



□ ■ LEARNING  
□ □ FROM  
■ □ PARTNERS  
□ □ □ □  
□ ■ □ □

## REPORT 2015

NIEDERSÄCHSISCHE  
BINGO-UMWELTSTIFTUNG



LEARNING FROM PARTNERS

REPORT NIEDERSÄCHSISCHE BINGO-UMWELT-  
STIFTUNG 2015

## **HERAUSGEBER**

Centrum für soziale Investitionen und Innovationen  
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg  
Adenauerplatz 1  
69115 Heidelberg  
Telefon: 06221 54119-50  
Telefax: 06221 54119-99  
Email: [csi@csi.uni-heidelberg.de](mailto:csi@csi.uni-heidelberg.de)

## **PARTNER**

Fritz Thyssen Stiftung  
Gerda Henkel Stiftung  
Klosterkammer Hannover  
Niedersächsische Bingo-Umweltstiftung  
Niedersächsische Lotto-Sport-Stiftung  
Robert Bosch Stiftung  
Software AG-Stiftung  
Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft  
Stiftung Mercator  
VolkswagenStiftung  
Wilhelm Sander-Stiftung

## **TEXT, REDAKTION UND LAYOUT**

Volker Then, Martin Hölz, Georg Mildenerberger, Radost Natcheva,  
Katharina Enz, Julia Hildmann

© Centrum für soziale Investitionen und Innovationen  
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg, 2015

## **INHALT**

<b>A. VORWORT</b>	<b>7</b>
<b>B. EXECUTIVE SUMMARY</b>	<b>9</b>
<b>C. EINFÜHRUNG UND PROJEKTKONTEXT</b>	<b>11</b>
<b>D. FORSCHUNGSDESIGN UND DURCHFÜHRUNG</b>	<b>13</b>
<b>E. ORGANISATIONSPORTRÄT DER BINGO – UMWELTSTIFTUNG</b>	<b>15</b>
<b>F. ZUR AUSWERTUNG DER EINZELNEN DIMENSIONEN</b>	<b>16</b>
I. STRUKTURANGABEN DER PARTNER DER BINGO – UMWELTSTIFTUNG	16
II. ZUR ZUFRIEDENHEIT DER PARTNER	18
III. BEWERTUNG DER ADMINISTRATIVEN PROZESSE	21
IV. BEITRÄGE ZUM CAPACITY BUILDING	26
V. ZUR WAHRNEHMUNG DER BINGO – UMWELTSTIFTUNG	31
VI. ZUR TRANSPARENZ DER STIFTUNG	39
VII. FEEDBACK DER ABGELEHNTEN ANTRAGSTELLER	41
<b>G. FAZIT UND IMPLIKATIONEN DER LEARNING FROM PARTNERS-STUDIE     FÜR DIE BINGO-UMWELTSTIFTUNG</b>	<b>44</b>
<b>H. LITERATUR</b>	<b>46</b>



## A. VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

als besondere Organisationen der Zivilgesellschaft übernehmen Stiftungen wichtige Rollen und Funktionen. Nicht nur hat ihre Zahl in den vergangenen Jahren merklich zugenommen, auch das öffentliche Interesse an Stiftungen und ihren Aktivitäten ist gestiegen. Im Sinne ihres Stiftungszweckes entwickeln Stiftungen Förderprogramme und Projekte, um ihre Ziele zu erreichen. Dabei arbeiten Stiftungen mit einer Vielzahl an Partnern aus allen Sektoren der Gesellschaft zusammen.

Doch wie gestaltet sich diese Zusammenarbeit? Wie zufrieden sind die Partner mit „ihrer“ Stiftung? Welche Effekte ergeben sich durch die Förderung? Und wie werden Stiftungen von ihren Partnern wahrgenommen? Die Einschätzungen und Rückmeldungen der Partner tragen zur Professionalisierung des Stiftungshandelns bei. Als lernende Organisationen sind Stiftungen an einem Feedback ihrer Partner zu den angeführten Fragen sehr interessiert.

Das Forschungsprojekt Learning from Partners erhebt ein systematisches und umfassendes Feedback unter den Partnern von Stiftungen. Nach dem Erfolg der Pilotstudie aus dem Jahr 2012 freuen wir uns, Ihnen die Ergebnisse der zweiten Erhebungswelle präsentieren zu können. Darüber hinaus freuen wir uns, dass sich mit der vorliegenden Studie einige Einschränkungen der Pilotstudie aufgelöst haben.

Waren in der Studie 2012 noch überdurchschnittlich viele Partner mit einem wissenschaftlichen Hintergrund vertreten, nahmen an der Umfrage 2015 Stiftungspartner aus vielen unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen teil. Ausschlaggebend dafür war, dass sich das Förderkonsortium des Projektes von sechs auf elf Stiftungen nahezu verdoppelt hat und weitere Stiftungen dem Projekt beigetreten sind, die in vielen verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen aktiv sind. In diesem Zusammenhang möchten wir uns bei allen beteiligten Stiftungen für die Förderung und das damit verbundene Vertrauen sehr herzlich bedanken.

Durch das gewachsene Förderkonsortium bieten sich zudem Möglichkeiten, ähnlich arbeitende Stiftungen im Rahmen von Clustern eingehender zu untersuchen und so eine Plattform für einen gemeinsamen Austausch zwischen den Organisationen zu schaffen. Denn es lässt sich vermuten, dass spezifische Fragestellungen und Probleme nicht nur eine Stiftung allein betreffen.

Schließlich konnte mit der zweiten Erhebungswelle erstmalig im Sektor ein zeitlicher Längsschnittvergleich realisiert werden, der es ermöglicht, Organisationsentwicklungen von Stiftungen nachzuzeichnen. Für fünf Stiftungen, die sowohl 2015 als auch 2012 das Projekt gefördert haben, ist es nun möglich, in Form einer Trendstudie ein unmittelbares Feedback auf die internen Prozesse der Professionalisierung und Organisationsentwicklung zu geben, die in der Folge der Pilotstudie 2012 angestoßen wurden.

Für die befragten Partner der Stiftungen ist es offensichtlich von großem Interesse, ihre Einschätzungen und Rückmeldungen „ihrer“ Stiftung im Rahmen einer anonymen Online-Umfrage zurückzumelden. Das zeigt die Rücklaufquote, die im Vergleich zu 2012 nochmals gestiegen ist. In diesem Zusammenhang gilt unser herzlicher Dank allen Partnern der Stiftungen, die sich die Zeit genommen haben, an unserer Umfrage teilzunehmen, und so zu einem gelungenen Projektverlauf maßgeblich beigetragen haben. Als Autoren der Studie würden wir uns freuen, wenn das Learning from Partners-Projekt als überzeugender Evaluationsansatz für das Stiftungshandeln auf weiteres Interesse stieße.

Gespannt auf die anschließenden Diskussionen wünschen wir Ihnen eine interessante Lektüre und freuen uns gleichermaßen über Ihre Anmerkungen und Rückmeldungen.

Heidelberg, im September 2015



## **B. EXECUTIVE SUMMARY**

Learning from Partners ist ein wissenschaftliches Forschungsprojekt des Centrums für Soziale Investitionen und Innovationen (CSI) der Universität Heidelberg, das sich der systematischen Evaluation der Zusammenarbeit zwischen Stiftungen und ihren (Förder-)Partnern widmet. Über eine anonyme Online-Befragung werden die Partner der Stiftungen eingeladen, ihr Feedback zur Antragspraxis, zur Administration sowie zur Wahrnehmung der Stiftung zurückzumelden. Nach der Pilotstudie 2012 mit sechs teilnehmenden Stiftungen haben sich an der Follow-up-Studie im Jahr 2015 elf Stiftungen beteiligt.

### **Zur Zufriedenheit der Partner**

91,2% der Partner der Bingo-Umweltstiftung bewerten die Partnerschaft mit der Stiftung als sehr gut oder gut, dieser Wert zeugt von einer hohen Zufriedenheit. Im Kontakt mit ihrer Ansprechperson äußern sich 89,1% als sehr zufrieden oder zufrieden. Ein überdurchschnittlich hoher Prozentsatz von Förderpartnern (92,2%) identifiziert sich mit den Zielen der Stiftung und gab an, diese mit ihren Projekten zu befördern.

### **Bewertung der administrativen Prozesse**

Die Ausschreibungen der Bingo-Umweltstiftung konnten für 87,8 % der Antragssteller die zu fördernden Projekten gelungen darstellen. Die formalen Anforderungen an einen Antrag werden von über 73,7% der Befragten als klar und eindeutig bewertet. Dies zeugt von einer stabilen Organisationsstruktur in Hinblick auf die Darstellung der Fördermöglichkeiten.

Im Hinblick auf den administrativen Aufwand für die Projektpartner ergeben sich aus der vergleichenden Auswertung noch Optimierungsmöglichkeiten, mit 28,5% bewerteten überdurchschnittlich viele Förderpartner den Aufwand als befriedigend.

### **Beiträge zur Capacity Building**

Eine Förderung durch die Bingo-Umweltstiftung hat positive Auswirkungen auf institutioneller und individueller Ebene der Partner. Das Profitieren der eigenen Organisation durch die Förderung wurde von 57,5% der Partner zurückgemeldet. Des Weiteren hat sich ihre Fähigkeit, Projekte durchzuführen verbessert (55,4% an Zustimmung); gleichzeitig geben 51,3% der Partner an, dass sich ihre Fähigkeit, neue Projekte zu entwickeln verbessert habe. Die aktiven Unterstützungsformen schneiden durchschnittlich ab, mit Ausnahme des Eröffnens des Zugangs zur Presse, welcher sich positiv abhebt.

### **Zur Wahrnehmung der Bingo-Umweltstiftung**

Die Bingo-Umweltstiftung genießt laut 83,4 % ihrer Partner ein hohes Renommee und agiert in der Wahrnehmung von 81% verlässlich und mit klaren Zielvorgaben. Zudem gilt die Stiftung als anspruchsvolle Organisation (80%). Auch für ihre transparenten sowie innovativen Fähigkeiten schätzen sie über die Hälfte ihrer Partner (65,4% und 62,4%). Ebenso attestieren über die Hälfte ihrer Partner der Stiftung eine strategische Arbeitsweise (54,6 %). In Hinblick auf Transparenz und Flexibilität eröffnen sich durch die vergleichende Auswertung noch Optimierungsmöglichkeiten.

### **Zur Transparenz der Stiftung**

In der Phase der Antragstellung sind nahezu die Hälfte der Partner der Bingo-Umweltstiftung über das Zustandekommen der Entscheidung ihres Antrages informiert (20,5% sind vollständig und 26,8% teilweise informiert), diese Ergebnisse fallen verglichen mit dem Gesamtdurchschnitt leicht unterdurchschnittlich aus (22,4% vollständig und 26,8 % teilweise informiert). Befragt man hingegen nur die geförderten Partner nach der Transparenz der Entscheidungsprozesse, so sind die Befragten bei ihren positiven Antworten etwas zurückhaltender als in der Phase der Antragstellung, 13,5% vergaben eine sehr gute und 31,1% eine gute Wertung.

### **Feedback der abgelehnten Antragsteller**

Die abgelehnten Antragsteller bei der Bingo-Umweltstiftung sind im Vergleich zum Durchschnitt dieser Gruppe zwar weniger zufrieden, jedoch erhielten 41,7% der abgelehnten Antragssteller der Stiftung Hinweise zur Verbesserung ihres Antrages mitgeteilt.

## C. EINFÜHRUNG UND PROJEKTKONTEXT

Learning from Partners ist ein wissenschaftliches Forschungsprojekt des Centrums für Soziale Investitionen und Innovation (CSI) der Universität Heidelberg und widmet sich der systematischen Evaluation des Kooperationsverhältnisses zwischen Stiftungen und ihren (Förder-) Partnern<sup>1</sup>. Im Mittelpunkt der Studie, die 2014/2015 zum zweiten Mal durchgeführt wurde, steht das Ziel, ein qualifiziertes und systematisches Feedback von Antragstellern, Fördermittelempfängern und Kooperationspartnern deutscher Stiftungen einzuholen, das Aufschluss über die Arbeitsweise der jeweiligen Stiftung, die organisationale Aufstellung sowie die Umsetzung der Stiftungsstrategie geben soll. Nach dem Erfolg der Pilotstudie, die in den Jahren 2011/2012 mit sechs teilnehmenden Stiftungen durchgeführt wurde<sup>2</sup>, haben sich am Follow-up-Projekt nunmehr elf Stiftungen beteiligt und das Forschungsprojekt gefördert. Es sind dies die Fritz Thyssen Stiftung für Wissenschaftsförderung, die Gerda Henkel Stiftung, die Klosterkammer Hannover, die Niedersächsische Bingo-Umweltstiftung, die Niedersächsische Lotto-Sport-Stiftung, die Robert Bosch Stiftung, die Software AG-Stiftung, der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft<sup>3</sup>, die Stiftung Mercator, die VolkswagenStiftung sowie die Wilhelm Sander-Stiftung. Fünf der elf genannten Stiftungen waren bereits in der ersten Welle des Projektes beteiligt, so dass sich für diese Stiftungen neben den Querschnittsergebnissen aus der Erhebung 2015 auch weitere Aussagen zu Entwicklungen und Veränderungen der Organisation treffen lassen.

In seiner grundlegenden Idee orientierte sich Learning from Partners am US-amerikanischen „Grantee Perception Report“, stellt jedoch ein eigenständiges und unabhängiges Evaluationsprojekt dar, das spezifisch auf die Eigenschaften und Besonderheiten kontinentaleuropäischer Stiftungen hin konzipiert wurde; das Erhebungsinstrument eignet sich sowohl für reine Förderstiftungen als auch für fördernde und operativ arbeitende Stiftungen. Mit der nun vorliegenden zweiten Erhebungswelle konnte das Instrument weiter etabliert werden. Es trägt zur Optimierung des Stiftungswesens bei „im Sinne nachhaltiger, zielgerichteter Veränderungen und Verbesserungen, die sowohl bei den einzelnen Stiftungen als auch im gesamten Sektor ansetzen können“<sup>4</sup>. Für beide Ebenen sollen kurz die Vorteile des Projekts vorgestellt sowie eine Einordnung im Kontext der Evaluationsforschung vorgenommen werden.

Den Stiftungen, die sich für eine Evaluation im Rahmen von Learning from Partners entscheiden, bietet das Projekt die Möglichkeit, aus der Perspektive ihrer Partner wichtige und wertvolle Erkenntnisse in Hinblick auf die Ausrichtung der Stiftung und ihrer Aktivitäten zu erhalten. Die Ergebnisse können als Entscheidungsgrundlage für die strategische und operative Steuerung dienen, sie ermöglichen einen Abgleich von Selbst- und Fremdbild der Stiftung und können zudem auch öffentlichkeitswirksam eingesetzt werden. Die Ergebnisse der Learning from Partners-Studie geben Auskunft darüber, welches Ansehen die Stiftung bei ihren Stakeholdern genießt und ob die Entscheidungen über die Vergabe von Mitteln auf Akzeptanz treffen. Damit tragen sie dazu bei, die Legitimität der Stiftungsaktivitäten und der Organisationsform Stiftung im Allgemeinen zu erheben. Der Ansatz von Learning from Partners geht dabei über die Programmebene hinaus und fokussiert auf die Stiftung in ihrer Ganzheit, wobei die Performanz der Stiftung in ihren unterschiedlichen Organisationseinheiten und Prozessen (Administration, Kommunikation, Begutachtungsverfahren) im Zentrum steht.

1 Die gewählte männliche Form (Partner, Mitarbeiter) bezieht immer gleichermaßen weibliche Personen mit ein.

2 CSI (2012)

3 Aus Gründen der Lesbarkeit wird der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft in dieser Studie ebenfalls als „Stiftung“ bezeichnet, obwohl er nach der juristischen Form als e.V. organisiert ist.

4 CSI (2012): 8

Die Evaluationsergebnisse aus Learning from Partners schaffen somit die Grundlage für eine weitere Professionalisierung des individuellen Stiftungshandelns.

Für den deutschen Stiftungssektor geben die Ergebnisse der Learning from Partners-Studie exemplarisch Aufschluss über die Ziele und Aktivitäten von Stiftungen, über ihr Wirken in der Gesellschaft sowie über ihr Ansehen in der breiteren Öffentlichkeit. Aufgrund der Tatsache, dass sich das Trägerkonsortium der fördernden Stiftungen in dieser zweiten Erhebungswelle nahezu verdoppelt hat, konnte eine größere Anzahl an Partnern adressiert und somit die Reichweite des Projektes vergrößert werden. Ein zusätzlicher Vorteil der größeren Anzahl beteiligter Stiftungen ist darin zu sehen, dass sich nun nicht allein ein Cluster an wissenschaftsfördernden Stiftungen bilden lässt, sondern dass auch andere, ähnlich aufgestellte und arbeitende Stiftungen zu einem Cluster gruppiert werden können, um nicht nur aus dem Feedback der Partner, sondern auch voneinander zu lernen; denn es lässt sich vermuten, dass spezifische Fragestellungen und Probleme nicht nur eine Stiftung allein betreffen. Die so geschaffene Plattform für einen Austausch erleichtert die Diskussion und letztlich auch die Verständigung über mögliche Lösungsansätze.

