutzFonds Brandenburg (Potsdam), Kinderbuch „Lilian und Fräulein Azuré im Land der Moore. Eine Abenteuergeschichte“

2011 Stiftung Naturschutzzentrum Südschwarzwald (Feldberg), Installation „Talking Ranger – Der erste künstliche Ranger der Welt“

2010 Klaus Tschira Stiftung gGmbH (Heidelberg), „Schlau kochen – Ein Entdeckerkochbuch für neugierige Kinder und Erwachsene“

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“

broken hearts stiftung

Menschenhandel und moderne Sklaverei im 21. Jahrhundert: Designwettbewerb und Ausstellungen

Ein junges Mädchen trägt ein schickes, modisches Kleid – an dessen unteren Ende eine Arbeiterin auf dem Boden sitzend näht. „Arbeitskraft 1,20 Euro“ steht daneben. Eine andere Motivreihe zeigt einen Bauarbeiter, einen Straßenmusiker oder eine Stripperin mit Fäden an den Armen, an den oben eine riesige Hand zieht. „Nicht jeder hat die Wahl“ steht darunter. Der Einsatz gegen Sklaverei und Menschenhandel ist das Anliegen der 2011 gegründeten broken hearts stiftung. Beim gemeinsam mit der Design Factory International 2012 zum zweiten Mal organisierten Designwettbewerb entwarfen Studenten Poster zum Thema Arbeiterausbeutung. Ziel des Wettbewerbs war es, auf Menschenhandel in der heutigen Zeit aufmerksam zu machen. Ein Ziel, das erreicht wurde: Nicht nur die Designstudenten kamen mit dem gesellschaftlich zu wenig beachteten Thema in Berührung. Die Plakate bewegten in Ausstellungen, beim Aktionstag gegen Menschenhandel und bei anderen Gelegenheiten, im Internet, auf Facebook und in einer Broschüre das Publikum. Beim Evangelischen Kirchentag 2013 in Hamburg sahen täglich 7.000 Menschen die Ausstellung. Im Oktober waren vier der Plakate in der Kröpcke-Uhr, ein Wahrzeichen und beliebter Treffpunkt in Hannover, zu sehen. „Die Klarheit und Kreativität der Poster sorgen für ein Aufwachen und bewusstes Hinschauen“, zog die Stiftung ein positives Fazit. Sie plant nicht nur weitere Ausstellungen, sondern auch einen erneuten Wettbewerb – in anderen deutschen Städten.

„Menschen- und Organhandel ist ein gesellschaftlich hochrelevantes Thema, das bislang nicht ausreichend im Bewusstsein verankert ist. Dies wird mit beeindruckenden graphischen Umsetzungen von Designstudenten deutlich. Der Einsatz auf dem Evangelischen Kirchentag 2013 in Hamburg belegt die starke Hebelwirkung und den Beispielcharakter.“ (Jury)

www.brokenhearts.eu

Bürgerstiftung Gerricus

Kirchenschatzführer für Kinder „Die Geschichte vom verschwundenen Schatz“

Evangeliar, Reliquien, Hippolytreliquiar und andere Schätze finden sich in der Basilika St. Margareta in Düsseldorf-Gerresheim. Seit März 2013 sind die zum Teil seltenen und bis zu eintausend Jahre alten Kostbarkeiten in der Schatzkammer ausgestellt. Kinder jedoch lockt das allein eher nicht in die Kirche. Dank der Bürgerstiftung Gerricus, die mit zahlreichen Projekten im Seelsorgebezirk aktiv ist, ist das in Düsseldorf-Gerresheim anders: „Die Geschichte vom verschwundenen Schatz“, ein Kirchenschatzführer für Kinder, macht kirchliche Kostbarkeiten für Kinder spannend. Das kleine Büchlein erzählt die Geschichte der Messdiener Bastian und Marie. Die beiden stellen erschrocken fest, dass die Kirchenschätze verschwunden sind. Sie begeben sich auf Erkundungstour durch die Basilika – gemeinsam mit den jungen Lesern, denen Kirchenschatz und Brauchtum kindgerecht erklärt werden. Verbreitet wird der kostenlos erhältliche Kinderkirchenschatzführer nicht nur in der Kirche, sondern auch im Schulunterricht und bei öffentlichen Veranstaltungen. Zudem organisierte die Stiftung Lesungen und Kinderführungen durch die Basilika.

