



BERICHT ZUR ORGANISATIONSENTWICKLUNG

KRASS e.V. und Stiftung Kultur für Kinder

Angelehnt an den Berichtstandard für soziale Organisationen

14.02.2014

Inhalt

Vorwort	4
1. Gegenstand und Umfang des Berichts	5
1.1 Geltungsbereich	5
1.2 Berichtssystem und Berichtszyklus	5
1.3 Grad der Anwendung des SRS	5
1.4 Berichtsform und Berichtsbestandteile	6
1.5 Ansprechpartner	6
2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz	6
2.1 Themenfeld	6
2.2 Das gesellschaftliche Problem	7
2.2.1 Gesellschaftliche Ausgangslage	7
2.2.2 Ausmaß des Problems	10
2.2.3 Bisherige Lösungsansätze	13
2.3 Der Lösungsansatz	15
2.3.1 Die Vision	15
2.3.2 Strategie	15
2.3.3 Zielgruppen	17
2.3.4 Aktivitäten und erwartete Wirkungen	20
2.4 Verbreitung des Lösungsansatzes	22
2.4.1 Gegenstand der Verbreitung	23
2.4.2 Verbreitungsmethoden	24
2.4.3 Stand der Verbreitung	26
3. Gesellschaftliche Wirkung	27
3.1 Eingesetzte Ressourcen	27
3.2 Leistungen	30
3.3 Wirkungen	31
3.4 Evaluation und Qualitätssicherung	34
4. Weitere Planung und Ausblick	37
4.1 Planung und Ziele	37
4.2 Entwicklungspotenziale und Chancen	44

4.3	Risiken	47
5.	Die Organisation KRASS	48
5.1	Organisationsstruktur	48
5.2	Stand der Organisationsentwicklung	49
5.3	Vorstellung der handelnden Personen	50
5.4	Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke.....	51
6.	Profile der beteiligten Organisationen.....	53
6.1	Organisationsprofil	53
6.2	Governance der Organisation.....	55
6.2.1	Leitungsorgan	56
6.2.2	Aufsichtsorgan	57
6.2.3	Interessenskonflikte.....	57
6.3	Beteiligungsverhältnisse.....	58
6.4	Umwelt und Sozialprofil	58
7.	Finanzen	59
7.1	Buchführung und Bilanzierung.....	59
7.1.1	Buchführung.....	59
7.1.2	Jahresabschluss	59
7.1.3	Controlling	59
7.2	Vermögensverhältnisse	59
7.2.1	Vermögensrechnung.....	59
7.2.2	Darlehen	60
7.3	Einnahmen und Ausgaben	60
7.4	Lagebericht	60

Vorwort

Mein Name ist Claudia Seidensticker. Ich bin Gründerin der Stiftung Kultur für Kinder, Vorsitzende des Vorstandes und auch Gründerin des gemeinnützigen Vereins KRASS e.V.! Dabei hatte ich im April 2008 eigentlich nur ein eintägiges Event geplant, als ich Kinder und Jugendliche – gleich welcher Nationalität und sozialer Schicht – aufrief, gleichzeitig eine 60 Meter lange Leinwand zu bemalen. „Kinder malen eine bessere Welt“ betitelte ich diese Aktion und verwandelte eine 100 Jahre alte Straßenbahnstation in der NRW-Landeshauptstadt für einen Samstag in ein Kinderatelier. Mein Ziel, das ich auch erreichte: Kinder & Jugendliche konnten den ganzen Tag unter Begleitung von professionellen KünstlerInnen dem Spiel mit Farben freien Lauf lassen, denn Kinder öffnen beim Malen nicht nur Farbtöpfe, sondern auch ihre Herzen. Und ein zusätzlicher Spaß: Ein Eintrag ins Guinnessbuch der Rekorde. Es ist einfach fantastisch, wie viele Menschen einen unterstützen, wenn man um Hilfe bittet! Bis zu meiner Mal-Aktion im Straßenbahndepot hätte ich nicht daran geglaubt. Doch: Ich schrieb meinen Netzwerkpartnern, dass ich 1.000 Leinwände brauche oder 800 Pinsel, und ich bekam sie. Nicht von einem einzelnen, aber von vielen, die helfen wollten. Oder: Ich suche für eine Aktion Ehrenamtliche, und sie sind da, wenn man sie braucht. Voraussetzung: Man muss selber auch etwas geben und nicht nur nehmen! Dem erfolgreichen Event folgten weitere. Es macht einfach Freude, die Kinder und Jugendlichen in ihrer Kreativität zu fördern. Sie werden aufgrund der künstlerischen Erfahrung selbstbewusster, fangen an, an sich zu glauben, zeigen als Folge auch in der Schule bessere Leistungen. Ich begann mich dafür zu engagieren, dass sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche kostenlosen Kunstunterricht erhalten können, insbesondere jene aus den bildungsfernen Schichten, deren Eltern sich keine Kunst- oder Musikurse für ihren Nachwuchs leisten können. Seitdem arbeite ich mit größtem Vergnügen ehrenamtlich und gründete 2009 den gemeinnützigen Verein Krass e. V. und 2010 die Stiftung Kultur für Kinder!

1. Gegenstand und Umfang des Berichts

1.1 Geltungsbereich

Der folgende Bericht hat den Verein KRASS e.V., dessen Social-Franchise-Ableger KRASS vor Ort und das Konzept KRASS in Aktion mit all seinen Projekten, Programmen und Aktionen im Sinne der KRASSen Vision und Mission zum Gegenstand. Kindern und Jugendlichen soll gezielt mit den Mitteln der Kunst und Medien kulturelle Bildung und Persönlichkeitsentwicklung ermöglicht werden. Durch die Angebote von KRASS möchten wir den Kindern und Jugendlichen Schlüsselkompetenzen wie z.B. Selbstvertrauen vermitteln, um unabhängig von ihrem familiären Hintergrund eine selbständige Lebensgestaltung für sich zu entdecken und entwickeln zu können. Der Bericht wurde am 24.01.2014 unter vollständiger Anwendung des „Berichtsstandards für soziale Organisationen“ fertiggestellt. Gegenüber dem Vorjahr sind und kommen laufend weitere KRASS vor Ort – Standorte zum gesamten Angebot von KRASS e.V. hinzu. Programme und Projekte, die im Sinne der Vision von KRASS e.V. durchgeführt werden, jedoch nicht direkt einem KRASS vor Ort-Standort zugerechnet werden können, oder aber Kooperationen mit anderen Organisationen darstellen, fallen nun – ab dieses Jahr - in das neue Konzept KRASS in Aktion. Die Begründung liegt in unserem immer stärkeren Wachstum und dem damit verbundenen zunehmenden administrativen Aufwand. Diese positive Entwicklung von KRASS e.V. soll damit auch in Zukunft weiterhin gesichert werden.

1.2 Berichtssystem und Berichtszyklus

Die Informationen dieses Berichts beziehen sich auch auf den Zeitraum vom 01.01.2013 bis zum 31.12.2013; es sei denn, es ist anders angegeben.

1.3 Grad der Anwendung des SRS

Der vorliegende Bericht wurde in seiner Gliederung und seiner Form weitestgehend an den Berichtsstandard für soziale Organisationen von 2012 orientiert. Abweichungen liegen hierbei in diesem Bericht keine vor. Kapitel, die für KRASS e.V., der Stiftung Kultur für Kinder und deren Angebote nicht relevant sind, sind also solche gekennzeichnet.

1.4 Berichtsform und Berichtsbestandteile

Anlagen enthält dieser Bericht keine.

1.5 Ansprechpartner

Ansprechpartnerin von KRASS e.V. ist die Vorsitzende des Vorstandes:

Claudia Seidensticker.
Telefonnummer: +49 170 24 16 859
E-Mail: c.seidensticker@krass-ev.de
Grafenberger Allee 269
40237 Düsseldorf

Erstellung des Berichtes:
Tobias Schlubach

2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz

2.1 Themenfeld

Krass e.V. widmet sich thematisch den Themen Kultur, Kunst & Medien. Alle Projekte und Programme haben weiterhin eine besondere soziale und gesellschaftliche Ausrichtung mit Schwerpunkt in der barriere-freien, persönlichen, kreativen Weiterbildung. Konkret decken wir mit unseren Projekten und Programmen folgende Themenfelder ab:

Bildende Kunst I (Malerei, Grafik, Fotografie)

Bildende Kunst II (Bildhauerei, Architektur, Kunsthandwerk, Installationen)

Literatur (Epik, Dramatik, Lyrik, Journalistik)

Darstellende Kunst (Theater, Tanz)

Musik (Komposition, Interpretation – vokal und instrumental)

Persönlichkeit und Bildung

Zudem arbeiten wir inhaltlich bei der Umsetzung unseres Angebots – je nach Thema – mit den folgenden Medien:

Print Medien (Zeitungen, Zeitschriften, Plakate, Bücher, Gemälde etc.)

Rundfunk (Hörfunk, Fernsehen, Film, Hörbuch)

Digitale Medien (PC/Internet, Social Media)

Öffentliche Aufführung

Alle Projekte und Programme von KRASS e.V. beinhalten weiterhin in ihrer Konzeption sozialpädagogische und bildende Schwerpunkte – ganz im Sinne einer positiven Persönlichkeitsentwicklung. Diese Schwerpunkte werden je nach künstlerischem und medialem Hauptthema unterschiedlich, den jeweiligen Rahmenbedingungen des Angebots entsprechend, gewichtet. Beispiele für Ziele in der Persönlichkeitsentwicklung des Einzelnen finden Sie in folgender Aufstellung:

Kreativität: Freier und individueller Ausdruck (verbal und non-verbal)

Handwerkliche Fähigkeiten: Mittels Schrift, Bild, Objekten und Materialien Ideen sinnvoll umsetzen und gestalten.

Verantwortung: Durch Integration und Toleranz

Teilhabe: Am gesellschaftlichen Leben

Selbstbewusstsein: Entdeckung der eigenen Persönlichkeit (Stärken und Schwächen) und der Umwelt, Überwindung von Schwellenängsten, nachhaltige Selbstfindung und Selbstreflexion.

Teamwork: Training der Kommunikations- und Konfliktfähigkeit durch regen Austausch innerhalb der Gruppe. Eigene Ideen werden verständlich präsentiert und anschließend konstruktiv diskutiert.

Ausdauer: Durch Ausprobieren, Experimentieren und Improvisieren. Entstehung interessanter Verknüpfungen von Bekanntem und Neuem.

Motivation: Sich selbst und andere für die eigene Idee begeistern.

Wahrnehmung: Veränderung des eigenen Blickwinkels (Spiel mit Licht, Farben, Rollen, Emotionen), um den eigenen Standpunkt im Leben zu finden und zu festigen.