Jedoch stellt das Learning from Partners-Projekt keine Studie zur Wirkungsmessung von Stiftungen dar; hierzu wäre ein anderer methodischer Ansatz und Zuschnitt notwendig.<sup>5</sup> Im Kontext der Evaluationsforschung positioniert sich Learning from Partners als eine Kombination aus Elementen der Kundenzufriedenheitsforschung (customer satisfaction) mit dem übergreifenden, neutral gedachten Ansatz der „goal free evaluation“<sup>6</sup>. „Als Vorteile der zielfreien Evaluation werden angeführt, dass die aufwändige, zeitraubende und schwierige Bestimmung und Gewichtung von Programmzielen wegfällt, eine zielfreie Evaluation die laufende Programmdurchführung weniger stört, weil die Akteure nicht Rechenschaft ablegen müssen, eine soziale, perzeptuelle und kognitive Beeinflussung der Evaluatoren weniger wahrscheinlich ist, da diese mit der Programmleitung und dem Personal weniger Kontakt haben, sie reversibel ist, d.h. in einer späteren Phase der Evaluation in eine zielorientierte Evaluation münden kann“.<sup>7</sup> Mittels der Verbindung dieser beiden Ansätze adressiert Learning from Partners die ‘Kunden’, also die Partner der entsprechenden Stiftungen, und befragt sie über ihre vielfältigen Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit der Stiftung, ohne vorab Wertungen vorzunehmen. Das Erhebungsinstrument orientiert sich dabei am idealtypischen Ablauf einer Zusammenarbeit zwischen der Stiftung und ihren Partnern und fokussiert auf vier Dimensionen: die Zufriedenheit der Partner, die Bewertung der administrativen Prozesse, die Beiträge zum Capacity Building sowie die Wahrnehmung und Positionierung der Stiftung im Sektor und in der breiteren Öffentlichkeit.

<sup>5</sup> Vgl. hierzu Then & Schober (2015)

<sup>6</sup> Youker & Ingraham (2013)

<sup>7</sup> Stockmann & Meyer (2014): 133

## D. FORSCHUNGSDESIGN UND DURCHFÜHRUNG

Die empirische Studie Learning from Partners II ist als zweite Erhebung eines langfristig angelegten, replikativen Surveys konzipiert. In gewisser Weise ähnelt die methodische Anlage und Durchführung dem ALLBUS: „indem Fragenprogramme vollständig oder teilweise in regelmäßigen Zeitabständen wiederholt werden, soll die Bildung von langen Zeitreihen für soziologisch relevante Variablen ermöglicht werden. Um sicherzustellen, dass gemessene Veränderungen „wahren“ Wandel abbilden, ist dabei besonderer Wert auf die Vergleichbarkeit der Messungen über die Zeit zu legen“.<sup>8</sup> Methodisch schließt die Studie Learning from Partners II an das Untersuchungsdesign der Pilotstudie aus den Jahren 2011/2012 an und kann zu den Trendstudien gezählt werden<sup>9</sup>. Die Trendstudie besteht aus einzelnen Querschnittsuntersuchungen, die das Verhältnis und den Austausch zwischen Stiftungen und ihren Partnern zu unterschiedlichen Zeitpunkten analysieren. Grundlage und Kern ist dabei ein standardisierter Fragebogen, der die Basis für die Onlinebefragung darstellt und der zwischen 2012 und 2015 nur marginal angepasst und verändert wurde. Somit ist es möglich, eine vergleichende Ergebnisdarstellung für die Stiftungen zu erstellen, die bereits zum zweiten Mal das Projekt Learning from Partners fördern.

Da jede Erhebungswelle im Rahmen von Learning from Partners eine eigenständige Evaluation darstellt, ist es für Stiftungen jederzeit möglich, dem Forschungsprojekt beizutreten. Nicht nur der Längsschnitt, sondern auch jede Querschnittsuntersuchung ist vergleichend angelegt und positioniert die Stiftung mit ihren individuellen Ergebnissen in Relation zu den Gesamtergebnissen aller durchgeführten Umfragen einer Erhebungswelle.

Da für die Partner jeder teilnehmenden Stiftung je eine individuelle Online-Umfrage in Lime Survey programmiert wurde, konnten leichte Anpassungen vorgenommen werden: die Verwendung des Klarnamens der Stiftung ermöglicht eine größere Eindeutigkeit, die unterschiedlichen Bezeichnungen der Förderangebote<sup>10</sup> konnten entsprechend berücksichtigt und organisationsspezifischen Merkmalen wie einem zweistufigen Antragsverfahren Rechnung getragen werden. So gelang es, den Erkennungswert der Stiftung und die Eindeutigkeit der Umfrage für die Partner zu erhöhen und in der Auswertung der Ergebnisse die Teilgesamtheiten der antwortenden Partner der entsprechenden Stiftung zuzuordnen.

Als Grundgesamtheit der einzelnen quantitativen Online-Befragungen fungieren alle Personen und Organisationen, die zu den untersuchten Zeitpunkten - bei Learning from Partners II im Jahr 2014 – einen Antrag an die Stiftung gestellt hatten, der bewilligt oder abgelehnt wurde, eine laufende Projektförderung erhielten oder Kooperationspartner der Stiftung waren. Mit der durchgeführten Erhebung kann eine Momentaufnahme der Situation dieser Partner in Hinblick auf den Kontakt und die Zusammenarbeit mit der entsprechenden Stiftung ermittelt werden. Die Zusammensetzung der Stichprobe – hier die Gesamtheit aller befragten Partner für das Jahr 2014 – wird durch die stiftungsinterne Zusammenstellung garantiert. Durch das gewählte Forschungsdesign der Trendstudie können zusätzlich auch „Aussagen über Wandel und Stabilität auf Aggregatebene getätigt werden“<sup>11</sup>. Es wird eine organisationale Beobachtung der Stiftung im Zeitverlauf erreicht, so dass organisationsspezifische Informationen und Potentiale zur internen Prozessoptimierung und letztlich zur Professionalisierung des Stiftungshandelns identifiziert werden können.

<sup>8</sup> Koch & Wasmer (2004): 13

<sup>9</sup> Stein (2014): 143

<sup>10</sup> Z.B. „Themenbereich“, „Förderbereich“, „Förderinitiative“

<sup>11</sup> Stein (2014): 143

Vor der Erhebung wurde der marginal veränderte Fragebogen mittels vier kognitiver Pretest-Interviews<sup>12</sup> auf seine Passung und Verständlichkeit hin überprüft. Angesichts des gewachsenen Förderkonsortiums und der damit einhergehenden größeren Heterogenität der Partner wurden geeignete Kandidaten für den Pretest erneut nach den Kriterien: bewilligt – nicht bewilligt – Förderart ausgewählt und interviewt. Auf Basis der Interviews wurde das Erhebungsinstrument leicht überarbeitet. Dabei wurde es überwiegend sprachlich verbessert, leichter verständlich und auch breiter anwendbar gestaltet.

Die computergestützte Online-Umfrage wurde mit der Open Source Software Lime Survey in der Zeit vom 19. Januar bis 6. März 2015 durchgeführt. Es wurden elf stiftungsindividuelle, inhaltlich identische Umfragen programmiert, die die Klarnamen und Charakteristika der Stiftungen berücksichtigten. Im Rahmen der Befragung wurden die Partner per E-Mail mit individuellen Zugangscodes zur Befragung eingeladen. Eine Online Erhebung gewährleistet die Anonymität der Teilnehmerinnen und Teilnehmer und schließt Fehler bei der Datenerfassung aus.<sup>13</sup> Die Anonymität der Antwortenden wurde durch eine Voreinstellung der Umfrage zusätzlich garantiert: indem der Zugangscodes nicht mit den Antworten verknüpft gespeichert wurde, wurde eine Rückverfolgung der eingegangenen Antworten ausgeschlossen. Im genannten Erhebungszeitraum wurden 10.510 Partner der elf Stiftungen per E-Mail zur Umfrage eingeladen; an der Umfrage teilgenommen und ihren vollständig ausgefüllten Antwortdatensatz abgesandt haben 3.399 Partner. Dies entspricht einer für eine Online Umfrage sehr guten Rücklaufquote von 32,3%, die im Vergleich zur Erhebung 2012 (30,5%) noch einmal besser ausfiel.

---

12 Prüfer & Rexroth (2005)

13 Wagner, P. & Hering, L. (2014): 661 ff.

## E. ORGANISATIONSPORTRÄT DER BINGO – UMWELTSTIFTUNG

Eine knappe Organisationsbeschreibung dient der Kontextualisierung der Ergebnisse; diese Vorbemerkung ist der Tatsache geschuldet, dass die im Konsortium von Learning from Partners vertretenen Stiftungen in ihrer Zielsetzung, Ausrichtung und Organisationsstruktur große Unterschiede aufweisen. Da die stiftungsindividuell erzielten Ergebnisse an den Durchschnittsergebnissen gespiegelt werden, in die alle elf durchgeführten Umfragen einfließen, bereitet die kurze Darstellung der Stiftungsstruktur und der Stiftungsziele den Boden für die Besonderheiten, die bei der Betrachtung und Analyse der einzelnen Ergebnisse mit berücksichtigt werden müssen.

Die Niedersächsische Bingo-Umweltstiftung wurde 1989 als Niedersächsische Umweltstiftung gegründet und fördert ergänzend zu staatlichen Pflichtaufgaben Umwelt- und Naturschutzprojekte sowie Projekte zugunsten der Entwicklungszusammenarbeit und der Denkmalpflege. Auf der Grundlage des Niedersächsischen Glücksspielgesetzes stehen Landesmittel in Höhe von jährlich mindestens 4,5 Mio. Euro zur Verfügung. Eine wesentliche Quelle sind Erträge aus Lottereeinnahmen; hierbei ist vor allem die Bingo-Umweltlotterie zu nennen. Die Stiftung ist sowohl fördernd als auch operativ tätig.

Die Prüfung der Anträge und die fortlaufende Begleitung der Projekte bis hin zu ihrer fachlichen Abnahme in Form des Verwendungsnachweises und durch Vorortkontrollen werden von sieben Mitarbeitern in der Geschäftsstelle in Hannover übernommen. Die Gremien Vorstand, Umweltrat und Kuratorium entscheiden über größere Projekte und beschließen über Grundsatzangelegenheiten der Stiftung. Gefördert werden können Projekte bis zu einer Laufzeit von 36 Monaten, die von juristischen Personen des privaten und öffentlichen Rechts (z.B. Vereine, Anstalten und Körperschaften des öffentlichen Rechts, Stiftungen, Kommunen) eingereicht werden. Der Antragsteller muss dabei seinen Sitz in Niedersachsen haben. Anträge von Privatpersonen, bereits laufende Projekte sowie Maßnahmen, für die grundsätzlich eine öffentlich-rechtliche Verpflichtung besteht, können nicht berücksichtigt werden.

Besonderer Wert wird bei Anträgen auf die folgenden Qualitätskriterien gelegt: Ein zentrales Element bei Projekten ist die Förderung des ehrenamtlichen Engagements. Zudem werden eine nachhaltige Wirksamkeit und ein langfristiger Erhalt der geförderten Maßnahmen erwartet. Gerne unterstützt die Stiftung kleine, effiziente, praktische, konkrete Projekte, insbesondere unter Beteiligung von Kindern und Jugendlichen. Dass die Maßnahmen Vorbildcharakter für andere haben, wird ebenfalls begrüßt.

Derzeit werden jährlich etwa 400 bis 500 Projekte mit einem Fördervolumen von rund 6 Mio. Euro gefördert.

## F. ZUR AUSWERTUNG DER EINZELNEN DIMENSIONEN

In den folgenden Kapiteln werden die erzielten Ergebnisse aus der Umfrage für die Partner der Bingo-Umweltstiftung im Vergleich zum Durchschnitt aus allen elf Umfragen (Gesamtsample) vorgestellt. Die Gliederung orientiert sich an den Dimensionen, die im Erhebungsinstrument berücksichtigt wurden. Abgesehen von den Angaben zu den Strukturdaten wurden bei der Auswertung die Daten gewichtet, so dass alle elf Stiftungen im Gesamtsample gleichermaßen repräsentiert sind. Die Auswertung unter Kapitel VII basiert auf einem Subsample, das ausschließlich aus abgelehnten Antragstellern besteht.

### I. Strukturangaben der Partner der Bingo – Umweltstiftung

Zur Teilnahme an der Umfrage Learning from Partners II wurden 389 stiftungsintern ausgewählte Partner der Bingo-Umweltstiftung eingeladen. Unter den ausgewählten Partnern befinden sich Personen und Organisationen, die im Jahr 2014 eine Förderung durch die Stiftung erhielten, einen Antrag einreichten, der nicht bewilligt wurde oder Kooperationen unterhielten. Im Erhebungszeitraum vom 28.01. bis 6.03.2015 klickten 298 Partner auf den Link zur Umfrage, 205 Partner füllten die Umfrage letztlich vollständig aus. Dies ergibt eine für eine Online Umfrage sehr gute Rücklaufquote von 52,7%. Unter den vollständig ausgefüllten Antwortdatensätzen befinden sich die Angaben von 193 bewilligten und 12 abgelehnten Antragstellern.

In den folgenden Abbildungen können die Antragssteller der Bingo-Umweltstiftung verteilt nach ihrer Herkunftsorganisation betrachtet werden. Entsprechend allgemeiner Vorbedingungen, welche die Stiftung für die Förderernennung eines Antrages vorgibt, kommt die größte Gruppe an Antragstellern aus Vereinen (47,8%). An zweiter Stelle stehen Antragsteller aus Non-Profit-Organisationen mit 11,7%. Jeweils zu knapp 10% sind Schulen und Öffentliche Einrichtungen vertreten, andere Stiftungen sind zu 6,3% im Antwortsample vertreten. Nur vereinzelt finden sich Angaben von Kindergärten, Museen oder gGmbH wieder.

Die mit Abstand größte Gruppe hat bei der Bingo-Umweltstiftung einen Antrag auf Projektförderung gestellt (97,1%). Die Übernahme von Eigenprojekten sowie Anträge auf Tagungsförderung oder Druckkostenzuschüsse sind nur marginal vertreten.

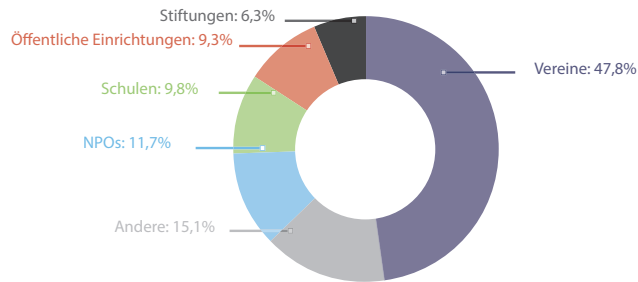
Die Antragsteller der Bingo-Umweltstiftung wurden gefragt, wie häufig sie Anträge auf Förderung bei der Stiftung während der vergangenen fünf Jahre stellten. Aus den Ergebnissen ist ersichtlich, dass die größte Gruppe (44,9%) zum ersten Mal einen Förderantrag bei der Bingo-Umweltstiftung gestellt hat. Weitere 42,9% der Befragten gaben an, zwischen zwei und vier Anträgen in der Zeit gestellt zu haben. Knapp 12 % der Partner lassen sich als vergleichsweise erfahrene Antragsteller bei der Bingo-Umweltstiftung bezeichnen, diese haben für die gegebene Zeit mehr als fünf Anträge gestellt.

Doch lediglich für 21% der Antragssteller ist ihr Antrag auf Förderung bei der Bingo-Umweltstiftung gleichzeitig ihr erster. Die Werte in der Abbildung zeigen, dass 39,5 % der Antragssteller in den letzten fünf Jahren generell zwischen zwei und vier Anträge stellten. Zudem wird ersichtlich, dass ungefähr 37 % als sehr erfahrene Antragsteller charakterisiert werden können, bei mehr als fünf Anträgen ist diese Interpretation nicht abwegig.

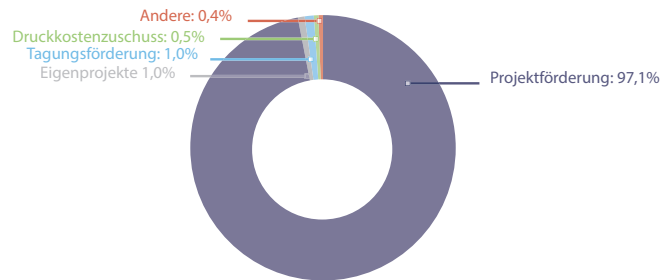


**Abb. 1-4: Strukturdaten der Partner der Bingo-Umweltstiftung**

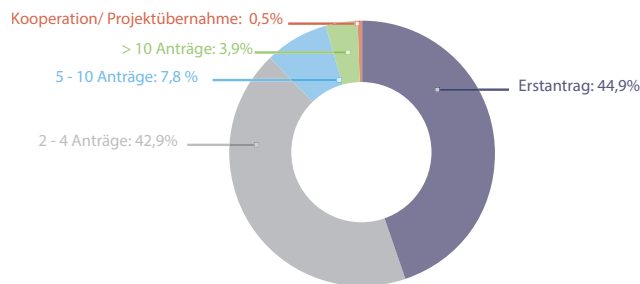
Herkunftsorganisation der Partner



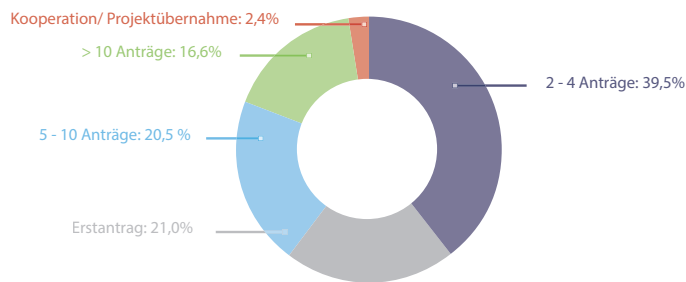
Art der Förderung



Häufigkeit der Antragsstellung während der vergangenen 5 Jahre (bei der Stiftung)



Häufigkeit der Antragsstellung während der vergangenen 5 Jahre (bei jedweder Förderorganisation)



## II. Zur Zufriedenheit der Partner

Ein wichtiges Augenmerk in der Studie bildet das Thema Zufriedenheit, das sich für den Kontakt und die Zusammenarbeit mit der Stiftung eruieren lässt.