„Eine zielgruppengerecht umgesetzte Maßnahme, die ausgehend von einem klar definierten Kommunikationsziel bzw. -anlass handwerklich sehr gut, kurzfristig und überwiegend pro bono bearbeitet wurde. Das Ergebnis kann als Beispiel dienen, wie komplexe historische Themen ‚kinderleicht‘ verpackt werden.“ (Jury)

www.buergerstiftung-gerricus.de

Stiftung Deutsches Krebsforschungszentrum

Ausgabe der Zeitschrift „einblick“ für Kinder

Wie spricht man mit Kindern über Krebs, fragten sich die Mitarbeiter der Stiftung Deutsches Krebsforschungszentrum (DKFZ) und antworteten mit einer klassischen Kommunikationsmaßnahme: Sie richteten sich mit einem Heft der Zeitschrift „einblick“ speziell an Kinder. Damit betraten sie Neuland – und waren erfolgreich. Mit altersgerechten Texten und bunten Bildern, Comics und Fotostrecken erklärt die Sonderausgabe der Zeitschrift die Krankheit, zeigt den Umgang mit ihr und gibt Einblicke in die Arbeit des Krebsforschungszentrums. So erfahren die jungen Leser, was eine Biene mit der Krebsforschung zu tun hat, eine Bildstrecke begleitet Doktorandin Julia durch den Arbeitstag und ein Comic veranschaulicht, wie Blutkrebs entsteht. Die 12.500 Hefte der ersten Auflage gingen nicht nur an die rund 9.200 Abonnenten, sondern darüber hinaus an Schulen, Kinderkrebsstationen von Krankenhäusern, Politiker und Institutionen. Bald musste eine zweite Auflage gedruckt werden. Die positive Resonanz hatte Folgen: Eine Doppelseite der Zeitschrift richtet sich nun regelmäßig an Kinder, auch die Inhalte für Erwachsene werden nun noch leichter verständlich aufbereitet, die Schrift vergrößert.

„Die Texte sind kindgerecht und erläutern sowohl den Hintergrund der Krankheit als auch die Arbeit des Forschungszentrums. Dadurch wird das Thema entdämonisiert, und es wird Hoffnung und Optimismus vermittelt.“ (Jury)

www.dkfz.de

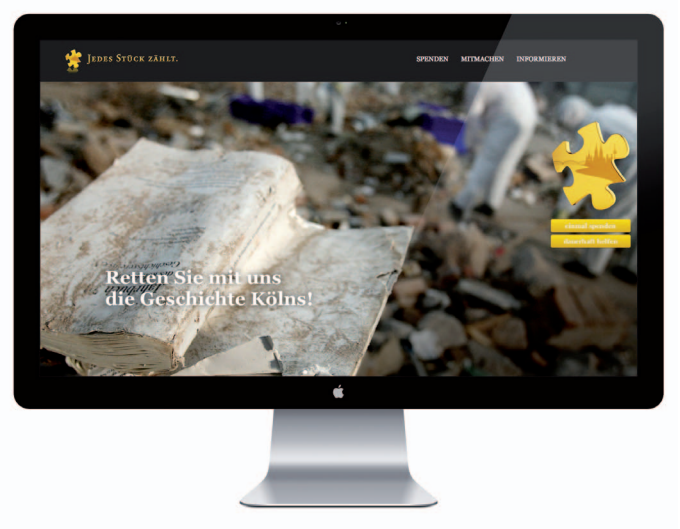
KOMPASS 2013
Der Gewinner des Sonderpreises