2.2 Das gesellschaftliche Problem

2.2.1 Gesellschaftliche Ausgangslage

Die gegenwärtigen Probleme im Bereich der kreativen Bildung sind sehr komplex.

Eine Vielzahl von Faktoren und Parametern sorgen für die derzeitige Situation, dass Kreativität in unserer Gesellschaft nicht den Stellenwert innerhalb unseres Bildungssystems hat, der eigentlich notwendig ist, um Kindern und Jugendlichen vor allem aus sozial schwächeren Familien bessere Zukunftsperspektiven geben zu können.

Aber wie kommt es dazu, dass kreative Bildung förderlich für deren zukünftiges Leben ist? Kreativität bedeutet Freiheit. Kreative Tätigkeiten

motivieren. Sie fördern auf spielerische und ungezwungene Art und Weise die kindliche und jugendliche Persönlichkeitsentwicklung. Sie stärken das Selbstbewusstsein und geben den Kindern verschiedene Mittel zur Meinungsäußerung und gesellschaftlicher Teilhabe in die Hand.

Von der Persönlichkeit des Kindes wiederum hängt es ab, inwieweit es befähigt ist, sein eigenes Leben zu gestalten und zu lenken. Dazu zählen zum Beispiel auch berufliche und schulische Abschlüsse. Besonders bei einem prekären und unsicheren Lebensumfeld, sowie sozialer und gesellschaftlicher Benachteiligung aufgrund finanzieller Fesseln ist es umso notwendiger, den Kindern diese Mittel in die Hand zu geben, damit sie überhaupt die Chance haben, im Laufe ihrer Jugend die eigene Lebens-Situation eigenständig und nachhaltig zu verbessern.

Aus diesem Grund benötigen Kinder und Jugendliche einen möglichst hürdenfreien Zugang zu kreativen Angeboten aus den Bereichen Medien und Kunst.

Der familiäre und soziale Hintergrund entscheidet nämlich – trotz aller Bemühungen, dem in der Bildung und in der Schule entgegenzuwirken, und neben den persönlichen Eigenschaften - nach wie vor über den individuellen Bildungserfolg.

Kreative Bildung hat also einen elementaren Einfluss auf die Zukunft unserer Kinder und Jugendlichen und ist damit gesellschaftlich von besonderer Relevanz. Es gibt auch immer wieder Bemühungen seitens der Schulen oder auch anderer öffentlich-rechtlicher Träger, kreative Angebote zu fördern. Vor allem der Staat hat Interesse daran das alle Kinder und Jugendlichen einen Schulabschluss und eine Ausbildung erhalten. Die jeweiligen Landesregierungen erstellen Schul- und Förderpläne, halten Konferenzen ab und vergeben Fördermittel. Und er finanziert die Angebote und Lehrkräfte.

Durch pädagogische abgestimmte Lehrpläne werden zugleich gezielte Anforderungen an die Persönlichkeitsentwicklung der Kinder und Jugendlichen gestellt. Die Schüler sollen für das zukünftige Berufsleben gewappnet werden. Sie sollen sich später durch eine Ausbildung mit entsprechendem Gehalt unabhängig in die Gesellschaft integrieren.

Soweit so gut. Jetzt ist es aber nun einmal so, dass mit schulischer Bildung immer auch mit Kosten verbunden sind. Gerade in der heutigen Zeit, wo ständig um Millionendefizite in öffentlichen Haushalten gestritten wird, wird jeder Euro dreimal umgedreht. Die öffentlichen Haushalte stehen unter ständigem Druck, es allen Parteien und Interessen recht machen zu müssen.

So unterliegt auch unser Bildungssystem einer immer größeren Kontrolle, bedingt durch den Kostendruck und der damit verbundenen Suche nach

Einsparungsmöglichkeiten. Das staatliche Geld soll effektiver und effizienter eingesetzt werden. Erfolge müssen aufgrund des öffentlichen Drucks nachprüfbar sein.

Wenn der Staat zwischen zwei Förder- und Investitionsalternativen entscheiden muss, wird er sich durch den monetären Druck also immer für die effizientere und effizientere der beiden Alternativen entscheiden. Diejenige, bei der die Erfolgsaussichten höher sind. Der Staat (und ganz nebenbei: auch die Wirtschaft) fördert und fordert somit einen Leistungswettbewerb – auch in der kreativen Bildung.

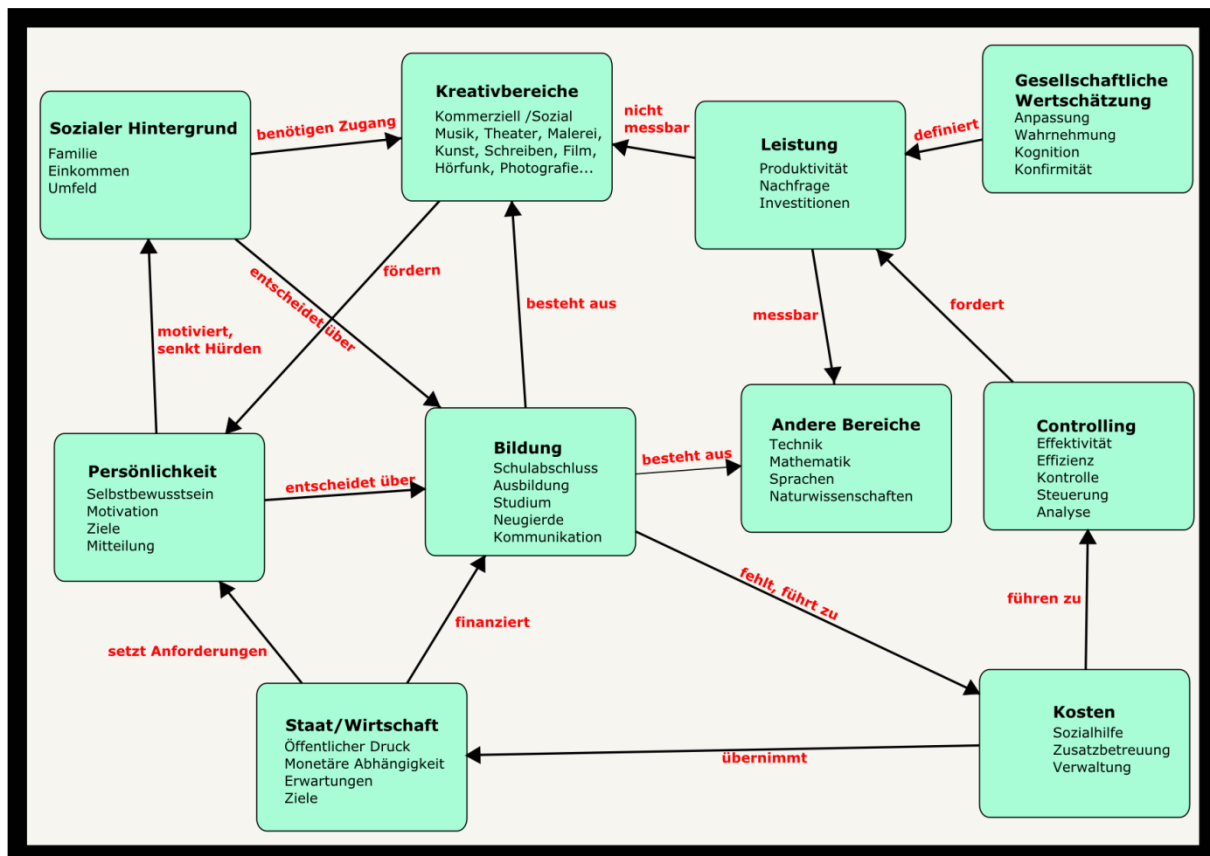
Was genau Leistung ist, wird wiederum durch die Gesellschaft definiert. Wir leben in einer Gesellschaft, in der immer noch, wenn auch auf nicht mehr so offensichtliche Weise wir noch von 100 Jahren, monetäre Werte wesentlich höher bemessen werden, als andere, wie zum Beispiel persönliche. Das aber zum Beispiel die Produktivität als ein Leistungskriterium nicht nur vom erlernten Wissen oder der körperlichen Kraft abhängt, sondern auch vom menschlichen Wohlbefinden (Motivation, Selbstbewusstsein, Ausdauer,...) wird dabei oft außer Acht gelassen.

Es zählt nur das, was messbar ist. Auch in der Schule. Mathematische Fähigkeiten etwa sind messbar. Es gibt nur richtig oder falsch, genau oder ungenau. Gute Noten in Biologie werden als Nachweise einer kognitiven Leistung erachtet. Mit dem Ziel einer Vergleichbarkeit. Kreative Leistung ist nicht messbar. Und oftmals auch kaum vergleichbar. Kreative Leistungen (übrigens auch soziale) werden daher oft als "weiche Fächer" bezeichnet. Damit soll zum Ausdruck gebracht werden, dass der Schüler oder der Student hierfür ja nur wenig „tun“ müsse, um eine gute Note als Erfolgsbestätigung zu erhalten.

Durch die fehlende Vergleichbarkeit und die nur schwere Einordnung als messbaren Erfolg ist kreative Bildung weniger kontrollierbar. Und was wenig kontrollierbar ist, wird schlussendlich weniger honoriert und gefördert. Es ist nur logisch, dass der Anteil an kreativer Bildung – obwohl eine Notwendigkeit aufgrund der dargestellten Vorteile für die persönliche Entwicklung, die sich auf die Leistungsmotivation auswirkt, gegeben ist - gegenüber anderen (messbaren und kontrollierbaren) Leistungsbereichen hinten ansteht.

Dass aber mittels kreativer Bildung sozial schwache Kinder und Jugendliche selbstbewusster motiviert werden können, einen höheren Schulabschluss zu erreichen, um später keine Sozialhilfeleistungen und Zusatzbetreuung in Anspruch nehmen zu müssen, wird in dieser Gesamtproblematik oft vergessen.

Folgende Grafik verdeutlicht noch einmal die Grundproblematik unseres Bildungssystems. Die gesellschaftlichen Nachteile liegen auf der Hand.



Ursachen Wirkungs-Kreis

2.2.2 Ausmaß des Problems

Das gesamte Ausmaß wird schon bei der Betrachtung von nur einigen Teilaspekten deutlich. Zum Beispiel die Folgen eines fehlenden Schulabschlusses.