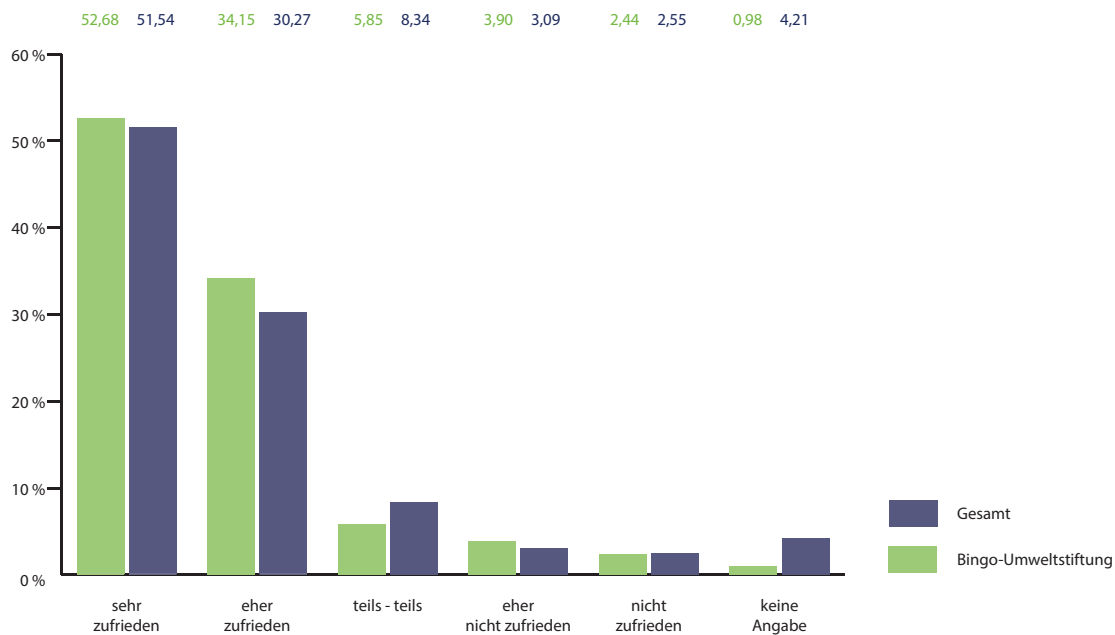
In der Abbildung 5 finden sich die Zufriedenheitswerte der Partner der Bingo-Umweltstiftung in der Phase der Antragstellung. Auffallend in diesem Vergleich ist, dass die Partner der Bingo-Umweltstiftung in der Phase der Antragsstellung überdurchschnittlich zufrieden sind. 52,7% gaben an, sehr zufrieden gewesen zu sein, weitere 34,2% waren eher zufrieden. Beide Ergebnisse liegen über dem Durchschnitt des Gesamtsamples. Am anderen Ende der Skala finden sich, wenn auch in geringerem Maße, Angaben von Antragstellern, die sich kritisch äußern und weniger oder nicht zufrieden sind. Die qualitativen Angaben ermöglichen einen kleinen Einblick für die Bingo-Umweltstiftung zu positiven sowie kritischeren Aussagen ihrer Partner:

*„Es gab sehr informative Gespräche mit konstruktiven Hinweisen und sehr guten Empfehlungen auch in der Sache.“*

*„Der persönliche Kontakt mit der Umweltstiftung ist Super! Der Antrag ist eine Tortur! „*

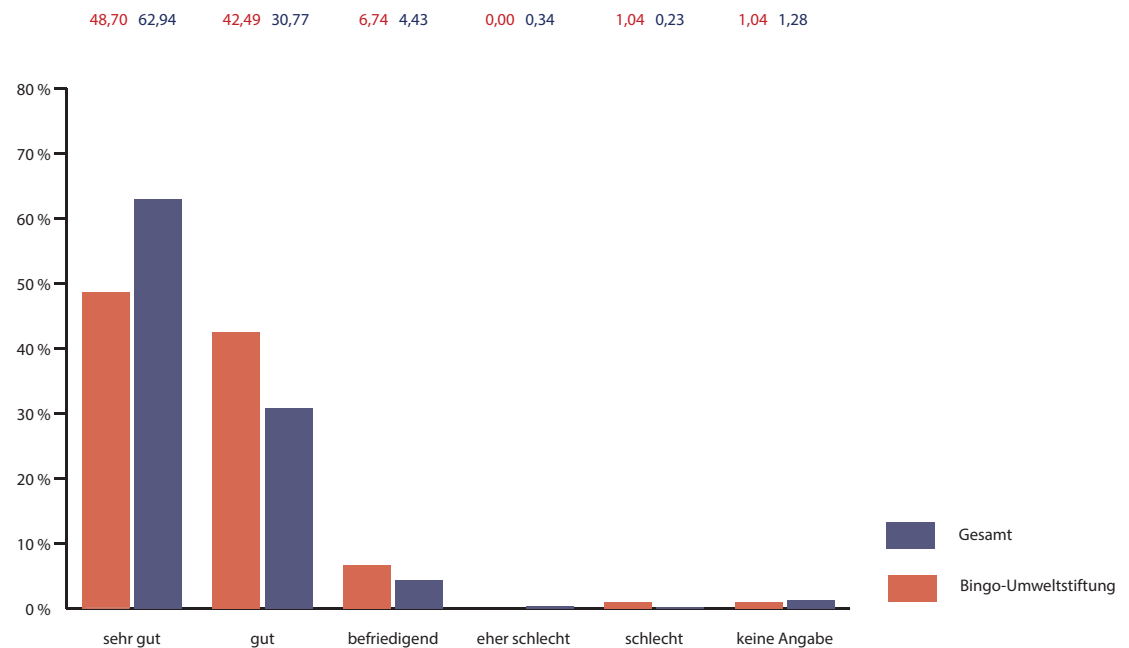
*„Fragen/Probleme seitens Bingo sollten einfacher u. schneller (Mail- Telefon) erfolgen.“*

**Abb. 5: Wie zufrieden waren Sie während der Phase der Antragstellung insgesamt mit dem Kontakt zur Stiftung?**



Die Frage der Bewertung der Partnerschaft konnte nur von den Förderpartnern beantwortet werden. Zwar bewerten 48,7% der Förderpartner ihre Partnerschaft mit der Bingo-Umweltstiftung als sehr gut, der Referenzdurchschnitt des Gesamtsamples fällt jedoch mit knapp 63% deutlich höher aus. Addiert man die überdurchschnittlichen Prozentwerte der Partner, die eine gute Wertung vergaben (42,5%), so liegt die Stiftung wieder auf Höhe des Durchschnitts. Mit 6,7% sind es zudem leicht überdurchschnittlich viele Partner, die eine befriedigende Wertung vergaben. Im kumulierten Durchschnitt dokumentieren die Werte eine hohe Zufriedenheit unter den Partnern der Bingo-Umweltstiftung während der Förderphase, Optimierungsmöglichkeiten bleiben auf hohem Niveau jedoch bestehen.

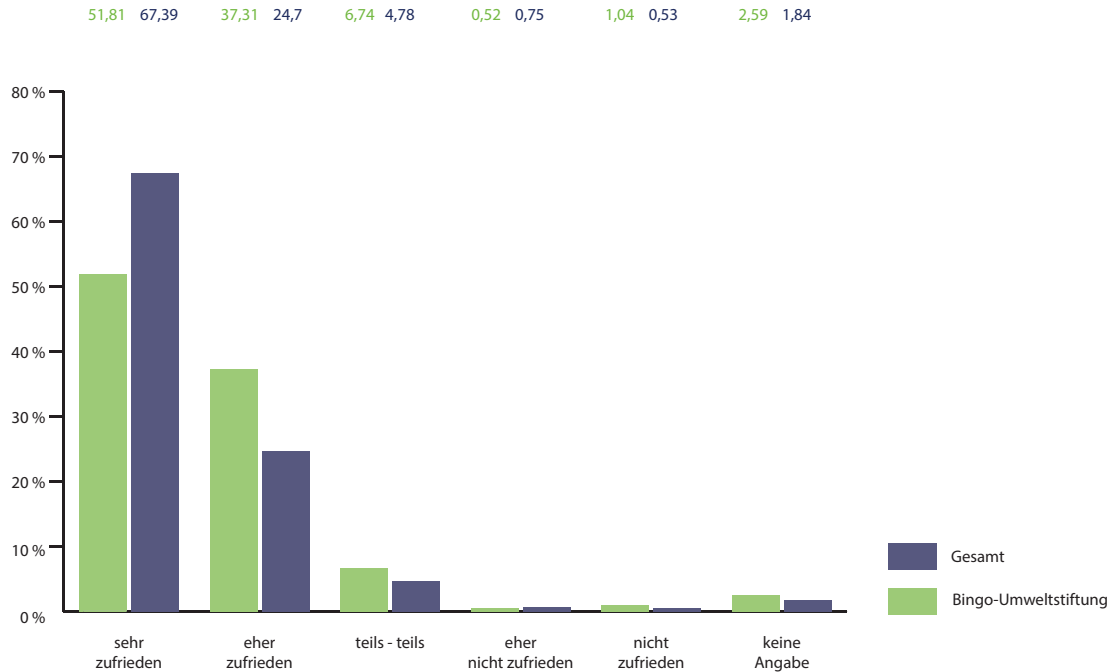
**Abb. 6: Wie bewerten Sie die Partnerschaft mit der Stiftung insgesamt?**



Wie zufriedenstellend die Kommunikation zur Ansprechperson in der Stiftung für die geförderten Partner verläuft, zeigt Abbildung 7. Zu 51,8% sind die Partner mit der Kommunikation zur Ansprechperson in der Bingo-Umweltstiftung sehr zufrieden, weitere 37,3% äußern sich eher zufrieden. Diese erfolgreichen Werte von zusammengenommen knapp 90 % sprechen für eine gute Kommunikation zur Ansprechperson innerhalb der Bingo-Umweltstiftung. Die kumulierten Referenzwerte in der Frage zur Kommunikation zur Ansprechperson fallen im Gesamtsample mit 92% minimal besser aus, doch ähnlich wie bei der Frage nach der Bewertung der Partnerschaft ist die Anzahl der sehr zufriedenen Partner der Bingo-Umweltstiftung um 15,6% geringer, die Anzahl der eher zufriedenen dagegen höher. Die Partner der Bingo-Umweltstiftung bewerten die Kommunikation zur Ansprechperson als erfolgreich, lassen jedoch erkennen, dass die Kommunikation noch positiver gestaltet werden kann und optimierungswürdig ist. In den offenen Angaben, die zu dieser Frage möglich waren, spiegelt sich dies wider:

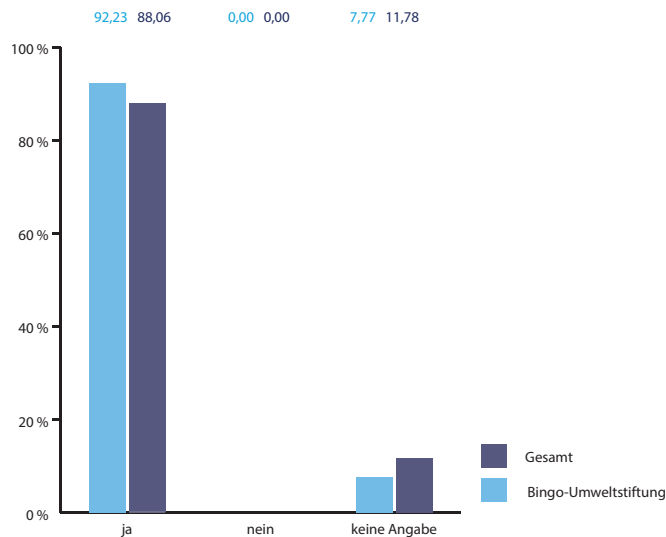
*„Wenn erreichbar, dann sehr fachkompetente Beratung und Unterstützung“*

**Abb. 7: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Kommunikation mit Ihrer Ansprechperson innerhalb der Stiftung?**



Die rhetorische Frage, ob ihr Projekt die stiftungseigenen Ziele befördere, wurde den be-willigten Partnern aus mehreren Gründen gestellt: sie zielt darauf ab, ob die thematische Ausrichtung der Stiftung erfolgreich nach außen kommuniziert wird und infolgedessen sich die Partner mit den stiftungseigenen Zielen in ihren eigenen Projekten identifizieren können. So haben 92,2 % der Partner bestätigt, dass ihr Projekt die Ziele der Bingo-Umweltstiftung unterstützt. Im Referenzdurchschnitt fiel der Wert mit 88,1% etwas niedriger aus. Das positive Resultat bestätigt, dass die Mehrheit der Partner der Stiftung sich mit ihren Zielen identifizieren.

**Abb. 8: Mein Projekt befördert die Ziele der Stiftung.**

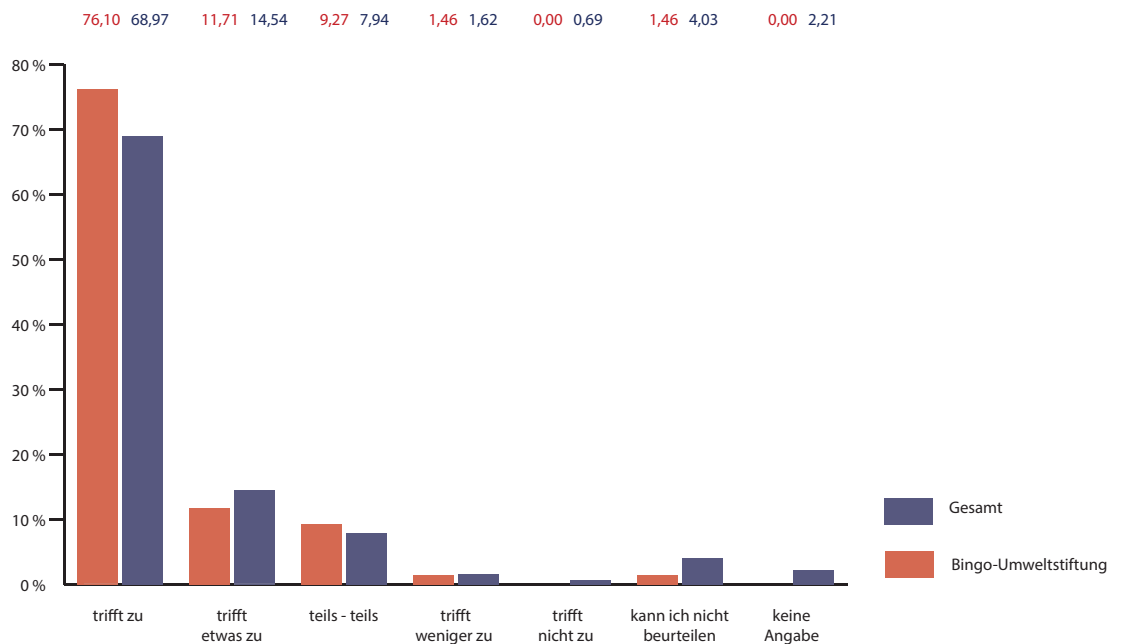


### III. Bewertung der administrativen Prozesse

Das Verhältnis zwischen Stiftungen und ihren Partnern wird mittels zahlreicher administrativer Prozesse strukturiert und geprägt. Da Learning from Partners als Ansatz der Organisationsevaluation angelegt ist, ist die Bewertung der administrativen Elemente wesentlich, um über die Organisationsstruktur und die Performanz der Stiftungen Auskunft geben zu können. Zur Bewertung der administrativen Prozesse gingen zahlreiche Fragen in das Erhebungsinstrument ein, wobei der Schwerpunkt auf der Phase der Antragstellung lag.