Die Gewinner der Vorjahre

2012 Bürgerstiftung Braunschweig, Bester Jahresbericht
2011 Stiftung FÜRS LEBEN (Frankfurt am Main), Bester Internetauftritt
2010 Michael Succow Stiftung (Greifswald), Bester Jahresbericht
2009 Stiftung Kulturregion Hannover, Beste Internetseite
2008 Stiftung Liebenau (Meckenbeuren), Bester Jahresbericht
2007 Amadeu Antonio Stiftung (Berlin), Beste Internetseite

Stiftung Stadtgedächtnis

Das „größte Puzzle der Welt“ nennt die Stiftung Stadtgedächtnis ihre Aufgabe: Am 3. März 2009 stürzte das Historische Archiv der Stadt Köln ein und begrub 30.000 Regalmeter Archivmaterial aus 1.100 Jahren europäischer Geschichte unter sich. Zum Wiederaufbau wurde die Stiftung von Stadt, Land und Kirchen ins Leben gerufen. Mit der Fundraising-Kampagne „Jedes Stück zählt“, für die symbolisch ein Puzzleteil steht, ruft die Stiftung seit Juli 2013 die Bevölkerung zur Unterstützung auf. Als wesentlicher Bestandteil der Kampagne entstand die Internetseite www.jedes-stueck-zaehlt.de. Das Puzzleteil ist auf allen Unterseiten präsent – als Spendenbutton. Denn Besucher können sich hier nicht nur über das Archiv, die Kampagne und ihre Erfolge informieren, sondern Teil der Aktion werden: Auch das Spenden ist von jeder Unterseite aus möglich. Wer einmalig spendet, wird zum „Retter“, wer dauerhaft hilft zum „Mitglied im Retterclub“. Ab 1.000 Euro wird der Spender Teil der „Retterrunde“. Ihre Teilnahme am „größten Puzzle der Welt“ können die Retter direkt kommunizieren – durch Weiterempfehlung der Internetseite zum Beispiel. Der Internetauftritt spricht zielgerichtet und erfolgreich sehr verschiedene Zielgruppen an – vom Kölner Bürger über den Kulturliebhaber, Archivar und Wissenschaftler bis hin zu Multiplikatoren und Sponsoren.



„Die Seite weist ein hohes Maß an Emotionalität auf. Stiftungszweck und Stiftungsarbeit werden beispielhaft interaktiv mit Videos und Fotos dokumentiert. Es kommt dabei ein starker Aktivierungscharakter zum Ausdruck. Ein wirkliches Lehrstück für die Stiftungskommunikation.“ (Jury)

www.jedes-stueck-zaehlt.de

KOMPASS 2013
Die Nominierten der Kategorie Projektkommunikation

Die Gewinner der Vorjahre

2012 stiftung st. franziskus heiligenbronn, Spendenkampagne „Wir machen Schule. Machen Sie mit.“
2011 Stiftung der Deutschen Wirtschaft e.V., Accenture-Stiftung, Deutsche Bank Stiftung, Projekt „Studienkompass“
2010 ZNS – Hannelore Kohl Stiftung (Bonn), Schulprojekt „Go Ahead“
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“