So zeigt eine Studie des Bildungsforschers Klaus Klemm, die im Auftrag der Bertelsmann-Stiftung durchgeführt wurde, dass im Jahr 2008 fast jeder 13. Jugendliche die Schule ohne Schulabschluss verließ - das sind 65.000 Menschen und 7,5 % des entsprechenden Altersjahrgangs in Deutschland. 54,6 % dieser Gruppe haben eine Förderschule besucht und 26,5 % eine Hauptschule.¹ Das heißt, dass in diesem Jahr mehr als die Hälfte der Schüler einer Förderschule und ein Viertel der Hauptschüler keinen Abschluss erlangten. Weiter geht aus einer EU-weiten Statistik des Statistischen Bundesamtes hervor, dass in Deutschland die Arbeitslosigkeit vergleichsweise stark vom Bildungsniveau abhängt. Laut

¹ Klemm, Klaus: Jugendliche ohne Hauptschulabschluss. Analysen, regionale Trends, Reformansätze. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
http://www.bertelsmannstiftung.de/bst/de/media/xcms_bst_dms_32343_32344_2.pdf
 (16.02.2012)

dem Statistischen Bundesamt war im Jahr 2008 jeder Sechste mit einfachem Bildungsniveau (höchstens Realschulabschluss) ohne Arbeit. Diese Quote fiel fast doppelt so hoch aus wie der EU-Durchschnitt.² Die hohe Anzahl von Jugendlichen ohne Schulabschluss zieht in der Folge hohe Kosten nach sich. In erster Linie natürlich für die Betroffenen, aber auch für die Gesellschaft. Einerseits durch anfallende Sozialhilfen, andererseits durch die entgangenen Steuereinnahmen bei Erwerbstätigkeit und die benötigten Geldmittel bei nachträglichem Erwerb des Schulabschlusses. Deutlich wird in den genannten Studien, dass der Bildungserfolg der Schüler sehr stark von deren familiären Hintergrund abhängt.

Ein weiteres Beispiel ist der Zusammenhang zwischen geringer gesellschaftlicher Anerkennung von künstlerischen Tätigkeiten als Leistung und dem damit verbundenen finanziellen Einschränkungen, welches auch die Hürden für die Teilhabe sozial benachteiligter Kinder und Jugendlicher höher setzt.

Durch die viel zu geringe Wertschätzung kreativer künstlerischer und medialer Leistung in Deutschland leidet vor allem die Kreativ- und Medienwirtschaft in Deutschland vor allem darunter, einerseits ständig professionell und mit immer besserer Qualität neue Ideen entwickeln zu müssen, andererseits jedoch möglichst gering bis gar nicht bezahlt zu werden, so dass es kaum zum finanziellen Überleben reicht. Deutlich wird dies zurzeit zum Beispiel am sogenannten „Zeitungssterben“ (Einstellung von renommierten Publikationen, wie z.B.: Financial Times Deutschland, Frankfurter Rundschau, Nürnberger Abendzeitung, etc.). Die Zahlungsbereitschaft und damit die Leistungsanerkennung für das kreative Schreiben von Texten sinken immer weiter. Das Internet ist ja umsonst. Aber auch anderen künstlerischen und medialen Bereichen (Schließungen von Bürgerfunk-Studios, Theatern, etc.) werden aufgrund öffentlich-rechtlichen Sparzwangs zunehmend die Finanzierungsgrundlagen genommen. Im November 2012 wurde deshalb zum Beispiel das Theater in Wuppertal geschlossen.

In der Folge werden Praktika, Volontariate und andere Einstiegs- und Bildungsmöglichkeiten für Schüler und Studenten in kommerziellen Bereichen nur gering bis gar nicht bezahlt. Kinder und Schüler aus sozial schwachen Familien bleiben selbst bei großem Talent außen vor, da diese auf jeden Euro angewiesen sind, und es sich nicht leisten können, auf bestimmte Einkommen zu verzichten. Meistens wird daher eine Ausbildung zum Elektromechaniker oder zur Bäckerei-Fachverkäuferin einer künstlerisch-medialen Ausbildung vorgezogen, da hier die Einkommen „sicher“ sind. Im Medien- und Kunstbereich besteht diesbezüglich oft eine starke Unsicherheit (Freiberufler, kaum Festanstellungen). Für diese

² Vgl. EU-Vergleich. Deutsche Hauptschüler haben extrem schlechte Jobchancen. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,576566,00.html> (16.02.2012)

gesellschaftlichen Gruppen bleibt letztlich nur der „Ausweg“ an freien, kostenlosen Angeboten teilzunehmen. Aber auch die freien kostenlosen Angebote werden - wie oben beschrieben - auf Grund des öffentlichen Kostendrucks, immer weiter eingeschränkt.³

Diese Entwicklung läuft einem anderen gesellschaftlichen Trend in Deutschland jedoch grundlegend zuwider. Kreativität, und damit auch die geistige Fähigkeit zur Entwicklung neuer Ideen und Problemlösungen und zum Wechsel von Perspektiven - sei es im Beruf oder Privat, wird zunehmend wichtiger in einer immer komplexeren Welt, mit sich ständig wechselnden Situationen und immer neuen Anforderungen. Kreativität als persönliche Eigenschaft ist somit ein zwingender Bestandteil der kindlichen und jugendlichen Bildung, um in Zukunft die Hürden des Lebens meistern zu können und den individuellen Bildungserfolg eines jeden Einzelnen zu erhöhen. Unser derzeitiges Bildungssystem und die gesellschaftliche Wertschätzung von Kreativität als strukturelle Grundvoraussetzungen sprechen jedoch eine andere Sprache.

Wie die Zahlen aus den oben erwähnten Studien und die gesellschaftlichen Trends zeigen, ist das Ausmaß dieser Entwicklung vielfältig und erheblich! Wie uns die Gespräche in der Kooperation mit Schulen, insbesondere Förderschulen, mit Lehrern, Eltern und Kindern in diesem kulturellen Bildungsfeld zeigen, weitet sich dieser gesellschaftliche Missstand sogar noch aus. Das Engagement der Kinder selbst bestätigt uns, dass unser Angebot gewollt, gebraucht und auch angenommen wird. Zwar holt die Hälfte der Schulabgänger ohne Abschluss den Schulabschluss nach, jedoch kostet dies knapp 200 Millionen Euro pro Altersjahrgang.

Kreative Freiräume im pädagogischen Rahmen mit den Mitteln der Medien und Kunst geben den Kindern und Jugendlichen wirkungsvolle persönliche Eigenschaften mit auf ihren Lebensweg, um selbständig und selbstbewusst den schwierigen Lebens-Anforderungen zu begegnen. Kreatives Denken erleichtert und motiviert die Kinder und Jugendlichen zur Erreichung ihres Schulabschlusses. Jedoch bleiben genau diese Freiräume - als wesentliche Voraussetzung für eine hohe eigene Bildungsmotivation - zu oft auf der Strecke. Wert wird mehr auf mathematische, logische, sprachliche und technische Fähigkeiten gelegt. Platz für eigene Ideen, Platz für die Schulung der eigenen Wahrnehmung gibt es in diesen Bereichen kaum bis gar nicht.

In unserer Gesellschaft wird aufgrund des immensen Kostendrucks, egal ob in der freien Wirtschaft oder in den öffentlich-rechtlichen Institutionen,

³ <http://www.3sat.de/page/?source=/kulturzeit/themen/141532/index.html> (10.07.2013)
<http://www.dw.de/zeitungssterben-in-deutschland/a-16435021> (10.07.2013)
<http://www.taz.de/!105228/> (10.07.2013)

Leistung immer mehr nach Zahlen bemessen. Es gibt kaum Bereiche, die nicht immer mehr auf Einsparpotenziale hin „kontrolliert“ werden. Auch hier ist das Ausmaß des Problems gewaltig. Alle paar Wochen geistern „Kündigungen wegen 1,17 €“-Nachrichten durch die Medien. Und ein Ende dieses zunehmenden gesellschaftlichen Drucks ist nicht absehbar. Dieser Druck wirkt sich zwangsläufig auch immer mehr auf unser Schulsystem aus. Kinder müssen immer mehr messbare Leistungen erbringen, um später ein geregelteres Leben führen zu können. Noten, Höhe des Gehalts, Anzahl der Oberstufen-Jahre – alles ist messbar, um die Leistung im Anschluss „kontrollieren“ zu können. Nur eines nicht: Kreatives Denken. Kreatives Denken lässt sich nicht auf Zahlen reduzieren, und damit ist es nicht „kontrollierbar“. Es ist pädagogisch jedoch unbestritten, dass Kreativität notwendig ist, ja, sich letztlich auf messbare Ergebnisse positiv und nachhaltig auswirkt.⁴ Im Klartext bedeutet dies: freies, kreatives Denken wirkt sich elementar auf das Lern- und Sozialverhalten der Kinder und Jugendlichen aus.

Besonders schulisches Verhalten und berufliche Entscheidungen im Alter von etwa 15 – 20 Jahren können später gerade für sozial schwache Kinder und Jugendliche so gut wie gar nicht mehr korrigiert oder aufgeholt werden. Somit wirkt sich der generelle Bildungs-Misstand nicht nur auf die aktuelle Lebenssituation der Kinder und Jugendlichen aus, sondern auch auf deren gesamtes zukünftiges Leben. Oder anders gesagt, da unsere heutigen Kinder die Gesellschaft von morgen bilden: Auf unsere Gesellschaft und Kultur der nächsten Jahre.

Insgesamt betrachtet ist das Ausmaß nicht nur in der Anzahl und den negativen Konsequenzen zu sehen. Auch der Zusammenhang der Faktoren an sich verdeutlicht die gesellschaftliche Tragweite.