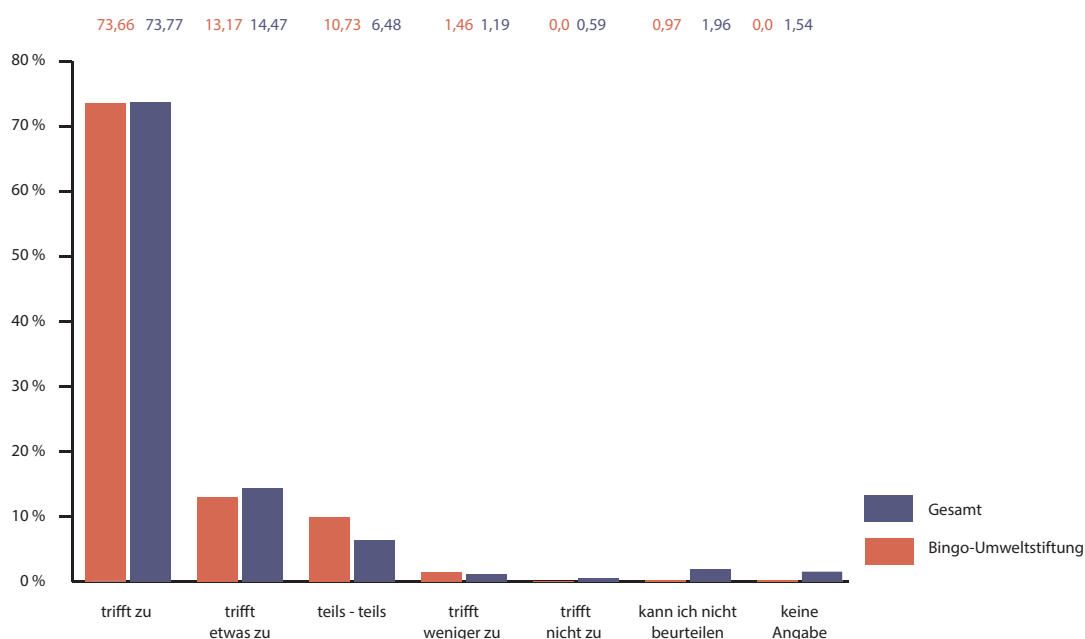
Die erste Frage widmete sich der „Angebotsdarstellung“ der Stiftung. Sie wurde allen Antragstellern gestellt und fokussierte auf die Ausschreibungen der Bingo-Umweltstiftung. Die Eindeutigkeit der formalen und inhaltlichen Informationen in den Ausschreibungen von der Bingo-Umweltstiftung bestätigen 76,1 % der Partner, weitere 11,7% der Partner finden den Informationsgehalt der Ausschreibungen partiell eindeutig. 9,3% der Partner äußern sich uneinheitlich, die Anzahl derer, die sich einer schlechten Einschätzung zuordnen oder keine Angabe machen können, fällt vergleichend betrachtet jeweils unterdurchschnittlich aus.

**Abb 9: Aus den Ausschreibungen oder Informationen der Stiftung geht klar hervor, welcher Typ an Projekten gefördert wird.**



Die Antragstellung bei einer Stiftung geht mit formalen, organisationsspezifischen Anforderungen einher, die seitens der Stiftung kommuniziert werden. Die Eindeutigkeit dieser formalen Anforderungen haben alle Antragsteller der Bingo-Umweltstiftung bewerten können. Ein Großteil der Befragten bewertet die formalen Anforderungen als eindeutig, mit 73,7% fällt der Prozentsatz nahezu identisch zum Anteil im Gesamtsample aus; für weitere 13,2% der Partner sind die formalen Anforderungen teilweise eindeutig. Der Anteil der Partner, der die Eindeutigkeit nicht beurteilen konnte oder keine Angabe machte, fällt im Vergleich unterdurchschnittlich aus. Somit lässt sich für die Bingo-Umweltstiftung festhalten, dass ihre Hinweise für Antragsteller sowie die Anforderungen an einen Antrag größtenteils als klar und eindeutig wahrgenommen und eingeschätzt werden.

**Abb. 10: Die formalen Anforderungen an einen Antrag sind eindeutig.**



Eine weitere Frage im Bereich der Administration widmet sich der Transparenz und den Kommunikationswegen nach Einreichung der Anträge (Abb. 11). Mit 26,3% gaben unterdurchschnittlich viele Partner an, vollständig über den weiteren stiftungsinternen Verlauf informiert gewesen zu sein. Teilweise informiert waren 42,4% der Partner, hier wieder ein vergleichend betrachtet leicht überdurchschnittlicher Prozentsatz. Eher nicht informiert sahen sich 14,2% der Befragten. In den qualitativen Angaben, die zu dieser Frage möglich waren, spiegeln sich die Streuungen wider. Positiv berichtet ein Partner:

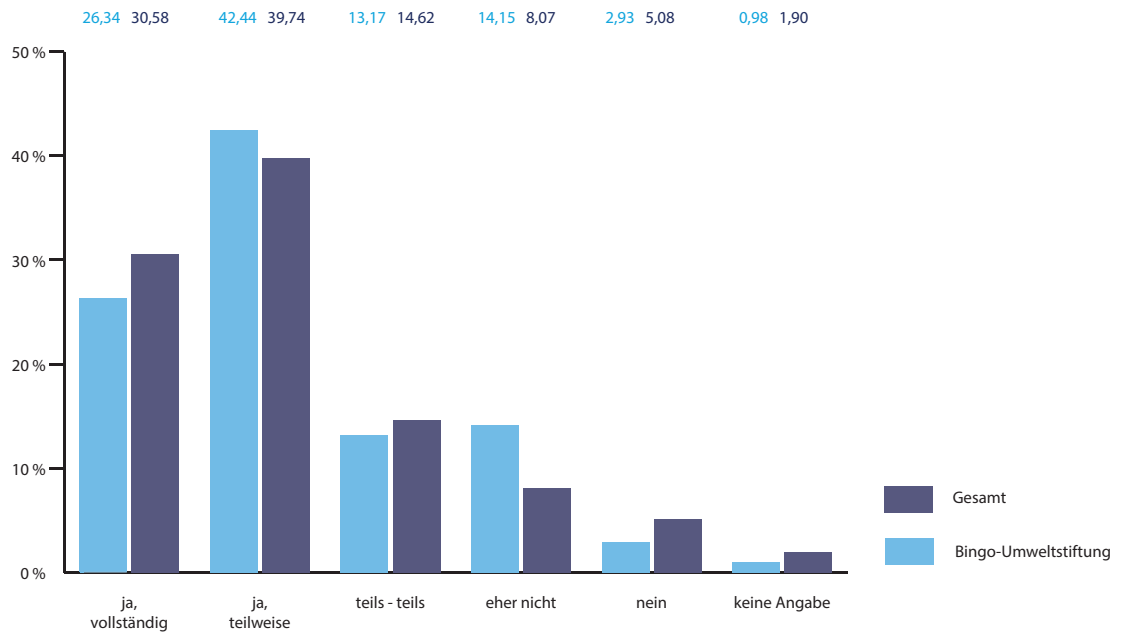
*„Ist in der Regel zeitnah nach Erhalt der Eingangsbestätigung telefonisch bzw. auch schriftlich mitgeteilt worden.“*

Bewertungen am negativen Ende der Skala werden wie folgt kommentiert:

*„Da die Höhe der beantragten Summe von verschiedenen Ebenen entschieden wird sollte dieses besser herausgestellt werden.“*

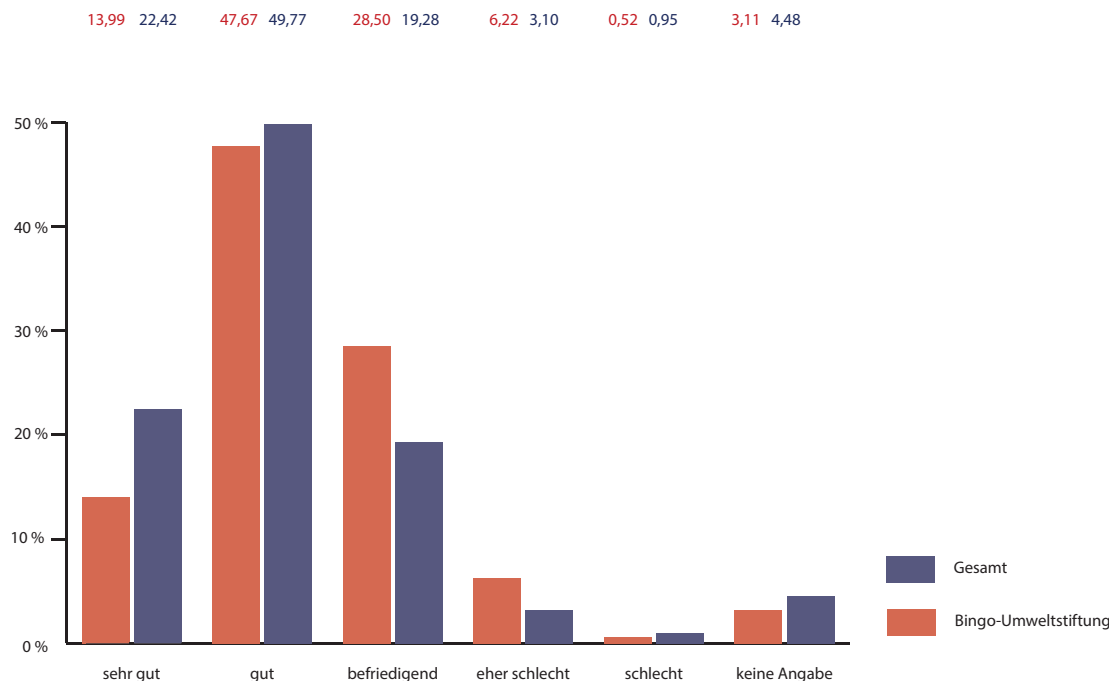
„Bei Förderanträgen, die vom Vorstand der Stiftung entschieden werden kann, hängt viel von der Vor- und Zuarbeit der Fachbearbeiter ab. Dies dauert mitunter sehr lange. Hier wäre ein transparenteres Verfahren günstiger.“

**Abb. 11: Wussten Sie darüber Bescheid, wie die weitere, stiftungsinterne Bearbeitung verläuft, nachdem Sie Ihren Antrag eingereicht hatten?**



Im weiteren Verlauf der Umfrage konnten die bewilligten Partner den administrativen Aufwand, den sie im Rahmen der Zusammenarbeit mit der Bingo-Umweltstiftung zu bewältigen haben, evaluieren (Abb. 12). Lediglich 14% der Förderpartner bewerteten ihren Aufwand als sehr gut, dieser Wert liegt ungefähr 9% unterhalb des Durchschnitts im Gesamtsample. Auch die guten Bewertungen liegen mit 47,7% minimal unter dem Durchschnitt (49,8%). Stattdessen geben 28,5 % der Partner eine befriedigende Bewertung ab. Eine eher schlechte Wertung wird von 6,2% der Förderpartner vergeben; die Ergebnisse der Partner der Bingo-Umweltstiftung stellen eine wichtige Rückmeldung in Hinblick auf die administrativen Anforderungen dar.

**Abb. 12: Wie bewerten Sie den organisatorischen Aufwand für das Projekt?**



Im Fokus der letzten Frage, die im Abschnitt der Bewertung administrativer Prozesse verortet ist, stehen die Dokumente der Bingo-Umweltstiftung, welche Aufgaben und Verantwortlichkeiten zwischen der Stiftung und ihren Förderpartnern regeln.

Ein wesentliches Dokument dabei stellen die Bewilligungsbedingungen dar, da in diesen der juristische Rahmen der Partnerschaft etabliert wird. Die Bewilligungsbedingungen wurden von den Partnern der Bingo-Umweltstiftung zu 40,9% als sehr hilfreich und zu 42,5% als eher hilfreich bewertet. Die mit den Bewilligungsbedingungen zufriedenen Partner der Stiftung, welche 82,4% betragen, liegen im Vergleich zu den Gesamtergebnissen minimal hinter den 83,4% zufriedenen Partner des Durchschnitts zurück.

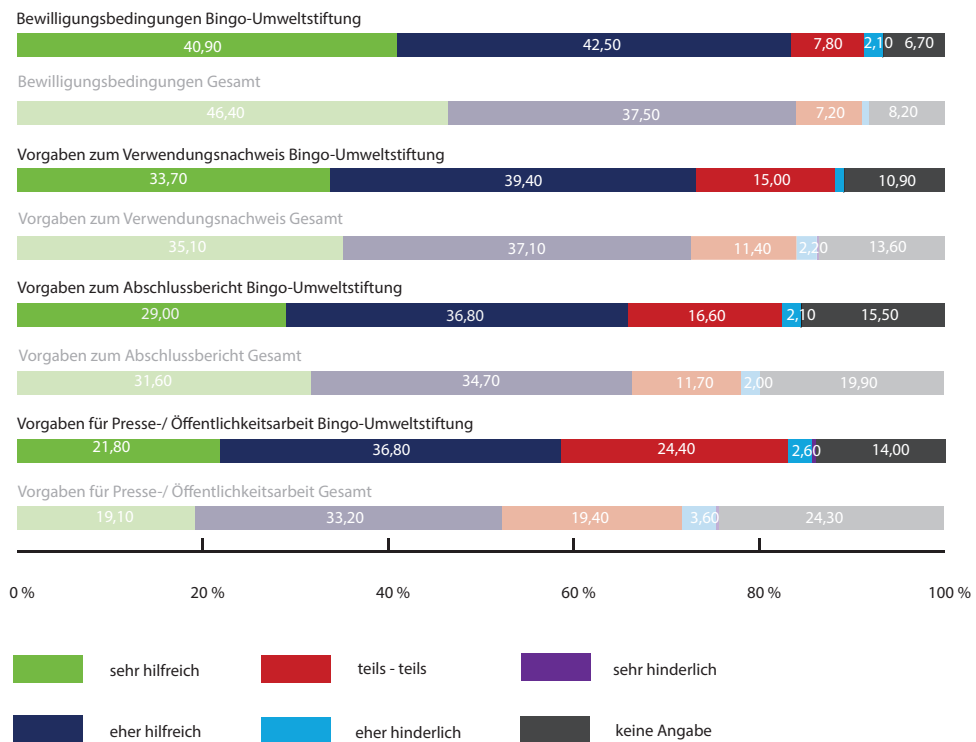
Ebenfalls sehr hilfreich waren die Vorgaben zum Verwendungsnachweis der Bingo-Umweltstiftung, da sich 73,1% der Förderpartner dementsprechend äußern. Im Gesamt-sample liegen die positiven Werte zu den Vorgaben hinsichtlich der Verwendungshinweise in ähnlicher Höhe bei 72,6%.

An dritter Stelle reihen sich die Vorgaben zum Abschlussbericht ein, welche bei der Bingo-Umweltstiftung von den Partnern als eher hilfreich eingestuft werden: 29% finden diese als sehr hilfreich und 36,8% als hilfreich (addiert 65,8%); 15,5% der Partner können hingegen keine Angabe machen. In Relation erreichen die positiven Bewertungen des Gesamt-samples 66,3% (sehr hilfreich 31,6% und eher hilfreich 34,7%), wobei 19,9% keine Angabe machen.



An letzter Stelle stehen die Richtlinien und Hilfestellungen bezüglich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, diese werden von den Partnern zu 58,6% als hilfreich bewertet (sehr hilfreich 21,8% und eher hilfreich 36,8%), 14% der Partner in der Teilfrage enthielten sich der Angabe. Vergleichend erreichen die positiven Bewertungen des Gesamt-samples lediglich 52,3% (sehr hilfreich 19,1% und 33,2% hilfreich), 24,3 % aller Befragten im Gesamt-sample wählten die Antwortoption kann ich nicht beurteilen.

**Abb. 13: Aufgaben und Verantwortlichkeiten in der Zusammenarbeit zwischen Förderorganisation und Partner müssen geregelt werden. Wie bewerten Sie in diesem Zusammenhang die folgenden Dokumente?**



#### IV. Beiträge zum Capacity Building

Stiftungen können ihre Partner nicht nur durch die Bereitstellung finanzieller Ressourcen unterstützen. Indem die Partner mit Hilfe der Stiftung Projekte realisieren, erwerben sie zugleich Kompetenzen, etwa beim Projektmanagement oder in der Öffentlichkeitsarbeit. Solche Veränderungen auf individueller oder institutioneller Ebene waren lange Zeit als Nebeneffekte betrachtet worden. In den vergangenen Jahren haben Stiftungen jedoch verstärkt ihr Augenmerk auf diesen Bereich gelegt und Angebote entworfen, um ihre Partner beim Aufbau von Kompetenzen zu unterstützen. In der Erhebung im Rahmen von Learning from Partners wird dieser Teilbereich des Capacity Building mitevaluiert, diesbezügliche Fragen sind an unterschiedlichen Stellen des Fragebogens verortet. Je nach Ausrichtung und Strategie der Stiftung können Capacity Building-Elemente mit zu den wichtigsten Effekten im Rahmen einer Stiftungsförderung betrachtet werden.

Beginnend in der Phase der Antragsstellung konnten alle Partner die Unterstützungsangebote, die ihnen seitens der Stiftung bereitgestellt wurden, bewerten (Abb. 14). Mit 51,7% zeichnet sich die Korrespondenz mit den Mitarbeitern als wesentliche und beste Form der Unterstützung aus. Die Merkblätter sowie die detaillierten Informationen auf der Homepage der Bingo-Umweltstiftung folgen mit jeweils 22,4% bzw. 22% an sehr guten Bewertungen. Weiter als sehr gut bewertet wird mit 15,6% die Nennung vergleichbarer Projekte. Die sehr guten Ergebnisse ähneln den Werten im Gesamtsample. Dort erreicht die Korrespondenz mit Mitarbeitern mit 56,3% den meisten Zuspruch aller Befragten, danach folgen mit 26,9% detaillierte Information auf der Homepage und mit 25,4% die Merkblätter. Die von den Stiftungen angebotene Nennung vergleichbarer Projekte kommt als sehr gute Unterstützungsform während einer Antragsstellung insgesamt auch bei allen Stiftungen auf 17%.