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung

Filmideen-Wettbewerb „Klappe gegen rechts“

Wie begegnet man rechtsextremen, ausgrenzenden und gewaltverherrlichenden Tendenzen im Alltag von Jugendlichen in Mecklenburg-Vorpommern? Die Antwort der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung: Man lässt Jugendliche selbst Filme drehen für Demokratie und Toleranz. In zahlreichen Projekten engagiert sich die Stiftung für Kinder und Jugendliche und eine demokratische Kultur des Miteinanders. Bei „Klappe gegen rechts“ setzten sich Jugendliche in Mecklenburg-Vorpommern mit dem Thema Rechtsextremismus auseinander und wurden kreativ: Der Wettbewerb rief zum Entwickeln von Filmideen auf. Er fand 2013 bereits zum zweiten Mal statt. Eine Jury wählte zehn Skripte aus. Die jugendlichen Teams konnten ihre Idee mit professioneller Unterstützung umsetzen und im Kino vor Publikum präsentieren. Die Öffentlichkeitsarbeit der Stiftung begleitete das Projekt: mit Flyern, Plakaten und Internetauftritt, mit prominenter Unterstützung und kontinuierlicher Pressearbeit, mit Premieren-Veranstaltungen, DVD-Gestaltung und Distribution der Filme bei Festivals und an Schulen. Entstanden sind sehr vielfältige Filme zum Thema – dokumentarisch oder fiktiv, ernst und zum Teil brutal, andere witzig. Alle regen zum Nachdenken an: Ein Junge wird krankenhausreif geprügelt, weil er mit Hakenkreuzen beschmierte Wände übermalt. Migranten geben Einblicke in ihr Leben. Rasta-Frisuren und Reggae-Musik werden verboten. Und es verschwinden Zahnbürste, Toaster und Getränkedose, weil plötzlich nichts mehr da ist, was nicht „deutsch“ ist.

„Durch das Medium Film erreicht die Stiftung die Jugendlichen besonders gut, weil sie sich gern und interaktiv mit diesem Medium auseinandersetzen. Die Filme selbst haben eine gute Verbreitung gefunden und eine ordentliche Presseresonanz erzielt. Die Stiftung rückt damit ein medial unterbelichtetes Thema in den Mittelpunkt.“ (Jury)

www.dkjs.de

EKHN Stiftung

Schülerseminar und Symposium „Eine Welt ohne Seele und freien Willen? Methoden, Erkenntnisse und Konsequenzen der Hirnforschung“

Ein anspruchsvolles Thema hatte sich die Stiftung der Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau (EKHN) für ihr zweites Symposium gewählt. Wissenschaftler, Bürger und Jugendliche kamen im Frühjahr 2013 in Frankfurt am Main über Naturwissenschaften und Theologie ins Gespräch. Dem Kongress vorgeschaltet war ein zweitägiges Seminar für 230 Oberstufenschüler. Die Öffentlichkeitsarbeit hatte zweierlei zum Ziel: Schüler und Lehrer sollten zur Teilnahme am Seminar, interessierte Bürger zum Besuch des Symposiums angeregt werden. Entsprechend der Zielgruppen waren die Kommunikationswege: Informationsschreiben gingen an Schulleiter und Lehrer, Faltblätter und Plakate wurden verteilt, persönliche Einladungen ebenso genutzt wie die Kommunikationskanäle von Kooperationspartnern. Die Internetseite informierte über das Projekt, die klassische Pressearbeit aktivierte die Medien in der Region. Der Erfolg war groß: Bürger und Medien vor Ort interessierten sich für das Thema. 1.000 Jugendliche bewarben sich um die Teilnahme an dem Seminar. Mehr als 1.200 Besucher zählte das Symposium.

„Die Vernetzung mit Schulen und Lehrern ist vorbildlich, die Öffentlichkeitsarbeit klassisch und dem Gegenstand angemessen. In einer Zeit verflachender Eventkultur und abnehmender Wissensbestände traut sich die Stiftung, einen anspruchsvollen geistigen Dialog zwischen Schülern und Wissenschaftlern anzustoßen. Dies ist sowohl verdienstvoll als auch erfolgreich und damit eine Ermutigung zur Nachahmung.“ (Jury)