2.2.3 Bisherige Lösungsansätze

Es gibt durchaus verschiedene Lösungsansätze. Aufgrund des Problems der geringen, gesellschaftlichen Wertschätzung kreativer Leistung basieren die meisten Lösungen jedoch zwangsläufig auf staatliche, regionale oder kommunale Subventionierung (z.B. Bildungsgutscheine) und sind, wegen des immensen Kostendrucks oft in sehr engen rechtlichen und gesetzlichen Rahmen definiert. Bildungsprojekte in künstlerischen und medialen Bereichen rentieren sich meistens nicht, und sind regelrecht auf Subventionen angewiesen. Ein großer Teil des Angebots an kostenloser künstlerischer und medialer Bildung würde in Deutschland und auch in vielen anderen Staaten der Welt ohne diese Subventionierung also gar

⁴ <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/Dateien/KuK/PDF/die-kultur-und-kreativwirtschaft-in-der-gesamtwirtschaftlichen-wertschoepfungskette-wirkungsketten-innovationskraft-potentiale-enderbericht.property=pdf,bereich=kuk,sprache=de,rwb=true.pdf> (10.07.2013) – vgl. besonders S.148 ff.)

nicht bestehen. Die staatlichen Instrumente dienen so einem volkswirtschaftlichen sozialen Ausgleich. So sollen etwa Bildungsgutscheine die Teilhabe sozial schwächerer Kinder und Jugendlicher an Bildungsangeboten ermöglichen. Die Ansätze sind meistens indirekt ausgestaltet (keine direkte finanzielle Förderung des Kindes; Nachweise und Zertifizierungen als formale Hürden). Durch diese Vorgaben fallen oftmals flexible Angebote, wie z.B. ein spontaner Musikkurs, aus den Geltungsbereichen der staatlichen Fördermöglichkeiten.⁵

Die bisherigen Ansätze reichen daher nicht aus, da der Hauptfokus zu sehr in der Finanzierung und im Controlling der Angebote und oft auch primär in der reinen Leistungsorientierung liegt. Die Kostenproblematik ist jedoch nur ein Aspekt in einem ganzen System an zusammenhängenden Wirkungen und Ursachen. Fakt ist, Projekte und Programme müssen finanziert werden. Aber dieser Faktor darf nicht entweder zu Hürden für die sozial schwachen Kinder und Jugendlichen oder zu Einsparungen in der kreativen und medialen Bildung führen, die für die Persönlichkeitsentwicklung von großer Bedeutung sind und sich damit letztendlich auch auf den Bildungserfolg auswirken. Vor allem vor dem Hintergrund, dass Bildung zur Verbesserung von prekären Lebenssituationen führen kann.

Ein weiterer Punkt ist der Lösungsansatz. Die Frage bei diesem ganzen System an Ursachen und Folgen ist die, wo angesetzt wird. Auch die Bereitschaft der an diesem Ursache-Wirkungskreis beteiligten Akteure zur Modifizierung dieses Systems ist ein wesentlicher Faktor. Um das System zu Gunsten der sozial schwachen Kinder und Jugendlichen zu ändern, deren Bildungsmotivation zu erhöhen und mit der Folge, öffentliche Ausgaben dauerhaft zu senken, muss die Bereitschaft da sein, bestimmte Mechanismen in diesem System zu entkoppeln. Ein möglicher Lösungsansatz wäre die gesellschaftlich anerkennende Gleichstellung und Wertschätzung von kreativer Bildung mit anderen Bereichen, indem nicht mehr die Messbar- und Vergleichbarkeit als ausschlaggebendes Produktivitätskriterium herangezogen wird. Oder aber die Hürden, die derzeit sozial schwache Familien nehmen müssen, um kreativ produktiv werden zu können, gezielt dadurch abzubauen, dass die Teilnahme grundsätzlich kostenlos ist.

Solche Lösungsansätze werden aber kaum verfolgt. Vielmehr wird versucht, die bestehenden Zusammenhänge immer weiter zu modifizieren, was aber ein aussichtsloses Unterfangen ist, solange versucht wird, kreative Leistung direkt und monetär zu messen. Der Erfolg der bisherigen Maßnahmen bleibt somit immer innerhalb eines begrenzten Rahmens beschränkt.

⁵ <http://www.kn-online.de/Lokales/Kiel/Bildungsgutschein-Kritik-an-buerokratischen-Huerden> (10.07.2013)

2.3 Der Lösungsansatz

2.3.1 Die Vision

Nachfolgend finden Sie den Kern unserer konzeptionellen Arbeit: Unsere Vision im Originalwortlaut. Die Vision leitet unser aller Handeln.

"In allen Regionen der Welt soll Kindern und Jugendlichen ein kostenloser und schwellenfreier Zugang zu Kunst und Kultur ermöglicht werden. Dadurch wollen wir jungen Menschen die Möglichkeit geben, sich in ihrer Persönlichkeit unabhängig jedweder Voraussetzungen und Hürden in kreativer Art und Weise frei zu entfalten, um so für die immer schwierigeren Anforderungen ihres späteren Lebens bestens gewappnet zu sein. Mit der Förderung von künstlerischen, medialen und zugleich sozial ausgerichteten Projekten leisten wir unseren Beitrag für die zukünftige Entwicklung unserer Gesellschaft, indem wir Kindern und Jugendlichen wichtige kreative und soziale Kompetenzen und Fähigkeiten mit auf ihren Weg geben."

2.3.2 Strategie

Unsere strategische Ausrichtung ergibt sich aus unserem visionären Ansatz und mit Blick auf die gesellschaftliche Gesamtproblematik, die zu dem im Kapitel 2 erläuterten Teufelskreis für Kinder und Jugendliche aus sozial schwachen Familien führt.

Unsere Vision setzt bezüglich des geschilderten Ursachen-Wirkungskreises an vier Stellen an, die zusammengenommen einen großen Anteil an der Gesamtproblematik haben.

- **„kostenloser (...) Zugang“**

Dieser Punkt unserer Vision zielt primär auf die Tatsache ab, dass sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche aufgrund ihrer begrenzten finanziellen Mittel nicht die Möglichkeit haben, für ihre Beteiligung an Kunst- und Medienprojekten zu bezahlen. KRASS entkoppelt hier kreative Bildung von möglichen Kosten für unsere Zielgruppe.

- **„schwellenfreier Zugang**

Hiermit ist der Zugang zu künstlerischen und medialen Angeboten gemeint, der notwendig ist, um Kinder und Jugendliche in ihrer Bildungsmotivation zu stärken. Der Zugang soll unter keinen Umständen an den familiären, sozialen oder sonstigen Hintergründen scheitern.

- **„unabhängig jedweder Voraussetzungen“**

Der Aspekt zielt auf die Leistungsorientierung ab. Unsere Angebote sind nicht leistungsorientiert, sondern persönlichkeitsorientiert. Es zählen also nicht primär Zertifikate oder die spätere wirtschaftliche Verwertungsmöglichkeit, sondern die Entwicklung kreativer Kompetenzen zur Verbesserung der Lebenssituation (Schulabschluss, Beruf etc...).

- **„Förderung von künstlerischen, medialen und sozial ausgerichteten Projekten.“**

Kreative Bildung ist ein gesellschaftlich notwendiger Bestandteil unseres Bildungssystems und benötigt deshalb einen angemessenen Anteil neben anderen Bildungsbereichen. Dem ist zurzeit nicht so, weshalb wir uns der gezielten Förderung künstlerischer und medialer Angebote angenommen haben.

Aus unserer Vision ergeben sich bestimmte strategische Grundsätze, nach denen wir unsere gesamte Arbeit ausrichten.

1. Angebote (Projekte & Programme) sind grundsätzlich kostenlos für die beteiligten Kinder und Jugendlichen. Die Finanzierung erfolgt ausschließlich durch Partner und Spenden. (Aspekt: **kostenloser Zugang**)
2. Neben unseren Angeboten unterstützen wir talentierte Kinder und Jugendliche in ihrer künstlerischen Ausbildung durch Stipendien (Aspekt: **kostenloser Zugang**)
3. Angebote finden zentral vor Ort statt. So entfallen Reisekosten und/oder logistische Kosten für die Eltern. (Aspekt: **schwellenfreier Zugang**)
4. Für unsere Angebote benötigen die Kinder und Jugendlichen keine Voraussetzungen. So soll niemand aufgrund seiner Vorbildung benachteiligt werden. (Aspekt: **schwellenfreier Zugang, unabhängig jedweder Voraussetzungen**)
5. Wir sorgen dafür, dass Kinder und Jugendliche aus sozial schwachen Schichten unser Angebot immer im Rahmen ihres Alltags wahrnehmen können. (durch Kooperationen mit Schulen, Kindergärten, Und mobile Angebote, z.B. an öffentlichen Spielplätzen). (Aspekt: **schwellenfreier Zugang**)
6. Wir verzichten bei einer Teilnahme in der Regel aufAnmelde-Formalitäten. Dem Wunsch nach einer Teilnahme soll nichts im Wege stehen. (Aspekt: **schwellenfreier Zugang**)

7. Der Inhalt und Erfolg unserer Angebote wird nicht primär durch messbare Leistung definiert. (Aspekt: **unabhängig jedweder Voraussetzungen**)
8. Die Konzeptionen unserer Projekte und Programme beinhalten Schwerpunkte in der pädagogischen Ausrichtung. Bereits bei der Planung wird abgestimmt, wie die Mittel des Kunst- und Medienbereichs pädagogisch am sinnvollsten zu nutzen sind. (Aspekt: **unabhängig jedweder Voraussetzungen**)
9. Angebote werden grundsätzlich geleitet von fachlich ausgebildeten (Medien, Kunst) und pädagogisch kompetenten Dozenten. Hier werden Qualifikationsnachweise vorausgesetzt (Aspekt: **Förderung**)
10. Angebote decken je nach Interesse und Ziel die gesamte Bandbreite der Kunst- und Mediengestaltung ab. Durch diese breite Aufstellung können wir uns flexibel auf örtliche und soziale Gegebenheiten einstellen. (Aspekt: **Förderung**)
11. Die Realisierung der verschiedensten künstlerischen und medialen Angebote stellen wir sicher, indem wir bestimmte Aufwände, wie z.B. Verwaltung, Kommunikation etc. aus dem eigentlichen Angebot outsourcen. Die Dozenten konzentrieren sich nur auch die Durchführung, während KRASS seine Ressourcen (Netzwerk) für andere anfallende und notwendige Aufgabenbereiche zur Verfügung stellt. (Aspekt: **Förderung**)

Durch unsere strategischen Grundsätze wollen wir prinzipiell und nachhaltig die gegenseitig bedingte Ursachen-Wirkungs-Kette stoppen. Schauen Sie sich die Grafik in Kapitel 2.2.1 an. Wir entkoppeln die Bereiche Bildung und Kosten, sowie Kreativbereiche und Leistung. Zudem koppeln wir Sozialer Hintergrund und Kreativbereiche, sowie Kreativbereiche und Bildung.

2.3.3 Zielgruppen

Die Zielgruppen sind **primär Kinder und Jugendliche**. KRASS ermöglicht vor allem Kindern und Jugendlichen aus sozial schwachen und

bildungsfernen Familien die Arbeit mit Kunst und Medien. Faktoren wie zum Beispiel Religion, soziale Herkunft oder Nationalität sind hierbei nicht von Bedeutung. Vorrangige Adressaten sind Kinder und Jugendliche im Alter von 6 bis 18 Jahren.