Somit bleibt festzuhalten, dass der persönliche Kontakt zu den Mitarbeitern der Stiftung die wichtigste Form der Unterstützung in der Phase der Antragsstellung für die Partner darstellt. Dies lässt sich erneut in den offenen Angaben der Partner der Bingo-Umweltstiftung wiederfinden und bestätigen:

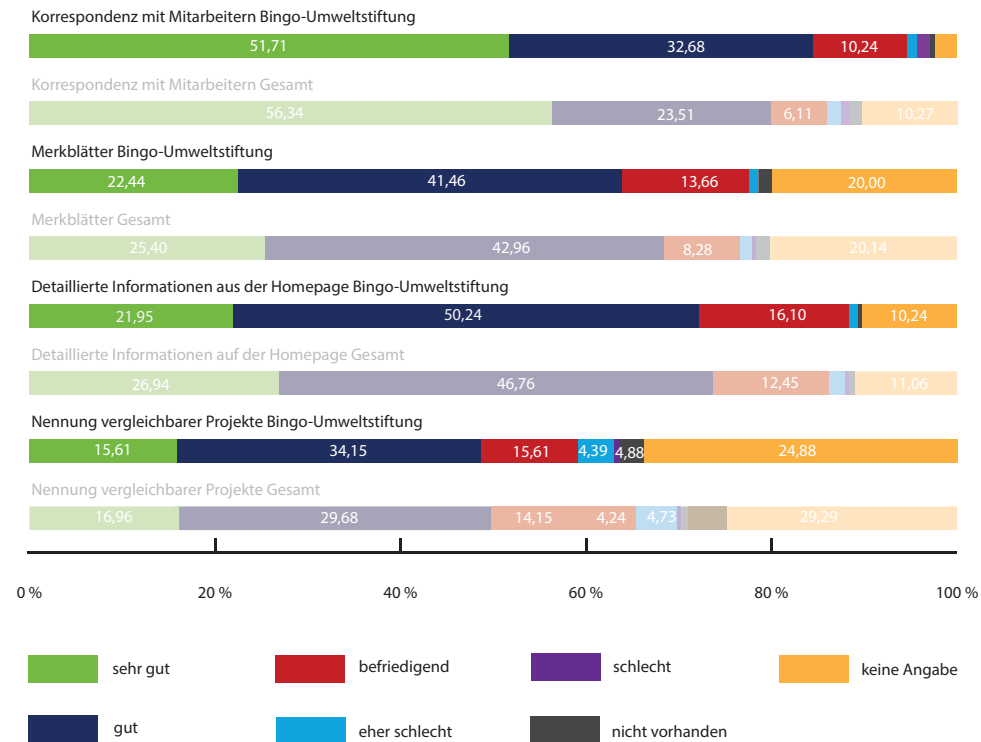
*„Es fand eine sehr enge Abstimmung mit dem zuständigen Mitarbeiter statt. Dadurch konnten Ergänzungen zur Antragstellung / zum Projekt sehr gezielt geliefert“*

*„Telefonische Rückfragen. Die waren hilfreich und sehr gut.“*

Gleichzeitig geäußert wurden auch vereinzelt negativere Erfahrungen:

*„Die Telefonkontakte erschienen positiv, waren aber letzten Endes nicht hilfreich. E-Mails bzw. schriftliche Unterlagen standen z. T. im Widerspruch per Telefon.“*

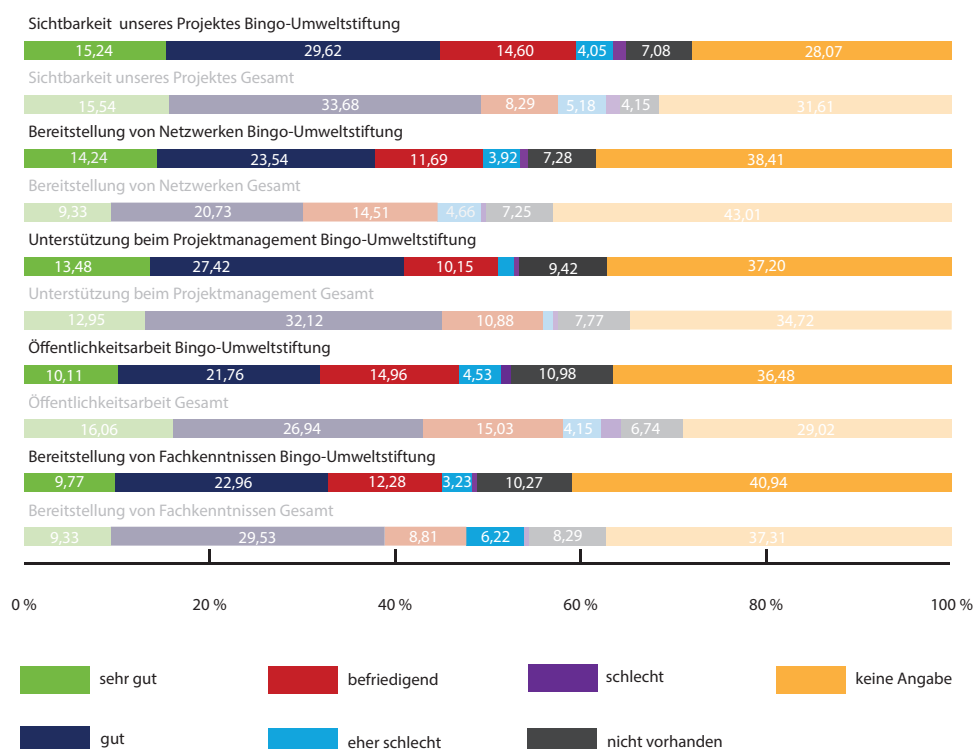
**Abb. 14: Für die Phase der Antragstellung bieten Stiftungen Hinweise und Hilfestellungen an. Wie bewerten Sie die folgenden Unterstützungsangebote der Stiftung?**



Ein weitere Frage aus dem Bereich des Capacity Building hatte die Bewertung verschiedener Unterstützungsformen während der Förderphase zum Gegenstand (Abb. 15). Hier lässt sich zunächst feststellen, dass sich durchweg ein hoher Prozentwert der Partner nicht zu den Unterstützungsformen äußern konnte oder wollte (zwischen 28% und 41%). Addiert man darüber hinaus die Prozente aus der Antwortoption „nicht vorhanden“ zeigt sich, dass oftmals nahezu 50% der Förderpartner keine Wertung der Unterstützungsangebote abgegeben haben. Ein vergleichbares Bild zeichnet sich ebenfalls bei den Durchschnittsergebnissen aller Stiftungen ab. Bei Betrachtung der übrigen Prozente der Bewertung überwiegen die sehr positiven und positiven Bewertungen der einzelnen Unterstützungsangebote in der Förderphase. Vergleichend betrachtet leistet die Bingo-Umweltstiftung am häufigsten Unterstützung zur Sichtbarkeit der Projekte (44,9% an sehr guten und guten Bewertungen) und liegt damit leicht unter dem Durchschnitt des Gesamtsamples. An zweiter Stelle steht mit 40,9% an zusammengenommener positiver, leicht über dem Durchschnitt liegender Bewertung die Unterstützung beim Projektmanagement. Auf Platz drei findet sich die Bereitstellung von Netzwerken mit 37,8% an sehr guten und guten Bewertungen (Gesamt: 30%). Etwas dahinter verbleibt mit 32,7% an positiver Bewertung die Bereitstellung von Fachkenntnissen und mit 31,9% an anerkennender Bewertung die Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit der Projekte von den Partnern. Am negativen Ende der Skala wird die Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit von 2,1% als schlecht bewertet. Ansonsten liegen die schlechten Bewertungen stets unter 2%. Weniger umfassende Kritik (eher schlecht) findet sich bei allen Unterstützungsformen um die 5% mit Ausnahme der Unterstützung des Projektmanagements.

Die dargelegten Ergebnisse der einzelnen Unterstützungsformen, die die Bingo-Umweltstiftung für seine Partner während der Projektphase bereitstellt, korrespondieren in der Tendenz mit den Gesamtergebnissen aller Stiftungen. Die Bereitstellung von Netzwerken wird besser bewertet, die Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit hingegen weniger.

**Abb. 15: Wie bewerten Sie folgende Unterstützungsangebote der Stiftung?**

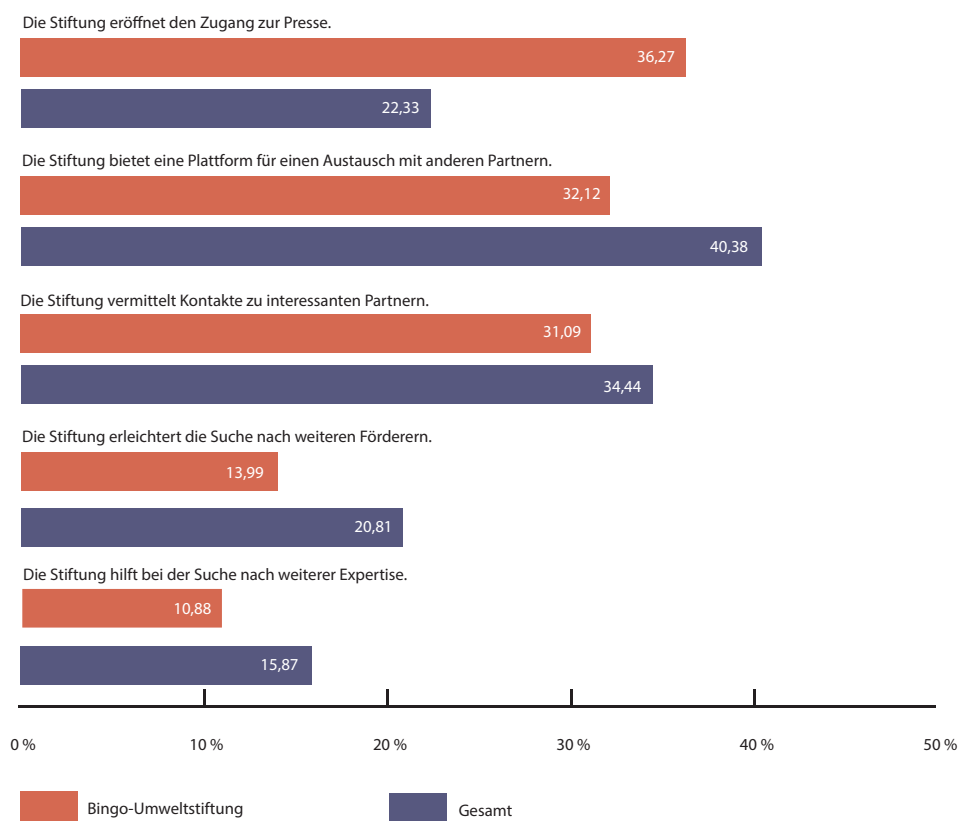


Ein weitere Frage aus dem Bereich des Capacity Building versuchte, weiterführende Formen der Unterstützung während der Projektphase in Erfahrung zu bringen. Bei dieser Frage konnten keine Bewertungen vorgenommen werden, stattdessen hatten die Partner die Möglichkeit, aus einer Liste an Vorgaben eine Mehrfachauswahl zu treffen, weswegen die addierten Prozentangaben über 100% hinausgehen.

Vergleichend betrachtet eröffnet die Bingo-Umweltstiftung am häufigsten den Zugang zur Presse, mit 36,3% an Zustimmung übertrifft sie das Ergebnis des Gesamtsamples um 14%. An zweiter Stelle wird die Bereitstellung einer Plattform zum Austausch mit anderen Partnern von 32,1% der Befragten genannt, liegt allerdings 8% unter dem Durchschnittswert des Gesamtsamples. Knapp darauffolgend benennen 31,1% der Partner, dass die Bingo-Umweltstiftung ihnen Kontakte zu interessanten Partnern vermittelt (Gesamt 34,4%). Deutlich seltener, aber mit 14% noch vertreten, bemerkten die Partner, dass die Stiftung ihnen die Suche nach weiteren Förderpartnern erleichtert habe (Gesamt 20,8%). Die Suche nach weiterer Expertise wird noch von einem Zehntel der Partner der Bingo-Umweltstiftung angegeben (Gesamt: 15,9%). Abschließend kann vergleichend zu den Gesamtergebnissen konstatiert werden, dass die Eröffnung des Zugangs zur Presse eindeutig überdurchschnittlich positiv bewertet wird, während alle anderen Unterstützungsformen in der Bewertung stets unterhalb des Durchschnitts liegen.

Das positive Ergebnis zur Pressearbeit lässt sich vor dem Hintergrund des gemeinnützigen Stiftungszwecks der Bingo-Umweltstiftung nachvollziehen. Die übrigen Unterstützungsformen, insofern von Seiten der Stiftung als für ihre Zwecke relevant und zielführend eingestuft, wären noch ausbaufähig.

**Abb. 16: Welche weiterführenden Formen der Unterstützung werden Ihnen durch die Stiftung ermöglicht?**



Neben den aktiven Formen der Unterstützung durch die Stiftung wurden im Rahmen der Learning from Partners-Umfrage auch diejenigen Elemente des Capacity Building erhoben, die die Effekte der Förderung auf die Partner im Blick hatten. Erneut war die Frage so aufgebaut, dass die Möglichkeit der Mehrfachauswahl für die Partner gegeben war.

Eine Förderung durch die Bingo-Umweltstiftung wirkt sich vor allem auf organisationaler Ebene positiv aus. Es profitiere, gemäß der Partner, vor allem die eigene Organisation (57,5%). Dieser Wert liegt 4% über dem des Gesamtsamples. Des Weiteren geben 55,4% der Partner an, dass sich ihre Fähigkeit, ein Projekt durchzuführen, verbessert habe, womit dieser Wert 2% über dem Wert des Gesamtsamples liegt. Weitere 51,3% meldeten eine Verbesserung in Bezug auf ihre Fähigkeit, neue Projekte zu entwickeln, zurück (Gesamt: 45,2%). Ein weiterer Effekt der Förderung, der von 38,9% der Partner bestätigt wird, ist eine Verbesserung ihrer Reputation (Gesamt: 46,6%). Für 31,6% der Partner konnte vergleichsweise überdurchschnittlich häufig ein verbesserter Kontakt zur Öffentlichkeit diagnostiziert werden (Gesamt: 20,9%). Bei 14% der Partner der Bingo-Umweltstiftung, ebenso wie im Durchschnitt aller Stiftungen, hat sich der Kontakt zu einschlägigen Förderstiftungen verbessert.

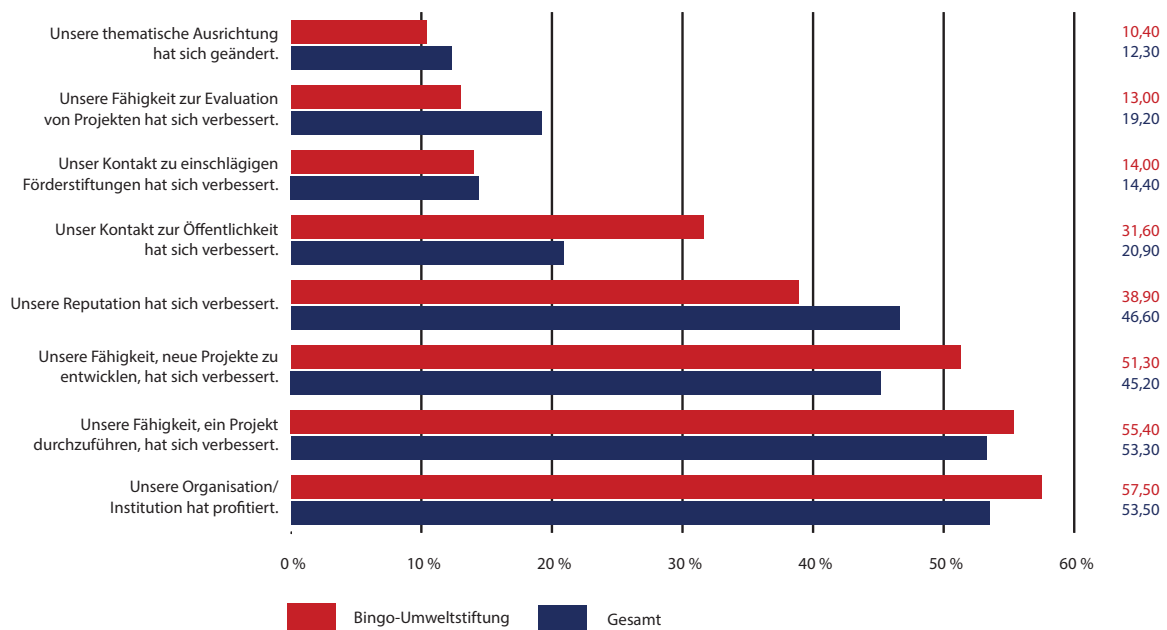
Zudem finden 13% der Partner und damit 6% weniger als im Gesamtsample, dass sich ihre Fähigkeit zur Evaluation von Projekten verbessert habe. Mit 10,4% und gleichzeitig am wenigsten verbreitet ist der Effekt der Änderung der thematischen Ausrichtung.