www.ekhn-stiftung.de

Stiftung Lesen / hessenstiftung – familie hat zukunft

Projekt „Mein Papa liest vor“

Lesefreude wecken, Lesekompetenz stärken und damit Bildungschancen schaffen – diesen Zielen widmet sich die Stiftung Lesen seit 25 Jahren in vielfältigen Projekten. Die hessenstiftung – familie hat zukunft rückt in ihrem Engagement immer wieder Väter in den Mittelpunkt. Beide Themen vereinen die Stiftungen in ihrem gemeinsamen Projekt „Mein Papa liest vor“. Der Weg zum Vorlese-Papa führt über die Arbeitgeber: Unternehmen stellen ihren Mitarbeitern jede Woche eine Vorlesegeschichte im Intranet zum Herunterladen zur Verfügung. „Geringer Aufwand, einfache Umsetzung – große Wirkung“, so beschreiben die Stiftungen selbst ihre Projektkommunikation: Geschäftsführer von Unternehmen in Hessen schrieben sie direkt an und überzeugten sie von der Teilnahme am Projekt. Zusätzlich organisierten die Stiftungen Pressekonferenzen zur Vorstellung des Projekts und gewannen Politiker als Schirmherren. „Mein Papa liest vor“ war erfolgreich, so erfolgreich, dass nun auch in anderen Bundesländern die Papas von ihren Arbeitgebern Vorlesegeschichten bekommen: Als 2012 nach zwei Jahren Projektlaufzeit mehr als 100 Unternehmen an „Mein Papa liest vor“ in Hessen teilnahmen, startete die Stiftung Lesen das Projekt auch in Niedersachsen und Rheinland-Pfalz, 2013 in Nordrhein-Westfalen – ebenfalls mit großer Medienresonanz und mit stark steigenden Teilnehmerzahlen. Knapp 600 Unternehmen nahmen Mitte 2013 an dem Projekt teil. Auch für weitere Bundesländer steht der Projektstart an.

„Sich an dem Projekt zu beteiligen, macht alle stolz: Die Unternehmen leisten einen Beitrag zur Leseförderung, die Beschäftigten werden als Vorleser aktiv, die Stiftungen werden ihrem Auftrag bilderbuchartig gerecht. Mit geringem Mitteleinsatz erreichen die Stiftungen größtmögliche Nachhaltigkeit, weil sie die Zielgruppe der Väter nicht kritisieren, sondern motivieren.“ (Jury)

www.stiftunglesen.de | www.hessenstiftung.de

KOMPASS 2013
Die Nominierten der Kategorie Gesamtauftritt

Die Gewinner der Vorjahre

2012 Naturstiftung David (Erfurt)
2011 Stiftung „Haus der kleinen Forscher“ (Berlin)
2010 St. Dominikus Stiftung Speyer
2009 Stiftung ZEIT FÜR MENSCHEN (Nürtingen)
2008 Kölner Gymnasial- und Stiftungsfonds
2007 Felix Burda Stiftung (München)
2006 Deutsche Wildtier Stiftung (Hamburg)

Bürgerstiftung Duisburg

„Verantwortung zeigen, Bildung ermöglichen und gemeinsam Handeln“ lauten die drei Leitmotive der Bürgerstiftung Duisburg. 2004 als gemeinnützige Aktiengesellschaft gegründet, setzt sie sich für eine positive Stadtentwicklung in Duisburg ein – mit zahlreichen kreativen und erfolgreichen Projekten. Mit dem Gütesiegel „Erste LESEräume“ beispielsweise zeichnet die Stiftung die frühkindliche Leseförderung von Kindertagesstätten aus. In der Dialogreihe „Typisch Duisburg?!“ kommen Bürger ins Gespräch. Die Kampagne „Du – ich drück‘ Dich“ ruft die Herzdruckmassage als lebensrettende Sofortmaßnahme ins Bewusstsein. Dank der zehn öffentlichen Bücherschränke der Kampagne „Du liest!“ sind nach nur einjährigem Bestehen mehr als 100.000 gespendete Bücher im Umlauf. „Geben – nehmen – tauschen – teilen“ lautet hier das Motto. Allein die beiden XXL-Bücherschränke in zwei Einkaufszentren stehen täglich 50.000 Menschen zur Verfügung. Die Projekte werden in der Bevölkerung mit Begeisterung angenommen und finden neue Mitstreiter – auch dank der begleitenden Öffentlichkeitsarbeit. Die Internetseite informiert über aktuelle Projekte. Zudem sind nicht nur die Bürgerstiftung selbst, sondern auch einzelne Kampagnen bei Facebook präsent. Auch über die lokalen Medien, durch Flyer, Plakate, Präsenz bei Aktionstagen und kreative Maßnahmen wie die „Bürgersteine“ auf der Königsstraße macht die Stiftung auf sich und ihre Projekte aufmerksam. Persönliche Kontakte und der mehrmals jährlich erscheinende Stiftungsbrief vervollständigen die erfolgreiche Kommunikation.