Daneben gibt es einige **sekundäre Zielgruppen**, die mittelbar der Erreichung der Kinder und Jugendlichen dienen. Dazu gehören:

- Eltern
- Künstler
- Presse
- Bürger
- Öffentliche Institutionen
- Unternehmen

Diese Zielgruppen bilden zugleich auch unser Arbeits- Umfeld ab. Jede dieser Zielgruppen hat unterschiedliche Ansprüche, Erwartungen und Interessen. Die folgende Tabelle stellt eine kleine Übersicht derjenigen Interessen dar, die für die Umsetzung unserer Vision bei der jeweiligen Zielgruppe berücksichtigt werden müssen:

	Interessen
Kinder	Unterhaltung, Kreativität
Eltern	Vertrauen, Seriösität, Flexibilität, Individualität
Künstler und Kreative	Einkommen, Vertrauen, Überzeugung
Presse, Bürger	Neutralität, Kritik, Kommunikation, Erwerbstätigkeit
Öff.-rechtl. Institutionen	Einhaltung Gesetze, Gemeinnützigkeit, Transparente Mittelverwendung
Unternehmen	Imagegewinn, Sicherheit als Kapitalgeber

Durch unsere breite Aufstellung und unsere Vision zielen wir prinzipiell mit unserer Arbeit auf die gesamte Gesellschaft ab. Betrachten wir nur unsere primäre Zielgruppe (Kinder im Alter von 6 – 18 Jahren), so sind dies in Deutschland etwa 8-9 Millionen Menschen. Daraus ergeben sich geschätzt rund 16 Millionen Eltern. Im Jahr 2008 gab es etwa 240.000 kreative und medienschaffende Unternehmen und Selbstständige in Deutschland. Die übrigen Akteure (Bürger, Unternehmen, öffentlich-rechtliche Institutionen) kommen grundsätzlich als Unterstützer in Betracht (abgesehen von Akteuren, deren moralisch-ethisches Handeln bedenklich ist, bzw. nicht mit unserer Vision im Einklang zu bringen ist).⁶⁷

⁶ <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/AltersgruppenFamilienstand.html> (Schätzung basiert: Deutschland, 2011) (10.07.2013)

⁷ <http://www.kreativwirtschaft-deutschland.de/Information/ZahlenundStatistiken/tabid/109/language/de-DE/Default.aspx> (Stand 2009) (10.07.2013)

Aus den verschiedenen Einzelinteressen ergeben sich einige Herausforderungen in unserer Arbeit:

Unsere Angebote werden grundsätzlich so gestaltet, dass die **Kinder**, die ja letztendlich in ihrer Persönlichkeit von unseren Angeboten profitieren sollen, auch Spaß an der Mitarbeit haben. Außerdem wird ihnen jeglicher kreativer Freiraum zugestanden. Deren Interessen stehen ganz klar im Vordergrund unserer pädagogischen Arbeit. Wir fordern in den Projekten und Programmen nicht Leistung ein, sondern fördern die Kinder in ihren individuellen Ideen.

Den **Eltern** geben wir durch unser Förder-Verständnis die Sicherheit, dass alle unsere Angebote im pädagogischen und auch kreativen Sinne von qualifizierten Fachkräften durchdacht und entwickelt wurden. Den Interessen der Eltern entsprechen wir also insoweit, dass wir alleine schon durch unsere Anforderungen Vertrauen aufbauen. Vertrauen zwischen den Kindern, den Eltern und KRASS ist besonders zur Erreichung unserer pädagogischen Ziele von großer Bedeutung. Auf ein vertrauensvolles Verhältnis legen wir in der Zusammenarbeit besonders viel Wert. Inwieweit wir individuellen Einzelwünschen der Eltern nachgehen können, wird je nach Einzelfall entscheiden. Wir vermeiden in unserer Arbeit mit den Kindern, unsere Angebote so auszugestalten und anzupassen, dass diese – entgegen unseren pädagogischen Ansätzen – einer ausschließlichen Wunschvorstellung der Eltern entsprechen. Wir entkoppeln kreatives Denken von der Leistungsorientierung („zukünftiger Picasso“). So sind wir durchaus flexibel, was die individuellen Hintergründe betrifft, im Sinne des Abbaus von Zugangshürden. Jedoch achten wir zugleich auf unsere Vision, dass sich jedes Kind in kreativer Art und Weise frei (!) entfalten kann.

Künstler, mit pädagogischer Qualifikation, sorgen für die Umsetzung unserer Angebote. Sie sind vor Ort, und arbeiten im Sinne unserer Vision mit den Kindern und Jugendlichen. Künstler wollen aber auch für ihre Tätigkeiten bezahlt werden. Dies erfordert aufgrund der Gemeinnützigkeit von KRASS e.V. natürlich immer ein Spagat zwischen den kommerziellen Interessen der Künstler (Einkommen) und unseren nicht-kommerziellen Ansatz. Jedoch haben wir im Laufe der Jahre einen Pool an Künstlern mit pädagogischer Qualifikation aufgebaut, auf welchen wir immer wieder zurückgreifen können. Voraussetzung für die langfristige Zusammenarbeit mit Künstlern sind natürlich positive Erfahrungen in der Zusammenarbeit

und damit Vertrauensbildung. Der Pool wird ständig erweitert, und die durchgeführten Projekte und Angebote nach ihrer inhaltlichen und pädagogischen Zielsetzung im Anschluss evaluiert.

Hinsichtlich der Interessen der **Bürger** und der **Presse** arbeiten wir sehr transparent. Alleine schon durch unsere Rechtsform als Verein sind wir ständig aufgefordert, all unser Handeln auf die Erreichung unserer Vision hin zu überprüfen. Jedoch ist es unmöglich den verschiedensten Interessen zugleich mit unseren Angeboten gerecht zu werden. So wägen wir fortlaufend ab, inwieweit bestimmte Interessen den Erfolg unserer Arbeit behindern oder nicht. Liegt der Schluss nahe, dass wir bei Berücksichtigung bestimmter Interessen Spendengelder nicht effektiv genug einsetzen können, werden wir diese Interessen nicht berücksichtigen. Unsere Vision hat letztlich immer Vorrang.

Auch **öffentlich-rechtliche Institutionen**, wie zu, Beispiel Jugendämter oder Landschaftsverbände zählen zu unseren Zielgruppen. Bei der Zusammenarbeit ist schon durch Gesetze und Verordnungen, sowie regelmäßig geforderten Nachweisen gewährleistet, dass deren Interessen vollständig berücksichtigt werden. Ansonsten würden wir keine Fördermittel und anderweitige Unterstützungen erhalten.

Unternehmerische Interessen liegen oft im Bereich Marketing angesiedelt. Wenn Unternehmen uns fördern sind wir gerne bereit, als Gegenleistung – sofern die unternehmerischen Interessen nicht unserer Gemeinnützigkeit widersprechen, bzw. unserer Vision entgegenstehen – auf deren Interessen zuzugehen. Aber auch hier handelt es sich um ganz individuelle Abwägungen, die pauschal nicht beantwortet werden können.

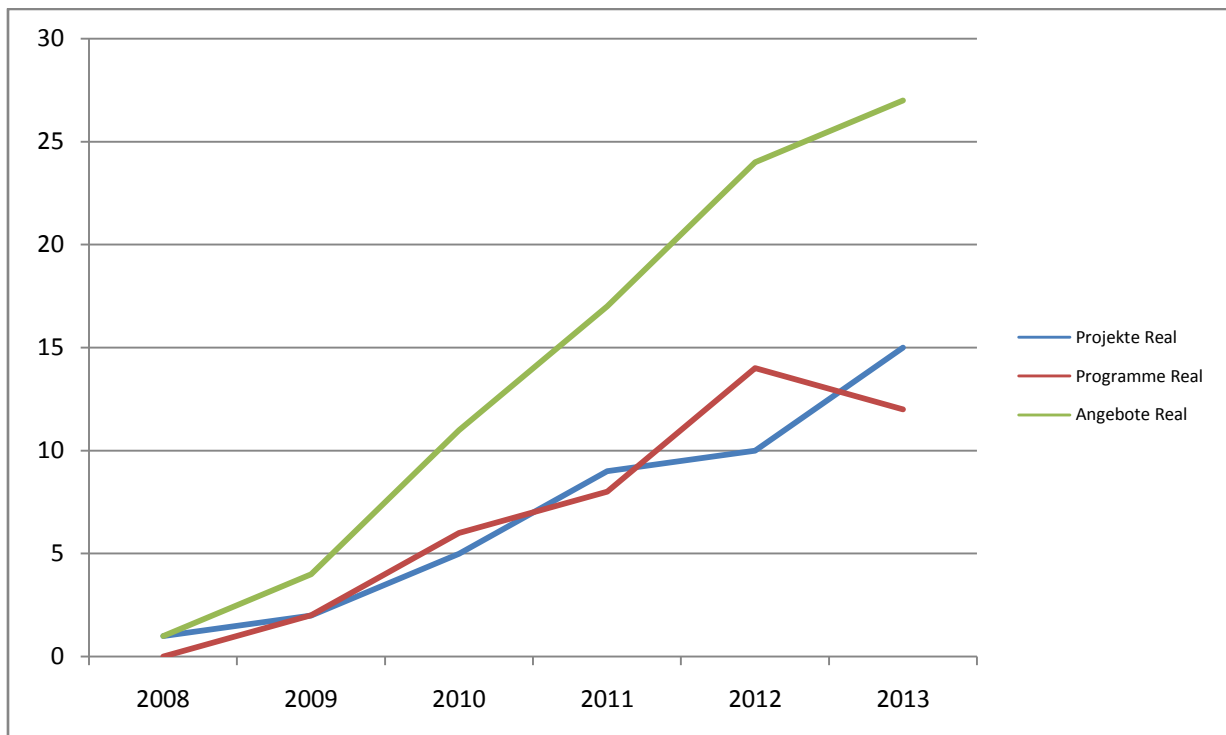
2.3.4 Aktivitäten und erwartete Wirkungen

Aufgrund unserer Vision und Gemeinnützigkeit richten sich unsere Bemühungen natürlich hauptsächlich an unsere **primäre Zielgruppe**: Kinder und Jugendliche aus sozial schwachen Familien. Schwerpunkt aller kostenlosen Projekte (kurzfristig, einmalig) und Programme (langfristig, dauerhaft) ist die auf die Persönlichkeitsentwicklung ausgerichtete kreative Bildung.

Lag der inhaltliche Schwerpunkt in der Anfangszeit von KRASS noch sehr stark auf Malerei als bildende Kunst, haben wir unser Angebot besonders seit dem Jahr 2012 immer mehr **diversifizieren** können. So gab es zum Beispiel das erste Theaterprojekt („...und wir machen Theater von A-Z“) oder ein Werkprojekt in Trier. Weitere Projekte & Programme in den

Bereichen Hörfunk (Jülich), Objektkunst (Aachen), Musical/literarische Ausführung (Limburg) sind in nächster Zeit bereits in Planung. Aber auch in Bereichen wie zum Beispiel der Filmgestaltung mit Kindern und Jugendlichen laufen erste Gespräche mit Interessenten.