Durch die offenen Angaben, die bei der Frage möglich waren, wird das Bild noch komplettiert:

„Die positiven Effekte über die Förderung hinaus ergeben sich aus der Projektdurchführung und nicht durch den Kontakt mit der Stiftung. Das ist ok.“

„positive Darstellung in der Öffentlichkeit, intern wesentlicher Lernzuwachs“

**Abb. 17: Welche Effekte haben sich durch die Zusammenarbeit mit der Stiftung über die Förderung hinaus ergeben?**

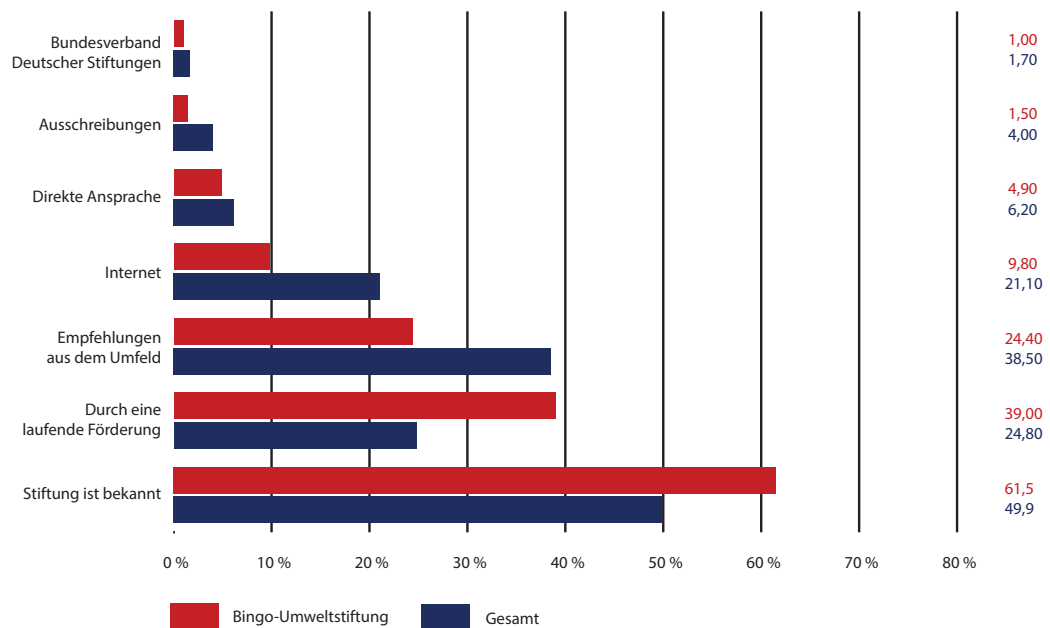


## V. Zur Wahrnehmung der Bingo – Umweltstiftung

Die Erhebung der Wahrnehmung der Stiftung durch die Partner war eine zentrale Fragestellung der Studie, die Ergebnisse ermöglichen der Bingo-Umweltstiftung einen wertvollen Blick von außen und geben Auskunft über die Position und den Stellenwert der Stiftung im Sektor und in der breiteren Öffentlichkeit

Die Frage, wie die Partner auf die Fördermöglichkeiten der Stiftung aufmerksam geworden sind, eröffnete die Umfrage und vermittelt einen ersten Eindruck über den Bekanntheitsgrad. Mit 61,5% gab die größte Gruppe aller befragten Partner an, dass die Stiftung bereits zuvor bekannt gewesen sei. Im Gesamtsample liegt dieser Aspekt mit 49,9% der Zustimmung ebenso auf Platz eins. Weitere 39% der Partner berichten, dass sie durch eine bereits bestehende Förderung auf die Bingo-Umweltstiftung aufmerksam geworden sind. Im Gesamtsample ist dieser Punkt deutlich weniger bedeutend und liegt mit 24,8% auf Platz drei. Zudem benennen 24,4% der Partner, dass sie auf die Stiftung durch eine Empfehlung aus ihrem Umfeld aufmerksam gemacht wurden, im Gesamtsample hingegen ist dieser Aspekt mit 38,5% unter allen befragten Partnern erkennbar wichtiger. Ein Zehntel der Befragten (9,8%) erfuhr durch das Internet von der Bingo-Umweltstiftung, während im Durchschnitt aller teilnehmenden Stiftungen dies 21,1% angaben. Wenig bedeutend sind stiftungsübergreifend die direkte Ansprache (Bingo-Umweltstiftung 4,9%, Gesamt: 6,2%) und die Ausschreibungen seitens der Stiftung (Bingo-Umweltstiftung 1,5%, Gesamt: 4,0%). Der Weg über das Verzeichnis des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen wurde - wie im Gesamtsample - sehr selten beschriftet (1%, Gesamt: 1,7%).

**Abb. 18: Wie sind Sie auf die Fördermöglichkeiten der Stiftung aufmerksam geworden?**



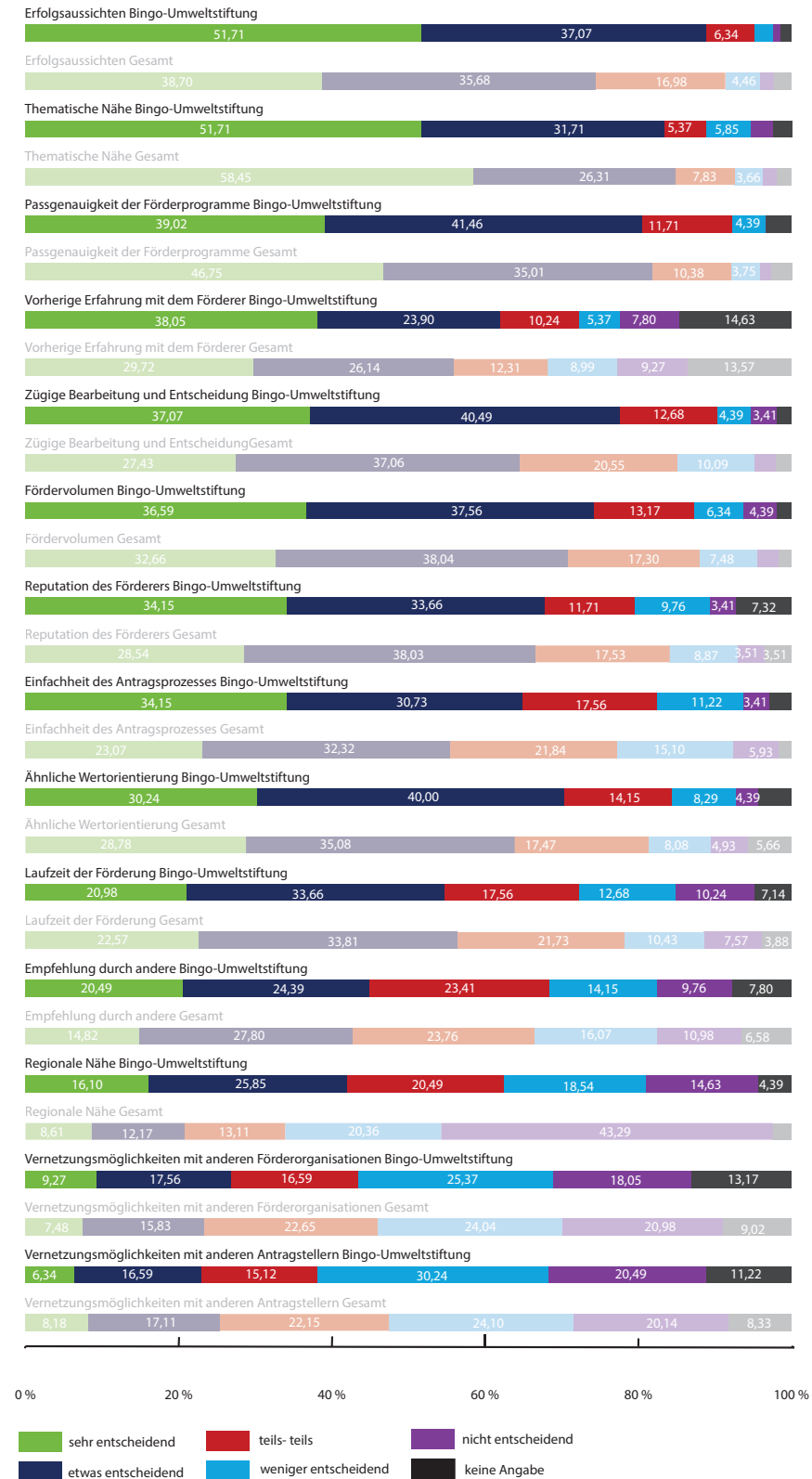
Im weiteren Verlauf der Umfrage wurden alle Partner befragt, welche Faktoren ihnen bei der Auswahl eines Förderers am wichtigsten sind (Abb. 19). Aus den 14 vorgegebenen Items wurden die Erfolgsaussichten mit 88,8% als sehr und eher entscheidender Faktor von den Partnern der Bingo-Umweltstiftung als das wichtigste und entscheidendste Kriterium für die Auswahl eines Förderers identifiziert. An zweiter Stelle steht die thematische Nähe mit 83,4% an vollständiger oder teilweiser Zustimmung. Zudem können an dritter Stelle die Passgenauigkeit der Förderprogramme mit 80,5% als entscheidendes Kriterium herausgestellt werden. Mit 77,6% positioniert sich die zügige Bearbeitung und Entscheidung bei den Partnern der Bingo-Umweltstiftung an vierter Stelle. An fünfter Stelle beurteilen die Partner mit 74,1%, dass die Höhe des Fördervolumens ein entscheidendes Auswahlkriterium darstellt. Die genannten Kriterien zeugen von einer recht pragmatischen Einstellung der Partner bezüglich der Auswahl eines geeigneten Förderers: die Wahl fällt auf die Bingo-Umweltstiftung, wenn gute Aussichten auf Erfolg bestehen, die Projekte thematisch zu den Zielen der Stiftung passen und das Fördervolumen sowie die zügige Bearbeitung den Vorstellungen der potentiellen Partner entsprechen. Im Mittelfeld der Auswahlfaktoren liegen eine ähnliche Wertorientierung (70,2% an umfassender und moderater Zustimmung), die Reputation des Förderers (67,8%) sowie die Einfachheit des Antragsprozesses (64,9%). Unbedeutendere Auswahlfaktoren stellen die Vernetzungsmöglichkeiten mit anderen Antragstellern und anderen Förderorganisationen dar. Die regionale Nähe ist mit 42% im Vergleich zum Gesamtsample überdurchschnittlich entscheidend.

Im Vergleich mit den Durchschnittsergebnissen aller Stiftungen sind die bedeutendsten Kriterien identisch, jedoch in abweichender Reihenfolge. Anhand der Summe von erreichten positiven Werten gestaltet sich das Gesamtsample wie folgt: an erster Stelle steht mit 84,7% die thematische Nähe, an zweiter Stelle die Passgenauigkeit der Förderprogramme mit 81,8% an und an dritter Stelle stehen die Erfolgsaussichten mit 74,4%. In der Tendenz identisch sind im Gesamtsample die Vernetzungsmöglichkeiten nur von geringer Entscheidungskraft.

Aus den Angaben der Partner der Bingo-Umweltstiftung lässt sich ableiten, dass sie in ihrem Antragsverhalten von zweckrationalen Gründen bei Auswahl eines Förderers geleitet werden. Zwar spielen die thematische Nähe sowie die Passgenauigkeit der Förderprogramme eine wesentliche Rolle. Doch angesichts der Strategie der Bingo-Umweltstiftung, eine anteilige Förderung von Projekten zu gewähren, sowie angesichts der Tatsache, dass viele Antragsteller der Stiftung aus der Zivilgesellschaft kommen, die ihre Anträge in ehrenamtlicher Arbeit erstellen, ist die überdurchschnittlich ausfallende Wahl der genannten pragmatischen Gründe sehr gut nachvollziehbar.



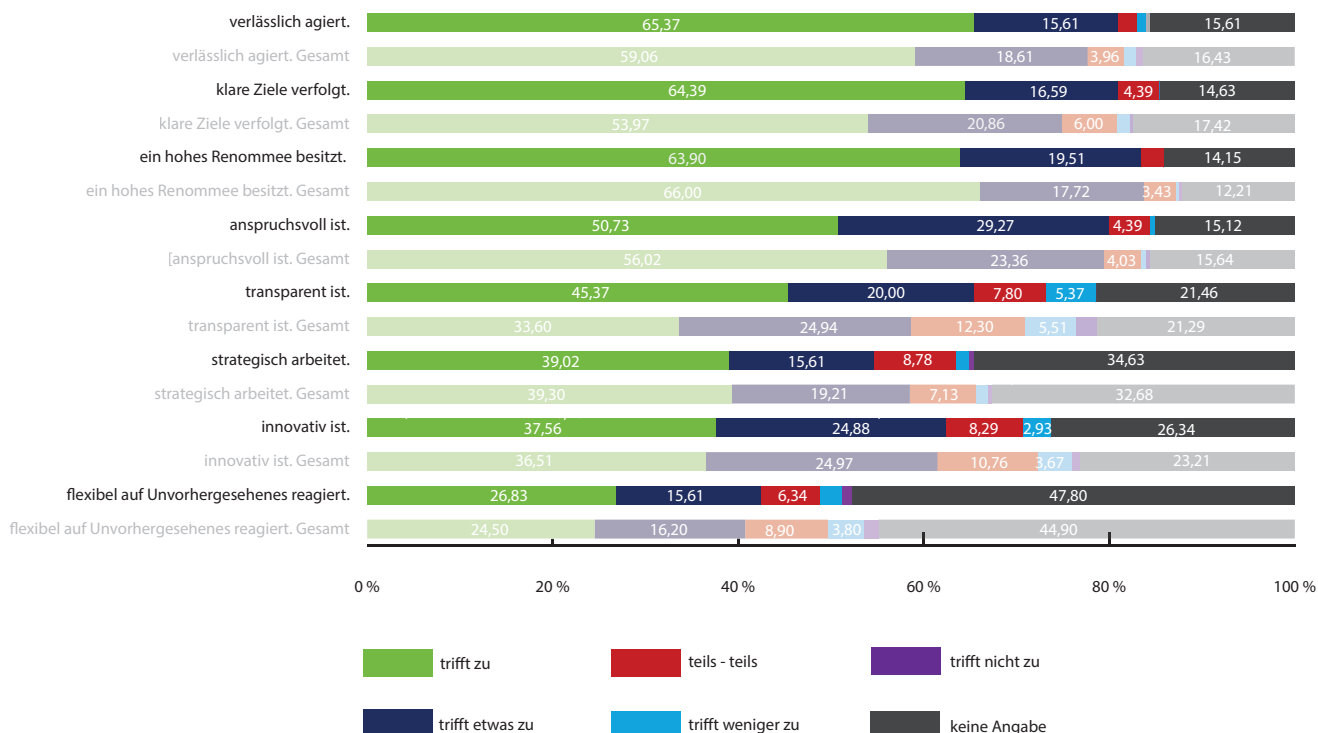
**Abb. 19: Welche der folgenden Faktoren sind für Ihre Auswahl eines Förderers entscheidend?**



Eine wichtige und zentrale Fragestellung der Studie betrifft die Wahrnehmung der Stiftung durch die Partner. Solche Ergebnisse ermöglichen der Bingo-Umweltstiftung einen wertvollen Blick von außen und geben Auskunft über den Stellenwert der Stiftung bei ihren Partnern. Bei den Ergebnissen der Bingo-Umweltstiftung, aber auch bei den Gesamtergebnissen aller Stiftungen, ist die relativ hohe Spannweite in der Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“ auffällig (bei der Bingo-Umweltstiftung zwischen 14,2% und 47,8%).

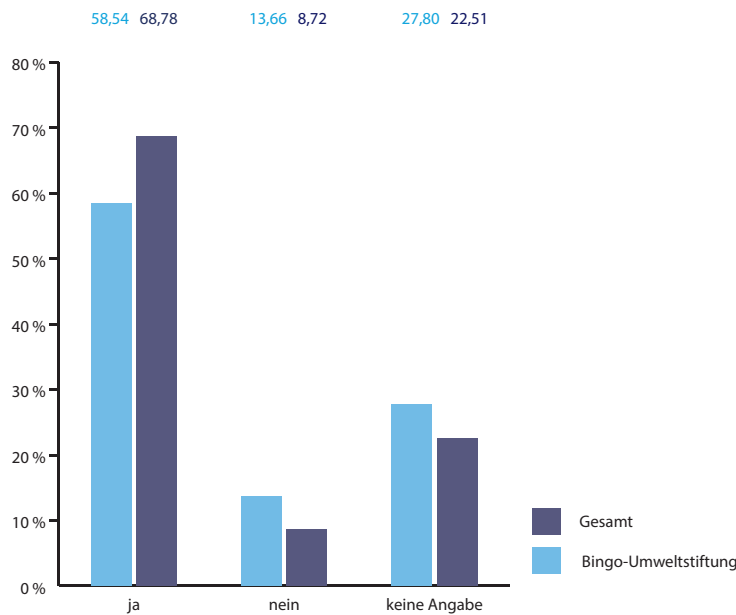
Die vergleichende Auswertung macht deutlich, dass der Bingo-Umweltstiftung ein hohes Renommee zugeschrieben wird. 83,4% ihrer Partner empfinden dies als zutreffend. Außerdem sprechen jeweils 81% der Partner der Stiftung zu, dass sie verlässlich agiert und gleichzeitig klare Ziele verfolgt. Ferner hat die Bingo-Umweltstiftung unter ihren Partnern den Ruf einer anspruchsvollen Organisation (von 80% der Befragten attestiert). Die Ergebnisse im Gesamtsample korrespondieren im wesentlichen mit den Ergebnissen der Bingo-Umweltstiftung. Weitere überdurchschnittlich positive Ergebnisse erreicht die Bingo-Umweltstiftung in der Wahrnehmung der Partner als transparente und innovative Organisation (65,4% bzw. 62,5% an zusammengefasster Zustimmung). Hingegen schneidet die Bingo-Umweltstiftung etwas unterdurchschnittlich bei der Bewertung der strategischen Arbeitsweise ab (54,6%, Gesamt: 58,5%). Ebenso wird die Fähigkeit, flexibel auf Unvorhergesehenes zu reagieren, zwar weniger gut, aber immer noch leicht überdurchschnittlich bewertet (42,4%, Gesamt: 40,7%)

Abb. 20: Die Stiftung hat den Ruf, eine Organisation zu sein, die...