„Die nachweisbare Intensivierung der in- und externen Kommunikation hat sich nicht nur ausgezahlt, sondern ist im Gesamtauftritt der Bürgerstiftung Duisburg beispielgebend für die Stiftungskommunikation.“ (Jury)

www.buergerstiftung-duisburg.de

Herbert Quandt-Stiftung

Den Bürger stärken, die Gesellschaft fördern: Diese Ziele stehen im Mittelpunkt der Arbeit der Herbert Quandt-Stiftung. 2007 begann eine zunächst kommunikative Neuausrichtung, dann auch inhaltliche Schärfung der Stiftungsarbeit. In den beiden Themenfeldern „Bürger und Gesellschaft“ und „Trialog der Kulturen“ setzt die Stiftung heute zahlreiche Projekte erfolgreich um. Die „Sinclair-Haus-Gespräche“, der „Ideenwettbewerb für Bürgerstiftungen“ und der „Trialog Schulenwettbewerb“ sind nur drei Beispiele. Die Öffentlichkeitsarbeit der Stiftung ist Bestandteil der Projekte. Flyer, Bücher, Tagungen, Vernetzungstreffen, Presseartikel, Internetseite, soziale Netzwerke: Die Kommunikationsmittel der Stiftung sind vielfältig und immer individuell auf die Projektinhalte hin konzipiert. Vor allem die Themen der Stiftungsprojekte, nicht die Stiftung selbst, vor allem sachorientierte, seriöse Information, nicht emotionale Effekthascherei, stehen im Mittelpunkt des Gesamtauftritts – das war es, was auch die Jury überzeugte.

„Das Gesamtbild aller Kommunikationsmaßnahmen zeigt die klare und konsequente Schwerpunktsetzung auf substanzstarke inhaltliche Arbeit. Über ihre Kommunikationsmaßnahmen hat die Herbert Quandt-Stiftung erfolgreich neue Nutzer aktivieren und ihr Netzwerk verbreitern können.“ (Jury)

www.herbert-quandt-stiftung.de

sk stiftung jugend und medien

„Die Gestaltung soll Jugendliche abholen – aber nicht in der Disco, sondern auf dem Weg zum Erwachsenwerden“, hat ein beteiligter Grafiker über den öffentlichen Auftritt der sk stiftung jugend und medien gesagt. Mit ihren Projekten, Medienworkshops oder dem „Jobtester“ zum Berufseinstieg möchte die Stiftung der Sparkasse KölnBonn die Medienkompetenz junger Menschen stärken. Sich selbst und ihre Angebote präsentiert die Stiftung in leuchtendem Grün und kräftigem Gelb – im Internet, auf Flyern, Visitenkarten, Kugelschreibern, Briefpapier und Broschüren. Zur Kommunikation nutzt sie viele Kanäle: Programmhefte und Tätigkeitsberichte, Image- und Informationsbroschüren, Internet, Newsletter und Facebook, Pressemitteilungen und -gespräche, die Teilnahme an Messen und die Organisation einer Fortbildung für Multiplikatoren. Denn angesprochen werden sollen nicht nur die Jugendlichen selbst, sondern auch ihre Eltern, mögliche Kooperationspartner und die Öffentlichkeit. Die Akzeptanz des Stiftungsengagements am Standort Köln und am neuen Standort Bonn bestätigt den Erfolg der Kommunikation: Die Stiftungsangebote sind bekannt, die Kurse gut besucht, über die Stiftung wird in den Medien berichtet, sie wird zu Expertengesprächen geladen und an medienpädagogischen Projekten beteiligt.