Im Jahr 2013 konnten wir die **Anzahl** unserer Angebote weiterhin steigern. Die Anzahl unserer ständig laufenden Programme blieb in etwa konstant - 14 im Jahr 2012 und 12 im Jahr 2013. Seit der Gründung von KRASS e.V. im Jahr 2009 mussten lediglich im Jahr 2012 drei Programme wieder eingestellt werden. Die anderen Programme werden laufend ausgeweitet, und auch in andere Orte weltweit erfolgreich exportiert (z.B. „KRASS in Schulen Shanghai“). Aber auch die Summe der jährlich neu gestarteten Projekte steigt von Jahr zu Jahr. Im Jahr 2013 haben wir 15 Projekte durchgeführt, im Jahr 2012 waren es noch 10. Die überaus positive Entwicklung unseres Angebots verdeutlicht folgende Grafik (Anzahl Angebote /Jahr):



Unsere Angebote werden durch Künstler direkt vor Ort ausgeführt. Dabei überlassen wir es den beteiligten Künstlern und Pädagogen vor Ort, welche künstlerischen und medialen Schwerpunkte sie in ihrer Arbeit legen.

Wir richten unsere Ressourcen hauptsächlich auf die Erreichung unserer primären Zielgruppe. Daher verzichten wir in der Regel auf die Durchführung von Angeboten, die sich nur an **sekundäre Zielgruppen**, richtet. Auf der anderen Seite nehmen wir jedoch Einladungen seitens

Akteure von sekundären Zielgruppen an, da diese oft eine Grundvoraussetzung für ein förderliches Miteinander sind. Wir legen also durchaus auch Wert auf eine starke Vernetzung mit Eltern, Unternehmen, Öffentlich-rechtlichen Institutionen, Künstlern und anderen. Alle Aktionen, die nicht direkter Bestandteil unserer Angebote sind, müssen der Förderung, Bekanntmachung etc. dieser dienen.

Unsere Angebote werden durchgehend **gefördert**. Von der Zielgruppe wird in der Regel kein Entgelt verlangt. Gefördert werden unsere Projekte und Programme nach individueller Vereinbarung mit Akteuren aus der freien Wirtschaft, öffentlich-rechtlichen Akteuren, Bürgern etc. Dabei gibt es grundsätzlich zwei Arten der Förderung: gebundene Mittel, die der jeweiligen Angebotskonzeption einen definierten Rahmen (Inhalte, Zeit, Finanzen etc.) geben und ungebundene Mittel – Spenden, die wir für unser Angebot, aber auch zur Aufrechterhaltung unseres Betriebs (Verwaltung, Kommunikation etc.) einsetzen.

Mit unserer Arbeit – egal ob nun gerichtet an unsere primäre oder sekundäre Zielgruppe - **zielen** wir strategisch, wie bereits dargestellt, darauf ab, langfristig den Grundstein für eine Veränderung der gesellschaftlichen Grundproblematik zu legen. Einerseits greifen wir kurzfristig zugleich an vier Problem-Stellen in dieser Systematik ein. So haben bereits einige tausend Kinder und Jugendliche durch unser Angebot profitiert. Auf der anderen Seite soll durch die ständige Ausweitung unseres Angebots in immer mehr Städten und Regionen langfristig dieses System grundlegend im Sinne unserer Vision verändert werden.

Unsere Arbeit zielt daher vor allem auf ein mittel- bis langfristiges Umdenken in der Gesellschaft ab. Die geförderten Kinder- und Jugendlichen sollen durch unsere Angebote in ihrer Persönlichkeit so gestärkt werden, dass sie selbstständig in der Lage sind, mit den teilweise schwierigen Lebensbedingungen (schulischer Leistungsdruck, Entwicklung und Durchsetzung eigener Ideen, lösungsorientiertes Denken etc.) selbstbewusst und flexibel umgehen zu können.

2.4 Verbreitung des Lösungsansatzes

Um unsere Angebote an verschiedenen **Standorten** in Deutschland und weltweit anzubieten, nutzen wir neben der allgemeinen Kommunikation und dem Networking zwei professionelle Konzepte:

KRASS vor Ort (**KvO**) ist ein regionaler operativer Standort von KRASS e.V. Während in der Hauptzentrale in Düsseldorf grundlegende, betriebswichtige Bereiche angesiedelt sind (z.B. Verwaltung, Kommunikation, Finanzen etc.), führen die KRASS vor Ort-Standorte die

Projekte und Programme in Zusammenarbeit mit Künstlern und Pädagogen aus. Derzeit gibt es KRASS vor Ort – Standorte in Düsseldorf, Trier, Rösrath, Limburg, Aachen, Solingen, Eupen (Belgien) und Essen. Aber auch aus einigen weiteren deutschen Standorten haben wir mittlerweile Anfragen von Interessenten. Generell sind die einzelnen Standort-Leiter in ihrer Selbstorganisation frei. So wird immer ein gewisses Maß an Eigenverantwortung vorausgesetzt. Dadurch können die Leiter sich in ihrem Angebot flexibel an die Gegebenheiten vor Ort und ihren eigenen Ressourcen anpassen. Auf der anderen Seite verpflichten wir aber die Leiter der einzelnen Standorte vertraglich und mit Hilfe eines Handbuchs zur Einhaltung bestimmte Standards (Öffentlichkeitsarbeit, Buchführung etc.), die eine einheitliche, konsistente Verfolgung unsere Vision im gemeinnützigen Rahmen gewährleisten sollen.

KRASS in Aktion (KiA): KiA ist ein Instrument, um es KRASS e.V. zu ermöglichen, Projekte und Programme auch dort durchzuführen, wo kein KRASS vor Ort – Standpunkt existiert oder rechtlich möglich ist. Vor allem im Ausland existieren oftmals ganz andere rechtliche Voraussetzungen, die eine Gründung eines Standortes KRASS vor Ort erschweren. Durch KiA bleiben wir aber flexibel, auch dort unsere Vision zu verfolgen und umzusetzen. Das Konzept zielt auf in- und ausländische Kooperationen ab - sowohl mit ortsansässigen Einzelpersonen, als auch mit örtlich etablierten Institutionen. Auch Angebote im Rahmen von KiA beinhalten unsere pädagogischen Standards und unsere ganze thematische Bandbreite. Mit KiA kann KRASS somit die Ressourcen anderer, vor Ort bereits etablierter Institutionen nutzen und zugleich den Bekanntheitsgrad von KRASS steigern. Die Kooperationspartner führen die vertraglich vereinbarten Projekte und Programme vor Ort für KRASS aus. Andererseits jedoch agieren die KiA-Partner nicht als Bestandteil von KRASS e.V. (Düsseldorf) bzw. KRASS vor Ort. Dies bedeutet, dass KiA-Partner zum Beispiel keine laufende Unterstützung seitens der Düsseldorfer Vereinszentrale erhalten. Die KiA-Partner sind dem Verein KRASS außenstehende Personen und/oder Institutionen, die unsere Vision umsetzen. Für rechtliche, buchhalterische, finanzielle Belange sind die KiA Kooperationspartner selbst zuständig.

2.4.1 Gegenstand der Verbreitung

In erster Linie verbreiten wir unsere Vision. Eine Vision einer Gesellschaft, die Kindern und Jugendlichen aus sozial schwachen Familien einen kostenlosen Zugang zur kreativen Bildung ermöglicht. Eine Vision, in der die Persönlichkeitsentwicklung Vorrang vor einer Leistungsoptimierung hat. Eine Gesellschaft, in der kreative Bildung die gleiche Wertschätzung genießt, wie die anderen Bildungsbereiche auch. Und eine Vision, in der keine bürokratischen, logistischen oder sonst irgendwelche unnötigen

Hürden unsere Zielgruppe davon abhalten und demotivieren, an unseren Angeboten teilzunehmen.

Wie setzen mit diesem Ansatz auf die Veränderung der Gesellschaft in ihrer Wahrnehmung – weg von den negativen Folgen einer liberalen, kontrollierenden, die Menschen zu gläsernen, funktionierenden Robotern degradiert, und hin zu einer Gesellschaft, die das menschliche am Menschen respektiert und fördert. Diesen Grundgedanken setzen wir sowohl in unserer standortbezogenen Arbeit (KvO), als auch in der Zusammenarbeit mit externen Partnern (KiA) um.

Die konkrete Ausgestaltung der Projekte und Programme ist den Partnern und Standort-Leitern überlassen. Lediglich der thematische (künstlerische und mediale) sowie der pädagogische Rahmen ist vorgegeben. Ansonsten gilt unsere Vision: „...unabhängig jedweder Voraussetzungen und Hürden in kreativer Art und Weise frei zu entfalten...“.

2.4.2 Verbreitungsmethoden

KRASS nutzt prinzipiell jede Möglichkeit, der Vision ein bisschen näher zu kommen. Es ist letztlich völlig unerheblich, wie der Weg dorthin aussieht, solange wir unser Ziel erreichen. Daher gehen wir auch verschiedene Wege, um unsere Vision, unsere Ziele, unsere Arbeit in Deutschland und auch international auszuweiten. Wir sind für jede Art des Vertriebs offen, solange die hieraus entwickelten Angebote sozial schwachen Kindern und Jugendlichen zugute kommen.