Inwieweit eine Förderung durch die Bingo-Umweltstiftung einem Qualitätsausweis gleichkommt, konnten alle Antragsteller in einer der Fragen zum Thema der Reputation der Bingo-Umweltstiftung beantworten. Für 58,5% ihrer Partner stellt eine Förderung durch die Bingo-Umweltstiftung einen Qualitätsausweis in ihrem Tätigkeitsfeld dar. 27,8% der Partner nahmen keine Angabe vor. 13,7% der Befragten verneinten die Frage. Eine mögliche Erklärung für dieses geteilte Ergebnis könnte auf die Tatsache zurückzuführen sein, dass die Bingo-Umweltstiftung in unterschiedlichen praxisnahen Bereichen Projekte fördert, die sich untereinander nur bedingt überschneiden und somit unabhängige Einzelthemen finanziert werden. Anders als in der Wissenschaft mag der Reputation dort nur eine begrenzte Rolle als Steuerungsmedium zukommen. Die Förderstiftung agiert ferner ausschließlich als teilfinanzierende Organisation von Projekten und ist demnach nie alleiniger Förderer von Projekten.

**Abb. 21: Gilt eine Förderung durch die Stiftung als Qualitätsausweis in Ihrem Tätigkeitsfeld / Ihrer Fachcommunity?**

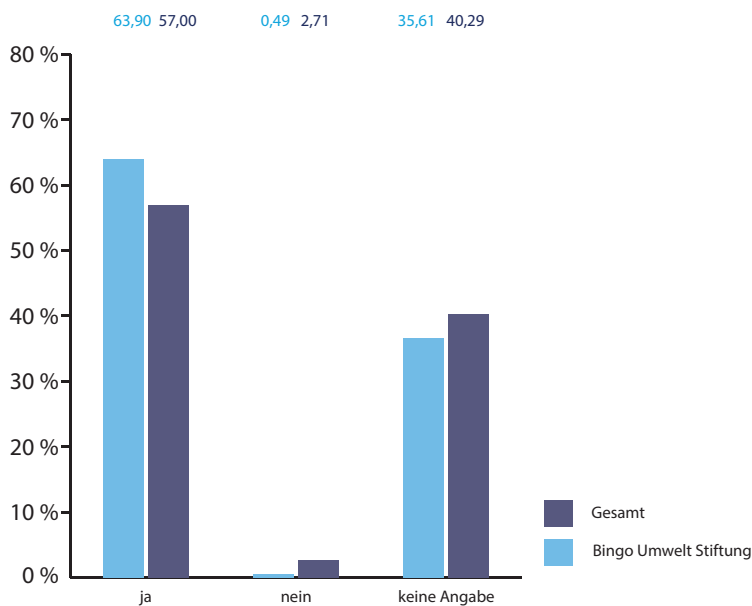


Die Frage nach der gesellschaftlichen Wirkung wurde neu in die Erhebung mit aufgenommen, da das Thema Wirkungsmessung im Stiftungssektor immer aktueller wird (Abb. 22). Eine gesellschaftliche Wirkung der Bingo-Umweltstiftung bestätigen 63,9% ihrer Partner, die gegenteiligen Meinungen liegen unter 0,5%. Da sich die restlichen 35,6% Partner der Stiftung zudem nicht äußern können, repräsentieren die Ergebnisse für die Bingo-Umweltstiftung die Tendenz, dass ihre Partner ihr recht klar eine gesellschaftliche Wirkung zusprechen oder die gesellschaftliche Wirkung für ein Teil der Partner keine fassbare Größe darstellt. In den qualitativen Angaben, die zu dieser Frage ergänzt werden konnten, haben viele Partner von den positiven Effekten berichtet, die durch die Förderprojekte der Bingo-Umweltstiftung erzeugt wurden. Exemplarisch sind zwei der Nennungen aufgeführt:

*„Durch die Förderung von Projekten in der Umweltbildung und im Umweltschutz werden Projekte gefördert die sonst nicht zustande kommen würden.“*

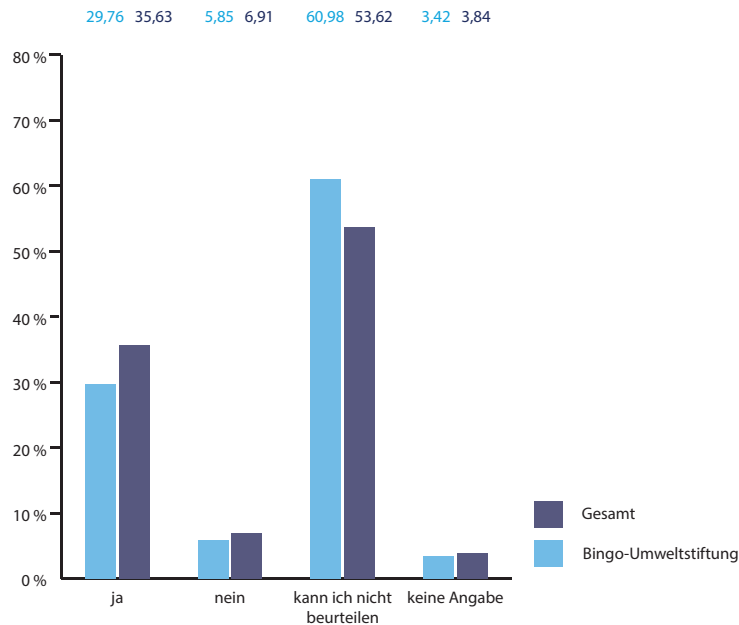
„Eine der wenigen Förderer, die es im Bereich Naturschutz, Umweltbildung noch gibt, die mit vertretbarem personellen und finanziellen Aufwand seitens der Antragsteller, Dinge in Bewegung bringen.“

**Abb. 22: Sehen Sie die Stiftung als einen Akteur, dessen Arbeit gesellschaftliche Wirkung erkennen lässt?**



Anschließend wurde auf den Innovationsgrad der Bingo-Umweltstiftung mit einer Frage eingegangen (Abb. 23). Ob es dieser gelingt, früher als andere Organisationen gesellschaftlich relevante Themen aufzugreifen, konnte die Mehrheit der Partner (61%) nicht beurteilen und damit keine Einschätzung zur Innovationsfähigkeit der Stiftung vornehmen. Gemäß 29,8% der Partner greift die Bingo-Umweltstiftung dagegen früher als andere Organisationen gesellschaftlich relevante Themen auf. In Relation zu dem Durchschnitt aller Stiftungen zeigt die Bingo-Umweltstiftung ein unterdurchschnittliches Ergebnis hinsichtlich des Innovationsgrades; dies mag jedoch mit dem bereits qua Satzung festgelegten Themenschwerpunkt erklärbar sein.

**Abb. 23: Der Stiftung gelingt es, relevante gesellschaftliche Themen früher als andere Organisationen aufzugreifen**



Schließlich wurden die teilnehmenden Partner befragt, ob ihnen Veränderungen in der Zusammenarbeit mit der Stiftung begegnet wären (Abb. 24). Von 63,2% der Befragten kann die Frage nicht beantwortet werden. Lediglich 18,9% der Partner der Bingo-Umweltstiftung haben angegeben, in der Stiftungszusammenarbeit Veränderungen bemerkt zu haben. 17,9% der Partner verneinen die Antwort. Aus den offenen Angaben, die in der Frage möglich waren, werden einige Beispiele solcher wahrgenommenen Veränderungen geäußert.

Kritische Äußerungen lauten:

*„Antragsverfahren wird immer komplizierter.“*

*„stärkere Formalisierung; erhöhte Anforderungen“*

Ein Partner äußerte sich inhaltlich:

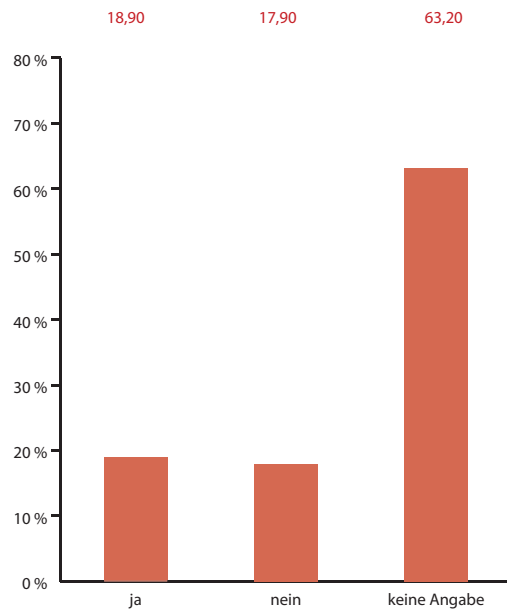
*„Steigendes Interesse an Erfahrungen von Vereinen in der Umsetzung bestimmter Förderziele (Naturschutz, Umweltbildung, Soziales etc.)“*

Positive Beiträge lauten wie folgt:

*„Bearbeitung der Anträge wird zügiger vorgenommen.“*

*„Die Arbeit ist professioneller/sicherer geworden.“*

**Abb. 24: Haben Sie in den vergangenen fünf Jahren Veränderungen bei der Stiftung bemerkt?**

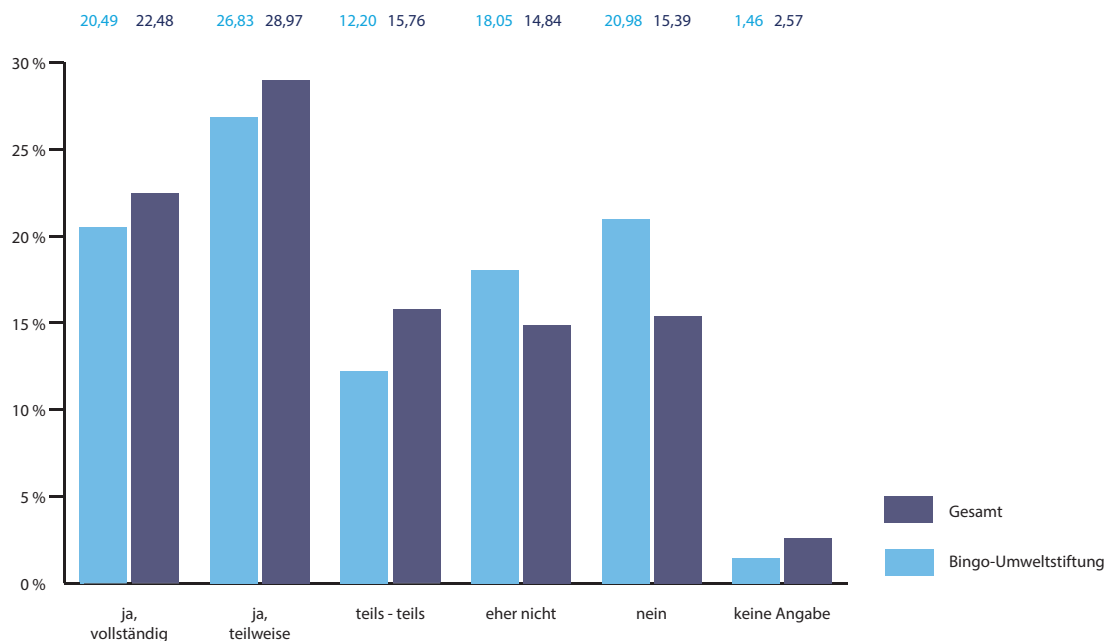


## VI. Zur Transparenz der Stiftung

Fragen der Transparenz bestimmen seit langem die Diskussionen im gemeinnützigen Sektor. Da es – mit Ausnahmen – keine einheitlichen Veröffentlichungspflichten für gemeinnützige Organisationen in Deutschland gibt, bietet eine solche Situation oftmals Nährboden für Spekulationen oder Kritik. Für Stiftungen stellt Transparenz ein zentrales Kriterium ihrer Legitimität dar, aus diesem Grund ist beispielsweise auch der Bundesverband Deutscher Stiftungen Mitträger der Initiative Transparente Zivilgesellschaft. Im Rahmen der Learning from Partners-Studie wurden Fragen zur Transparenz an unterschiedlichen Stellen des Erhebungsinstrumentes gestellt.

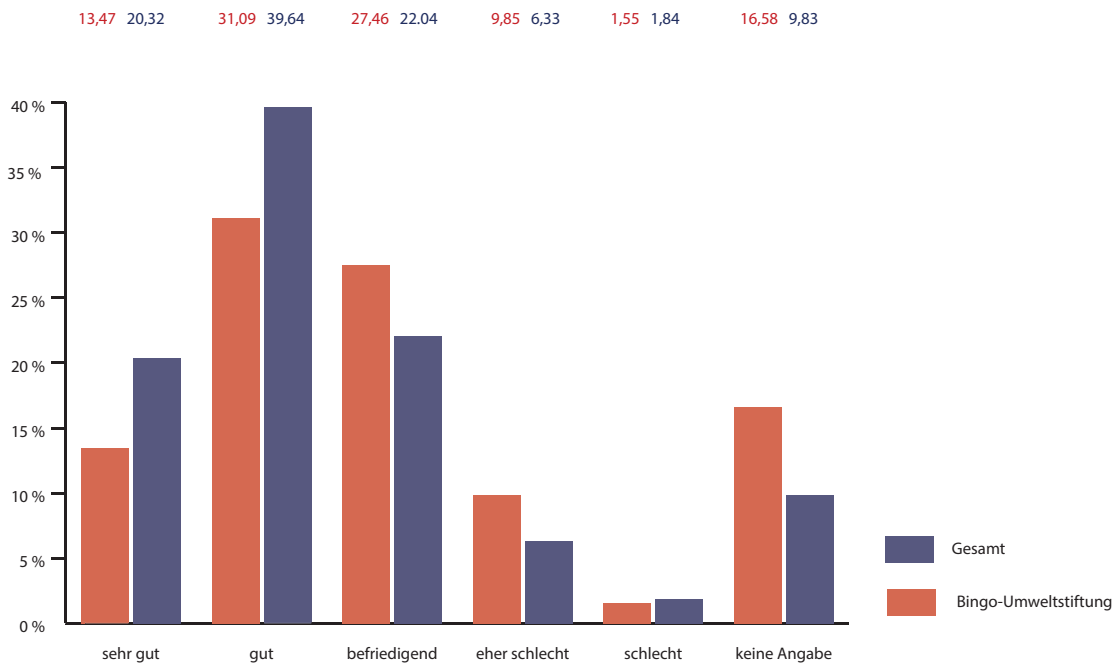
In der Phase der Antragstellung wurden alle Partner befragt, ob sie darüber informiert waren, wie die Entscheidung über ihren Antrag zustande kam. Im Vergleich zum Durchschnitt des Gesamtsamples erweisen sich die Partner der Bingo-Umweltstiftung als etwas weniger informiert, 26,8% geben an, teilweise informiert gewesen zu sein, weitere 20,5% waren es vollständig. Eher nicht und nicht informiert waren 18% bzw. 21% der Partner der Bingo-Umweltstiftung. Gemäß 12,2% der Partner hat die Stiftung teilweise über die Entscheidung der Begutachtung informiert. Obwohl die Bingo-Umweltstiftung schlechtere Transparenzwerte als der Durchschnitt erreicht, sehen sich knapp die Hälfte (47,3%) der Partner der Bingo-Umweltstiftung teilweise oder vollständig informiert. In dieser Hinsicht könnte die Bingo-Umweltstiftung ihre Informationspolitik während der Antragsstellung für ihre Partner noch intensivieren und auf Grundlage dieser Werte die Transparenz erhöhen.

**Abb. 25: Waren Sie darüber informiert, wie die Entscheidung über Ihren Antrag zustande kam?**



Die Transparenz der Entscheidungsprozesse während der Projektphase konnten die geförderten Partner ebenso evaluieren. Die Partner der Bingo-Umweltstiftung schätzen die Transparenz der Entscheidungsprozesse zu 31,1% als gut ein und zu 27,5% als befriedigend. 16,6% der Partner können in der Frage keine klare Einschätzung vornehmen. Lediglich 13,5% der Partner schätzten die Transparenz als sehr gut ein. In Relation zum Durchschnitt des Gesamtsamples ist die Bingo-Umweltstiftung in Fragen der Transparenz weniger erfolgreich, obwohl sie als transparente Organisation wahrgenommen wird (vgl. Abb. 20). Die positiven Stimmen aus den Daten der Bingo-Umweltstiftung ergeben addiert 44,5%, während die positiven Stimmen aller Stiftungen im Durchschnitt nahezu 60% erzielen. In Fragen der Transparenz eröffnen sich somit für die Bingo-Umweltstiftung Anstöße für Optimierungsmöglichkeiten.