„Das Info- und Werbematerial weist eine einheitliche und klare Bildsprache auf, ist frisch und informativ, ohne sich durch allzu poppiges Design den jungen Menschen anzubiedern. Eine gelungene Initiative, die wunderbar in unsere Zeit passt und dazu ermuntert, den Wandel der Medienwelt nicht als Bedrohung, sondern als Chance zu begreifen.“ (Jury)

www.sk-jugend.de

KOMPASS 2013
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 1789 gegründet und ist heute einer der führenden Vermögensverwalter in Deutschland. Sal. Oppenheim verbindet die Individualität und Expertise einer Privatbank mit der Kapitalstärke einer global aufgestellten Universalbank. Als Vermögensverwaltungsbank bieten wir Lösungen für vermögende Privatkunden sowie institutionelle Anleger an. Wir stehen für Unabhängigkeit in der Beratung, über 220 Jahre Erfahrung in der anspruchsvollen Vermögensverwaltung und folgen einem partnerschaftlichen Geschäftsprinzip. Mit einem unabhängigen Investmentprozess, der private und institutionelle Anforderungen gleichermaßen berücksichtigt und ergänzt, sowie einer produktunabhängigen Beratung stehen die besonderen Bedürfnisse der Kunden im Mittelpunkt. Als Vermögensverwalter im Deutsche Bank-Konzern agiert Sal. Oppenheim aus einem starken Verbund heraus im Sinne seiner Kunden.

Werte, Identität und Kultur sind das höchste Kapital. Ihr Erhalt zum Wohle der Kunden genießt oberste Priorität. Gemeinsam mit unseren Kunden blicken wir auf ein langjähriges und vielfältiges eigenes Stiftungsengagement zurück. Viele Fragestellungen und Anforderungen von Stiftern wie auch von Stiftungen sind uns auch aus fortwährenden eigenen Erfahrungen vertraut. Sal. Oppenheim betreut heute über 180 Stiftungen mit einem Vermögen von rund 2 Mrd. Euro.

www.oppenheim.de

NEXIA DEUTSCHLAND GMBH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

NEXIA DEUTSCHLAND GMBH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

NEXIA – eine weltweite Kooperation von Experten aus den Bereichen Wirtschaftsprüfung, steuerliche, anwaltliche- und Unternehmensberatung für national und international ausgerichtete Mittelstandsunternehmen und Organisationen sowie Privatpersonen. NEXIA – Ihre persönlichen Berater seit mehr als 40 Jahren.

Die NEXIA DEUTSCHLAND GMBH ist Premiumpartner des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen.

Heute ist die NEXIA an 25 Standorten in Deutschland vertreten. Diese Kooperation von Fachleuten – auch im Kompetenz-Zentrum NPO – lässt keine Frage unbeantwortet. Auf dieses Zentrum mit exzellenten Branchenkenntnissen können wir, falls gewünscht, auch bei Ihrer Stiftungs-Beratung zurückgreifen.

DAS NEXIA KOMPETENZ-ZENTRUM NPO betreut Sie im Stiftungs- und Gemeinnützigkeitsrecht. Mit Ihnen zusammen als Team gründen – gestalten – beraten – controllen – verwalten oder prüfen wir Ihre Stiftung. Stiftungsmodelle im Rahmen von (Unternehmens-)Nachfolgeplanungen sind einer unserer Schwerpunkte. Unsere Tochtergesellschaft NEXIA STIFTUNGSZENTRUM GMBH ist Ihr kompetenter Ansprechpartner für die Verwaltung von treuhänderischen Stiftungen.