Vertrieb durch **KRASS vor Ort (KvO)**:

- Vereinsinterne Mitarbeiter
- Satzung
- Definiertes Gründungsverfahren in mehreren Schritten
- Vertrag im Sinne des Social-Franchisings
- Aktuelles Handbuch als Ratgeber
- Festlegung von Standards, v.a. in den Bereichen Finanzen, Öffentlichkeitsarbeit und Recht
- Berichte und Evaluationen
- Beratungen, Schulungen
- Nutzen vereinsinterner Ressourcen (z.B. Marke, Know-how, Erfahrungen)

Vertrieb durch **KRASS in Aktion (KiA)**:

- Externe Partner
- Flexibles Kooperationsverfahren
- Individual-Vertrag
- Leitfaden

- Verpflichtung zur Einhaltung bestimmter Standards
- Berichte und Evaluationen
- Nutzung vereinsinterner Ressourcen auf Vertragsbasis (z.B. Marke, Know-how, Erfahrungen)

Vertrieb durch **Networking**

Netzwerke sind für die Erreichung unserer Vision von besonderer Bedeutung, ermöglichen diese doch eine vielfache Multiplikation unseres Bedarfs:

- Künstler, Musiker, Mediengestalter, Pädagogen
- Mitarbeiter, Mitglieder, Freiwillige
- Entscheider - kommerziell, nicht kommerziell, öffentlich-rechtlich
- Non-Profit-Organisationen: Mit gleicher Zielsetzung, ähnlicher Zielsetzung, andere Zielsetzung (ergänzend oder verstärkend)
- Fusionen

Auch nutzen wir sämtliche Mittel, sofern diese nicht die benötigten Ressourcen unserer Projekte und Programme zu sehr in Anspruch nehmen, für das Networking:

- Persönliche Kontakte
- Events und andere Veranstaltungen
- Präsentationen und Vorstellungen
- Social-Media-Kanäle: Facebook, Twitter, Xing, Betterplace, Pinterest, Youtube,....
- Kontaktformular im eigenen Webauftritt www.krass-ev.de
- Bekanntheit: Kommunikation, Werbematerialien, Pressearbeit

Wir verfolgen in unserem Networking das Prinzip des persönlichen Vorteils. Jede Institution und jede Person, die unsere Vision mit Zeit, Geld, Materialien, Wissen oder wie auch immer unterstützt, soll auch persönlich davon profitieren:

- Zeugnisse, Bescheinigungen,...
- Flexible Übernahme von Verantwortung
- Individuelle Einbringung eigener Ideen, Kompetenzen und Fähigkeiten
- Aktionen (z.B. Ausflüge etc.)
- Soziales und kreatives Arbeitsklima
- Integration ins Netzwerk
- Persönliche Weiterentwicklung: Seminare, Fortbildung, Wissenserwerb

Vertrieb mittels unserer **Kommunikation**

Zur Verbreitung unserer Vision setzen wir ein:

- Geschäftspapiere (Visitenkarten, Briefköpfe etc)
- Flyer, Broschüren, etc.
- Präsentationen etc.
- Plakate, Poster etc.
- Logo
- Webseite (www.krass-ev.de)
- Photos und Berichte
- Presse- und Webverteiler
- Spezialaktionen (Lichtkunst etc.)
- Auszeichnungen, Preise

2.4.3 Stand der Verbreitung

Wir wollen unsere Vision international verbreiten. Daher sind viele unserer Maßnahmen auch mittel- bis langfristig ausgelegt, da ein solches Vorhaben eine solide Basis benötigt.

Es existieren zurzeit KRASS vor Ort-Standorte in: Düsseldorf, Trier, Limburg, Rösrath, Aachen, Solingen, Eupen (Belgien) und Essen. Weitere Anfragen liegen vor. Aufgrund der Vereinsgründung im Jahre 2009 liegt der Schwerpunkt innerhalb Deutschlands zurzeit noch in Westdeutschland, dies soll sich jedoch mit dem weiteren Wachstum noch ändern.

Das KiA-Konzept existiert erst seit Ende 2012, daher fallen bisher nur Projekte und Programme in China (Shanghai, Zhengzhou) und Jülich in Deutschland in dieses Konzept. Geplant ist aber einer Ausweitung, vor allem im Sinne strategischer Kooperationen mit anderen Non-Profit-Organisationen. Auch hier liegen weitere Anfragen vor.

Wir definieren Erfolge im Sinne unserer Vision dadurch, dass wir Kinder und Jugendliche in ihrer Persönlichkeit kreativ bilden. Der Erfolg ist nicht konkret messbar im Sinne guter Kunst-Noten. Auch ist unser Erfolg nicht als ein Ereignis in einem bestimmten Zeitpunkt zu betrachten, sondern findet fortwährend statt.

Was wir aber häufig bekommen ist positives Feedback: Seitens der Eltern, der Unternehmen, Schulen, Behörden etc. Dies wird einerseits durch unsere Evaluationen ersichtlich (Siehe Kapitel 3.4). Zudem haben wir neben einem Eintrag ins Guinnessbuch der Rekorde (Größtes Kinderatelier) und vielen Nominierungen Auszeichnungen der Freddy-Fischer-Stiftung, der PSD-Bank, Deutschland-Land der Ideen und der Rudolf-Knupp-Stiftung erhalten.

Ein weiterer Indikator unseres Erfolges ist - wie bereits dargestellt - die pro Jahr konstant steigende Anzahl an Projekten und Programmen. Diese gehen einher mit einer steigenden Anzahl an beteiligten Künstlern, Pädagogen, Helfern etc. Im Jahre 2013 haben wir zur weiteren Sicherung

dieser Entwicklung eine Teilzeitkraft und einen Bundesfreiwilligen-dienstleistenden beschäftigt. In naher Zukunft sind weitere Einstellungen geplant.

Unsere größten Erfolge sind allerdings in den einzelnen Projekten und Programmen und ihrer Zielgruppen-, wie auch Öffentlichkeitswirkung zu sehen. Einen Einblick in die Konzeption, Durchführung und die einzelnen Ergebnisse bekommen sie auf unserer Webseite www.krass-ev.de, unter dem Menüpunkt Erfolge.

3. Gesellschaftliche Wirkung

Als gemeinnütziger Verein hängt unsere Arbeit und mit ihr die Wirkung im Sinne unserer Vision immer auch von der Förder-, Spenden- und Unterstützungsbereitschaft unseres Umfelds und deren Akteure ab. Grundsätzlich sind hierbei 4 verschiedene Arten an Ressourcen für uns relevant: Finanzielle, sachliche, zeitliche und humane Ressourcen. In den folgenden Kapiteln finden Sie eine detaillierte Darstellung unserer Ressourcen und Leistungen im Jahr 2013.

3.1 Eingesetzte Ressourcen

Ressourcen	Indikator	Menge	Gesamt-kosten	Be-schaffung	Projekt-manag.	Finanzen	Verw. & Recht	Personal	Kommunikation
Finanzielle	Personalkosten	3445 Stunden	14.123,67 €	20%	30%	15%	5%	10%	20%
	Sachkosten	27 Angebote	62.947,44 €	5%	55%	5%	10%	5%	20%
Sachliche (probono)	Eigentum	27 Angebote	8414,88 €						
	Material	27 Angebote	0 €						
	Rechte etc.	27 Angebote	0€						
Zeitliche (probono)	Freiwillige	24270 Stunden	242.700,00 €	10%	55%	5%	0%	0%	30%
	Partner	26 Stunden	780 €	0%	40%	5%	5%	0%	50%
Humane (probono)	Wissensbestand	Stärke (Qualitativ)		viel	sehr viel	wenig	mittel	mittel	viel
	Wissenserwerb	Stärke (Qualitativ)		wenig	viel	mittel	wenig	wenig	viel

Erläuterungen:

Alle angegebenen sachlichen, zeitlichen und humanen Ressourcen sind pro Bono-Leistungen.

Personalkosten: Entgelt, Versicherungen, Werbung, Verwaltung (anteilig)

Sachkosten: Sachmittel, Verwaltung (anteilig)

Eigentum (pro Bono): Gebäude, Grundstücke, Betriebsstoffe(z.B. Automobil, Pinsel, Mikrofön, Kamera,...)

Material (pro Bono): Rohstoffe (z.B. Farben, Speichermedien,...), Hilfsstoffe (z.B. Schrauben, Klebstoffe,...)

Rechte (pro Bono): Lizenzen, Patente

Freiwillige (pro Bono): Anzahl Stunden
Partner (pro Bono): Anzahl Stunden
Wissensbestand: KnowHow und Erfahrungen je Bereich
Wissenserwerb: Fortbildungen je Bereich

Kalkulationsgrundlagen:

Die **Sach- und Personalkosten** ergeben sich aus dem Jahresabschluss des Vereins. Die entsprechende Anzahl der Stunden und die Anzahl der Angebote resultieren aus den Verträgen und der statistischen Erfassung aller Angebote (= Projekte & Programme). Insgesamt wurden im Laufe des Jahres zwei Mitarbeiter und für jeweils drei Monate 2 Praktikanten beschäftigt (5 Tage a 20 Stunden, bzw. 5 Tage a 5 Stunden). Die genaue Anzahl der Angebote ist aus Kapitel 2.3.4 ersichtlich. Im Jahre 2013 führte der Verein 12 Programme und 15 Projekte durch.

Gesamtstundenzahl aller Mitarbeiter in 2013: ca. 3445 Stunden
Gesamtkosten der zwei Mitarbeiter inkl. der Praktikanten: 14.123,67 €
Gesamtanzahl aller Angebote: 27
Gesamte Sachkosten: 62.947,44 €

Anmerkung: Feiertage, Urlaub und Ausfälle durch Krankheit wurden in den Personalkosten nicht mit eingerechnet.

Folgende **sachliche Ressourcen** wurden in 2013 eingesetzt:

Angebot	BroBono Leistung	Menge	Gesamtkosten
Kunstbus Düsseldorf	Ford Transit (Nutzung)	156 Tage	8414,88 €

Die Nutzung des Fahrzeugs geschieht ausschließlich auf Pro Bono Basis. Nimmt man die durchschnittlichen monatlichen Nutzungskosten (KFZ-Steuer, Sprit, Versicherung, Abnutzung) eines Wagens (2009)⁸ als Grundlage, entsteht ein Betrag von 661 € monatlich. Wie auch bei erwerbstätiger Nutzung fallen hier jeweils Hin- und Rückfahrt an. Allerdings von April bis September 2013 nur an drei Tagen in der Woche, und von Oktober bis Dezember an sechs Tagen in der Woche, so dass diese Kosten nur anteilig berechnet werden, um eine realistischeren Nutzungs-Wert zu erhalten. Für die Monate April bis September ergibt das monatliche Kosten von 51,24 € und für die Monate von Oktober bis Dezember 102,48 €. Die Gesamtsumme beträgt somit 614,88 €. Mit dem Bus wird teilweise eine Ausstattung zur Verfügung gestellt, bzw. die

⁸ <http://www.stern.de/auto/service/fahrzeugkosten-das-auto-frisst-uns-auf-660810.html>

Nutzungsrechte hieran eingeräumt (z.B. Malutensilien, Musikinstrumente, Kameras etc.), die wir insgesamt pauschal mit 50,00 € pro Fahr-Tag einkalkulieren. Für das gesamte Jahr 2013 ergibt dies 78 Fahrttage von April bis September, sowie ebenfalls 78 Fahrttage von Oktober bis Dezember. Für das Ausstattung setzen wir also insgesamt 7800,00 € für 2013 an.