**Abb. 26: Wie bewerten Sie die Transparenz der Entscheidungsprozesse?**



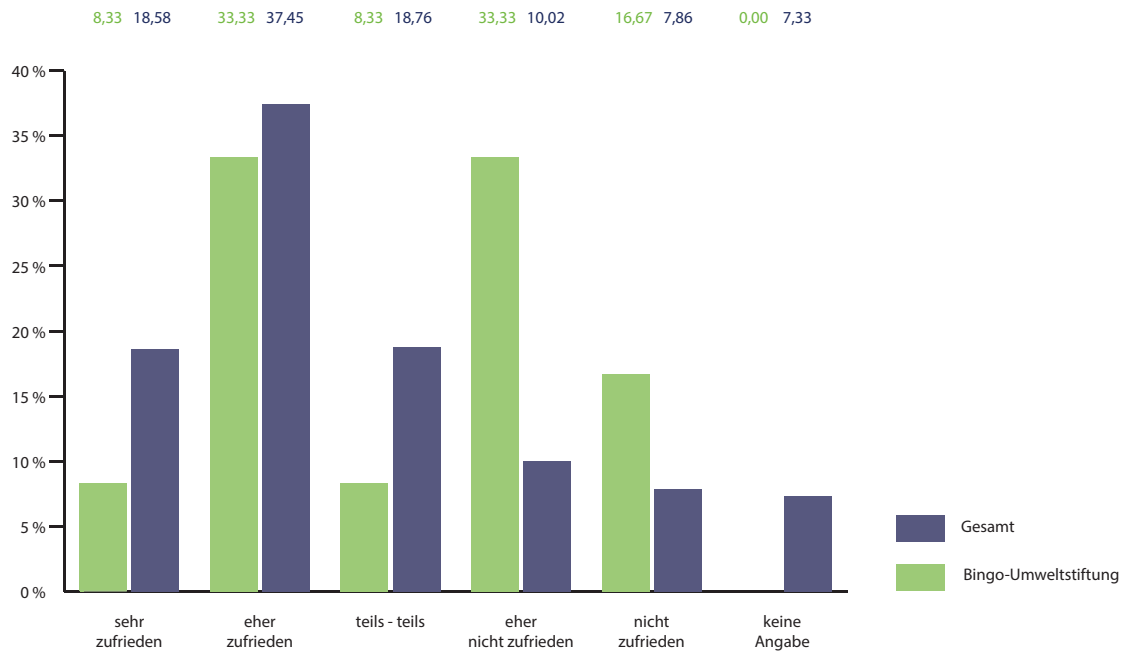


## VII. Feedback der abgelehnten Antragsteller

Um ein umfassendes und systematisches Feedback für die Stiftung einzuholen, wurden im Rahmen der Learning from Partners-Studie nicht nur Förderpartner, sondern auch abgelehnte Antragsteller zu ihren Erfahrungen im Kontakt und der Zusammenarbeit befragt. Deren Perspektive stellt eine wesentliche Quelle der Erkenntnis dar und ist für das Bestreben der kontinuierlichen Verbesserung ebenso unerlässlich. Grundlage der folgenden Auswertungen bildet ein Subsample an Antragstellern, deren Antrag nicht bewilligt wurde.

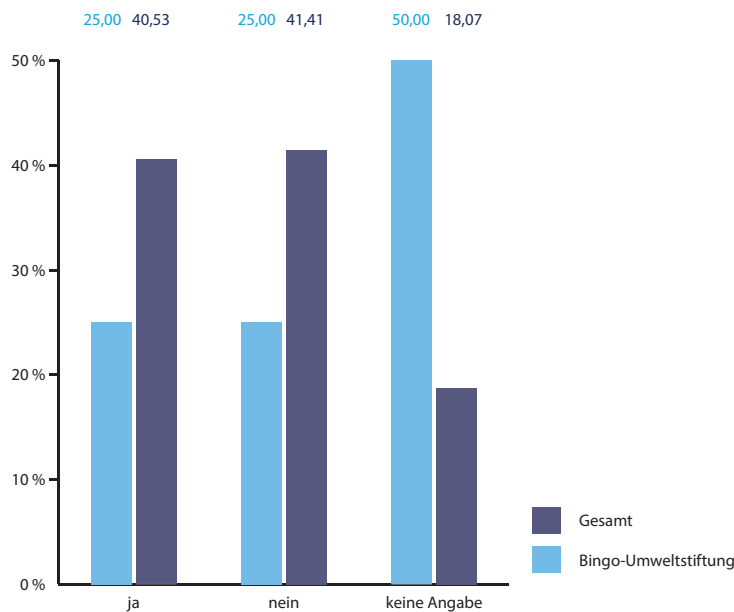
Die erste Frage in dem Abschnitt bezieht sich auf die Phase der Antragsstellung und fragt die Gruppe abgelehnter Antragssteller nach ihrer Zufriedenheit mit dem Kontakt zur Bingo-Umweltstiftung. Die Ergebnisse fallen weniger positiv aus, so sind nur 8,3% der abgelehnten Antragsteller sehr zufrieden mit dem Kontakt zur Stiftung und damit 10% weniger als im Gesamtsample. Eher zufrieden sind mit dem Kontakt zur Stiftung 33,3% der Partner (Gesamt 37,5%). Ein negatives Resultat bilden die Werte am anderen Ende der Skala, da die eher nicht und nicht zufriedenen Partner zusammengenommen 50% ergeben. Daraus folgt, dass der Kontakt zur Bingo-Umweltstiftung von den abgelehnten Antragstellern der Stiftung als weniger gelungen interpretiert wird. Ein solches Ergebnis ist erwartbar und kann auf eine Korrelation zwischen dem subjektiven Zufriedenheitsempfinden der Befragten und der Ablehnung ihrer Anträge hindeuten.

**Abb. 27: Wie zufrieden waren Sie während der Phase der Antragstellung insgesamt mit dem Kontakt zur Stiftung?**



Befragt man die abgelehnten Antragsteller der Bingo-Umweltstiftung eingehender, ob ihnen die Gründe mitgeteilt wurden, die zur Ablehnung des Antrags führten, so bejahten und verneinten dies jeweils 25%. Die andere Hälfte der Partner der Stiftung machte in dieser Frage keine Angaben.

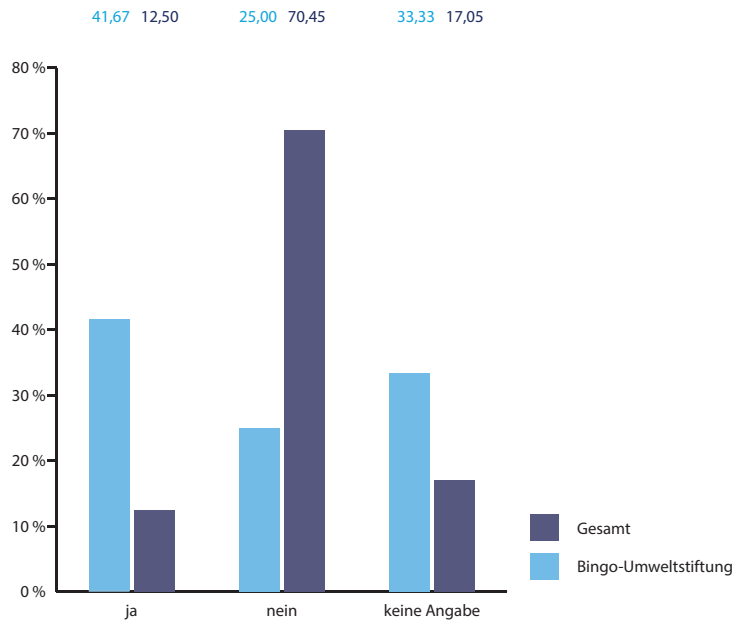
**Abb. 28: Wurden Ihnen die Gründe, die zur Ablehnung des Antrages führten, mitgeteilt?**



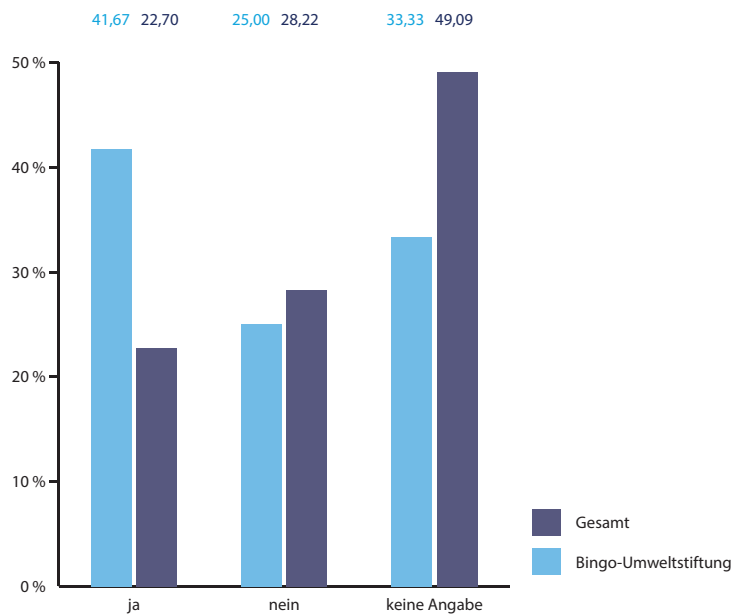
Die Auswertung der Frage, ob den Partnern Hinweise zur Verbesserung des Antrages mitgeteilt wurden, fällt für die abgelehnten Antragsteller der Bingo-Umweltstiftung überdurchschnittlich positiv aus (Abb. 29). Hinweise zur Verbesserung ihres Antrages erhielten 41,7% der Partner, im Gesamtdurchschnitt waren es nur 12,5%. 25% gaben an keine Hinweise erhalten zu haben (Gesamt: 70,5%). Weitere 33,3% machen keine Angabe.

Die abschließende Frage, ob die Partner mit dem abgelehnten Antrag bei einem anderen Förderer erfolgreich waren, beantworteten 41,7% mit ja (Abb. 30). Dieser Wert liegt um rund 19 % höher als der Durchschnitt des Subsamples abgelehnter Antragsteller. 25% verneinten die Frage, ein Drittel der Befragten machte keine Angabe.

**Abb. 29: Wurden Ihnen von Seiten der Stiftung Hinweise zur Verbesserung des Antrags mitgeteilt?**



**Abb. 30: Waren Sie mit Ihrem Antrag bei einem anderen Förderer erfolgreich?**



## **G. FAZIT UND IMPLIKATIONEN DER LEARNING FROM PARTNERS-STUDIE FÜR DIE BINGO-UMWELTSTIFTUNG**

Das Learning from Partners-Projekt hat sich auch in seiner Erhebungswelle als erfolgreicher Evaluationsansatz erwiesen, der es den Partnern als zentralen Stakeholdern von Stiftungen ermöglicht, ihr Feedback an die Förderorganisation zurückzumelden. Die spezifische Arbeitsweise und thematische Ausrichtung der Bingo-Umweltstiftung spiegelt sich in den Daten wider.

Die Resultate bedeuten für die Bingo-Umweltstiftung eine wichtige Bestätigung ihrer Arbeit und stärken ihre Position im Stiftungssektor, die durch die hohen Renommeewerte und ihre Reputation als verlässlicher, zielgerichteter und anspruchsvoller Akteur untermauert wird. In ihrer strategischen Ausrichtung erfüllt die Bingo-Umweltstiftung zudem ihre wichtige Rolle als praxisnahe und gesellschaftlich wirksame Organisation, die nahe an zivilgesellschaftlichen Themen und Akteuren ansetzt und operiert, wie sich aus den positiven Ergebnissen ableiten lässt. Die überdurchschnittlich hohen Zufriedenheitswerte unter den Partnern in der Phase der Antragstellung stellen für die Mitarbeiter ein sehr positives Feedback dar.

Die im Folgenden aufgezeigten Handlungsempfehlungen basieren auf den Angaben der an der Umfrage beteiligten Partner. Ob und inwiefern diese Optimierungsspielräume mit der Zielsetzung der Stiftung übereinstimmen und integrationsfähig sind, bleibt in letzter Instanz dem Urteil der Bingo-Umweltstiftung überlassen.

In der Zusammenarbeit der Förderphase, abgebildet durch die Bewertung der Partnerschaft und die Zufriedenheit der Kommunikation zur Ansprechperson, eröffnet sich noch Optimierungspotential auf hohem Niveau, um den Zufriedenheitsgrad unter den Partnern zu erhöhen.

Die Bewertung der administrativen Prozesse zeigt in weiten Teilen eine Wertschätzung seitens der Partner. Die Ausschreibungen der Projekte sowie die entsprechenden formalen Anforderungen an eine Antragsstellung werden von der Mehrheit als verständlich und klar nachvollziehbar wahrgenommen. Der Ablauf nach Einreichung des Antrages könnte gemäß den Resultaten etwas anschaulicher kommuniziert werden. Der administrative Aufwand wird mitunter als umfangreich wahrgenommen. An dieser Stelle ließe sich möglicherweise durch eine Optimierung bürokratischer Abläufe ein vereinfachter Antragstellungsprozess mit geringeren Hürden für die Antragsteller erreichen.

Der Frageblock zum Capacity Building offenbart, dass in der Phase der Antragstellung der direkte Kontakt als hauptsächliche Ressource der Unterstützung betrachtet wird. Ferner werden Merkblätter und Homepage als bedeutende Quellen der Informationsgewinnung geschätzt. Auffällig ist, dass der Zugang zur Presse als überdurchschnittlich gut bewertet wird, die übrigen Unterstützungsformen jedoch lediglich durchschnittlich oder unterdurchschnittlich abschneiden. Sieht die Bingo-Umweltstiftung dies als Teil ihres zu erfüllenden Aufgabenfeldes an, lässt sich der Umfang der möglichen Unterstützung vor allem in der Projektphase weiter ausgestalten.

Die externe Wahrnehmung der Stiftung enthüllt einige interessante Aspekte. Die Stiftung genießt einen recht hohen Bekanntheitsgrad unter den Partnern und wird mit hohem Renommee assoziiert, eine Förderung wird jedoch nicht eindeutig als Qualitätsausweis im Tätigkeitsfeld wahrgenommen. Dies erscheint zunächst widersprüchlich, mag jedoch möglicherweise der Tatsache der ausschließlichen Teilförderungsmodalität der Bingo-Umweltstiftung geschuldet sein.

Die Bingo-Umweltstiftung wird abschließend noch in ihrer nicht vollständigen Transparenz kritisiert. Die Kritik spielt sich zwar wiederum auf einem hohen Niveau ab, gleichwohl wünschen sich die Partner detailliertere Informationen in den Begutachtungs- und Entscheidungsprozess.

Die abgelehnten Antragsteller sind nur unterdurchschnittlich zufrieden mit dem Kontakt zur Bingo-Umweltstiftung, wohingegen ein überdurchschnittliches Ergebnis bei der Frage, ob Hinweise zur Verbesserung des Antrags kommuniziert wurden, erzielt wird. Daraus lässt sich folgern, dass die Partner sich bereits im Vorfeld eine etwas differenzierte Rückmeldungskultur bezüglich ihres Antrages wünschen würden, um eine eventuelle Ablehnung durch bessere Ausarbeitung des Antrages vermeiden zu können.

Eine weitere Befragung im Rahmen einer kommenden Erhebungswelle könnte für die Bingo-Umweltstiftung interessant sein, um einen zeitlichen Längsschnittvergleich zu realisieren. Dieser wäre in zwei bis drei Jahren denkbar, um anhand adäquater Daten Veränderungen nachzuzeichnen oder Kontinuitäten zu dokumentieren.

## H. LITERATUR

CSI (2012): *Learning from Partners. Gesamtreport*. Heidelberg.

Koch, Achim; Martina Wasmer (2004): Der ALLBUS als Instrument zur Untersuchung sozialen Wandels: Eine Zwischenbilanz nach 20 Jahren. In: Schmitt – Beck, Rüdiger; Martina Wasmer; Achim Koch (Hrsg.): *Sozialer und politischer Wandel in Deutschland. Analysen mit ALLBUS Daten aus zwei Jahrzehnten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 13-41.

Prüfer, Peter; Margrit Rexroth (2005): *Kognitive Interviews*. ZUMA How-to Reihe Nr. 15. Online unter [http://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/gesis\\_reihen/howto/How\\_to15PP\\_MR.pdf](http://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/gesis_reihen/howto/How_to15PP_MR.pdf) (letzter Zugriff am 22.07.2015).

Stein, Petra (2014): Forschungsdesigns für die quantitative Sozialforschung. In: Baur, Nina; Jörg Blasius (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 135-152.

Stockmann, Reinhard; Wolfgang Meyer (2014): *Evaluation. Eine Einführung*. Opladen & Toronto: Verlag Barbara Budrich.

Then, Volker; Christian Schober (Hrsg.) (2015): *Praxishandbuch Social Return on Investment. Wirkungen sozialer Investitionen messen*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.

Wagner, Pia; Linda Hering (2014): Online – Befragung. In: Baur, Nina; Jörg Blasius (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 661-673.

Youker, Brandon W.; Allyssa Ingraham (2013): Goal-Free Evaluation: An Orientation for Foundations' Evaluations. *The Foundation Review* 5(4), S. 51-61.