NEXIA bedeutet für Sie als (inter)national tätige Stiftung Kundennähe und Kompetenz:

- gute regionale Abdeckung und kurze Wege – unkompliziert und rasch
- Verbundenheit im lokalen Umfeld

Unsere Angebote – Ihre Vorteile

- Transparente und praxisbezogene Beratung für heute und übermorgen
- Dienstleistungen aus einer Hand

Wir begleiten Sie sicher auf Ihrem Weg, bei der Realisierung Ihrer Ziele und Visionen – gehen Sie also mit uns stiften!

www.nexia.de

ORCA VAN LOON

ORCA van Loon Communications

ORCA van Loon ist integraler Bestandteil von ORCA, einer dynamisch wachsenden Kommunikationsgruppe mit Sitz in Hamburg und Berlin. ORCA van Loon 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 individuell und zielgerichtet entwickelt und zu relevanten Wettbewerbsfaktoren ausgebaut.

Wir beraten Klienten aus unterschiedlichen Branchen – so auch Stiftungen und andere Non-Profit-Organisationen – und sind langjähriger Förderer des KOMPASS. Daher wissen wir: Für die Kommunikation rund um Stiftungen gelten besondere Rahmenbedingungen.

Die Kommunikation über die Stiftungsarbeit ist wichtig, um diese in der Öffentlichkeit bekannt zu machen und die Stiftungsziele optimal zu erreichen. Stiftungskommunikation muss strategisch und passgenau entwickelt werden – dann kann auch mit geringem Aufwand eine große Wirkung erzielt werden. Insbesondere in Zeiten sinkender Zinserträge.

Museum für Kommunikation Berlin

Museum für Kommunikation Berlin

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. Ein Museumscafé sowie ein Museumsshop runden das Angebot ab.

Bundesverband
Deutscher Stiftungen

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 3.800 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:

Cordula Beyer
Projektleiterin
Haus Deutscher Stiftungen
Mauerstraße 93 | 10117 Berlin
Telefon (030) 89 79 47-82
cordula.beyer@stiftungen.org

www.stiftungen.org/kompass

Impressum

Herausgeber:
Bundesverband Deutscher Stiftungen e. V.

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

Redaktion:
Cordula Beyer, Franziska Rötzsch

Fotos:
Soweit nicht anders angegeben liegen die Rechte der Fotos bei den jeweiligen nominierten Stiftungen.

Coverfoto: Carolin Regler; Juryfotos: Franziska Rötzsch; Broken hearts stiftung: Plakat „Nicht jeder hat die Wahl“ von Karolina Luka, Jennifer Eve Ramm; Bürgerstiftung Gerricus: Angelika Fröhling; Deutsche Kinder- und Jugendstiftung: DKJS/RAA; Herbert Quandt-Stiftung: Cosima Hanebeck; sk stiftung jugend und medien: Janet Sinica

Gestaltung, Satz:
Christian Mathis, stickfish productions

Druck:
Druckhaus Berlin-Mitte

Auflage:
250 Exemplare

Berlin, November 2013

Bundesverband Deutscher Stiftungen
Haus Deutscher Stiftungen
Mauerstraße 93 | 10117 Berlin
Telefon (030) 89 79 47-0 | Fax -71

Klimaneutral
gedruckt vom: DRUCKHAUS BERLIN-MITTE

www.stiftungen.org/kompass

Förderer des ***KOMPASS***^{2013}

SAL. OPPENHEIM
Privatbank seit 1789

NEXIA DEUTSCHLAND GMBH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
NEXIA INTERNATIONAL

ORCA VAN LOON