Dem Verein hilft eine weit zweistellige Anzahl an **Freiwilligen** bei der Umsetzung der Vision. Als Kalkulationsgrundlage können an dieser Stelle jedoch nur Schätzungen dienen. Freiwillige helfen sowohl vor Ort in den Projekten und Programmen, als auch in verschiedenen administrativen Bereichen (Kommunikation, Finanzen etc.) aus. Eine Umfrage unter einigen Freiwilligen im Februar 2013 hat ergeben, dass diese im Schnitt bereit sind 4 Stunden pro Woche für den Verein aufzubringen. Wird nun die Tatsache berücksichtigt, dass die Freiwilligen in der Regel neben ihren Beruf arbeiten, und auch nicht gleichmäßig im Verein mithelfen, kann von durchschnittlich 2,5 Stunden Mitarbeit je Woche pro Freiwilligen ausgegangen werden. Hochgerechnet auf ein Jahr ergeben sich rund 130 Stunden pro Freiwilligen. Die Anzahl der Freiwilligen schwankte im Jahr 2013 etwa um die 60 Personen herum. Daraus ergeben sich insgesamt 7800 Stunden für das Jahr 2013. Da die verschiedensten Tätigkeiten ausgeführt wurden, können wir auch bei dem Stundenlohn nur einen Durchschnittswert nehmen: 10€ pro Stunde. Die Gesamtleistung aller Freiwilligen im Jahr 2013 beträgt demnach 78.000 Euro

Gesamtstundenzahl aller Freiwilligen: 7800 Stunden
Gesamtleistung aller Freiwilligen: 78.000 €

Weiterhin arbeiteten ein Geschäftsführer (Januar bis Juli 2013) und die Gründerin des Vereins (ganzjährlich) in Vollzeit, jedoch unentgeltlich für den Verein. Im Jahr 2013 belief sich die Gesamtanzahl der Stunden auf durchschnittlich 40 Std. an je 5 Tagen für beide Personen. Dabei schwankten die Zeiten in Abhängigkeit der Intensität der anfallenden Aufgaben.

Gesamtstundenzahl Gründerin in 2013 ca. 10.400 Stunden
Gesamtstundenanzahl Geschäftsführer in 2013 ca. 6.070 Stunden.
Gesamtkostenzahl in 2013: 164.700 €

Folgende **Partner** haben KRASS im Jahr 2013 pro Bono unterstützt

Partner	Pro Bono Leistung	Menge	Gesamtkosten
Werbeagentur	Gestaltung, Hosting Webseite, Support	26 Stunden	780 €

Die Leistung unserer Partner ist kalkulatorisch höher zu setzen, als die der

Freiwilligen, da es sich hier in der Regel um eine zugleich kommerziell angebotene Leistung handelt. Wir kalkulieren daher pauschal mit durchschnittlich 30 € / Std.

Neben der Werbeagentur arbeiten wir mit einer ganzen Reihe an weiteren Partnern zusammen. Deren Leistung wird jedoch nicht quantitativ dargestellt, da a) diese unterschiedlichster Art sind (von „Telefonberatung“ bis „eine Kiste nicht verkaufter Farben“), so dass die Erfassung einen enormen Aufwand bedeuten und es in keinem Verhältnis stehen würde, deren Leistung zu vergleichen, und b) selbst bei einer Quantifizierung die Heterogenität der Leistungen einen objektiven Vergleich nur schwer zulassen. Da wir Ihnen jedoch keine Übersicht über die Leistungen unserer Partner vorenthalten wollen, finden Sie in Kapitel 5.4 eine tabellarische Übersicht über unsere Partner.

Natürlich spielt auch unser Know-How und Erfahrung (**Humane Ressourcen**) eine Rolle. Damit sind bereits bestehende Kompetenzen und Fähigkeiten (z.B. Ausbildung, Studium, Kenntnisse) als Wissensbestand und durch die Mitarbeit bei KRASS e.V. in internen Fortbildungen erworbene Kompetenzen und Fähigkeiten gemeint. Da dies für uns jedoch nicht quantitativ messbar ist, greifen wir hier auf das Kriterium „Stärke“ (in den Ausprägungen: sehr wenig, wenig, mittel, viel, sehr viel) zurück, welche eine Schätzung unserer Angestellten darstellt. Mit diesem Kriterium soll ausgedrückt werden, in welchen Bereichen unser bisheriges Wissen (Erfahrung und Know-How) von Nutzen ist, und wo andererseits noch Bedarf besteht.

Die **prozentuellen Angaben** bei den finanziellen und zeitlichen Ressourcen stellen eine Schätzung dar, in wie weit sich der jeweilige Gesamtaufwand auf die einzelnen Organisationsbereiche aufteilt. In der Summe ergeben alle 6 Bereiche immer 100%.

3.2 Leistungen

Angebot	Form	Inhalt	Kunstkategorie	Medienkategorie	Standort
KRASS in Schulen DUS	PG	Alles	Alles	Alles	KvO Düsseldorf
Kunstklassen	PG	Alles	Alles	Alles	KvO Düsseldorf
Förderkinder	PG	Alles	Persönlichkeit und Bildung	Alles	KvO Düsseldorf
KRASS in Schulen TRIER	PG	Alles	Alles	Alles	KvO Trier
Malen in Trier	PG	Malerei	Bildende Kunst I	Printmedien	KvO Trier
Werken Mariahof Jugendtreff	PG	Kunsth Handwerk	Bildende Kunst I	Aufführung	KvO Trier
KRASS im Museum	PG	Malerei	Bildende Kunst I	Printmedien	KvO Düsseldorf
Atelier Stipendiaten	PG	Alles	Bildende Kunst I	Printmedien	KiA Shanghai
Malen in Kigas	PG	Malerei	Bildende Kunst I	Printmedien	KiA Shanghai
Kunstbus Düsseldorf	PG	Alles	Alles	Alles	KvO Düsseldorf
Percussion Förderschule	PG	Musik	Komposition, Interpretation	Aufführung	KvO Trier
KRASS in Schulen SHA (Malerei)	PG	Malerei	Bildende Kunst I	Printmedien	KiA Shanghai
Architekten des Lebens	PJ	Malerei	Bildende Kunst I	Printmedien	KvO Rösrath
Mein Recht auf eine Zukunft	PJ	Malerei	Bildende Kunst I	Printmedien	KvO Rösrath

Wir machen Radio	PJ	Journalistik	Literatur	Rundfunk	KiA Jülich
Kind bestraft – Papa im Knast	PJ	Alles	Alles	Alles	KvO Düsseldorf
Andy Warhol 2	PJ	Photografie	Bildende Kunst I	Printmedien	KvO Düsseldorf
1000 mal ein Dom	PJ	Malerei	Bildende Kunst I	Objektkunst	KvO Rösrath
Ford-Kunststreifen	PJ	Malerei	Bildende Kunst I	Printmedien	KvO Düsseldorf
Eindrücke ausdrücken	PJ	Malerei	Bildende Kunst I	Printmedien	KvO Aachen
Farben der Natur	PJ	Malerei	Bildende Kunst I	Printmedien	KvO Solingen
Tierische Vielfalt	PJ	Malerei, Objektkunst	Bildende Kunst I & II	Printmedien, Aufführung	KvO Düsseldorf
In fünf Tagen um die Erde	PJ	Theater, Tanz	Darstellende Kunst I	Aufführung, Rundfunk	KvO Essen
So lebe ich (Stilwerk)	PJ	Malerei	Bildende Kunst I	Printmedien, Rundfunk	KvO Düsseldorf
KRASSE Töne	PJ	Musik	Komposition, Interpretation	Aufführung	KvO Düsseldorf
Ist das Kunst oder kann das weg?	PJ	Malerei	Bildende Kunst !	Printmedien, Rundfunk	KvO Essen
So malen wir in Anhui	PJ	Malerei, Bildhauerei	Bildende Kunst I & II	Printmedien	KiA Anhui

(Alles: Die künstlerischen und/oder medialen Inhalte variieren innerhalb des Angebots)

Die Abgrenzung erfolgt primär nach dem zeitlichen Kriterium Angebotsbeginn. Bei jahresübergreifenden Angeboten werden diese komplett dem Jahr ihres Beginns zugerechnet. Programme werden anteilig am jeweiligen Jahr wiedergegeben.

3.3 Wirkungen

Unsere strategische Herangehensweise und die Umsetzung mittels unserer Arbeit zielen wie in Kapitel 2.3.2 beschrieben vor allem auf die gezielte Veränderung von den 4 dargestellten gesellschaftlichen Wirkungsketten ab. Eine detaillierte Beschreibung dieser Zusammenhänge soll an dieser Stelle jedoch nicht wiederholt werden; Sie finden diese in den Kapiteln 2.2.1 und 2.2.2.

1. Wir rücken durch unsere nationale und internationale Förderung von Kunst- und Medienangeboten **Kreativität** als gesellschaftlich notwendigen Bestandteil unseres **Bildungssystems** in den gesellschaftlichen Vordergrund. Dies geschieht vor allem durch die in den Projekten und Programmen gewonnenen positiven Erfahrungen der Kinder, Jugendlichen, deren Eltern und Familie, den beteiligten Institutionen (Bildungseinrichtungen, Sozial- und Familienbehörden, Unternehmen) und auch durch unsere Öffentlichkeitsarbeit, in der wir immer wieder genau diese Zusammenhänge kommunizieren, und einen großen Kreis an Künstlern, Pädagogen, Unternehmen, Behörden und Entscheidungsträgern erreichen. Wir setzen als in unseren Angeboten neben unserer primären Zielgruppe, den Kindern und Jugendlichen aus sozial schwachen Familien, an die sich unsere gesamte Arbeit ausrichtet, auch auf eine Vielzahl an Multiplikatoren, die wir durch unsere Kommunikation über verschiedenste Kanäle

und durch Zusammenarbeit an unseren Erfolgen teilhaben lassen. Folgende Daten geben Ihnen einen Eindruck vom Ausmaß der Wirkung unserer Arbeit:

Reichweite der Vereinsseite auf Facebook (Stand 7. Februar 2014)

„Gefällt mir“: 1454 Personen (insgesamt)
Klicks auf Beiträge : 920 (aktuelle Woche)
Personen, die über KRASS sprechen: 35 (aktuelle Woche)
Wöchentliche Reichweite: 8275 Personen (aktuelle Woche)

Unterstützer: 77 (vergleiche Kapitel 5.4)
Zusätzlich eine große Anzahl an Angebotspartnern (z.B. Schulen, Kindergärten, Künstler, Ateliers etc.) und an durch unsere Angebote erreichten Kindern und Jugendlichen. Genaue Daten liegen hier aktuell keine vor, da wir zurzeit ein umfassendes Evaluationssystem (Kapitel 3.4) einführen. Es handelt sich aber um eine hohe dreistellige bis niedrige vierstellige Anzahl.

Weiterhin ist die Wirkung unserer Förderung auch darin zusehen, dass wir die beteiligten Künstler und Pädagogen in der Bewältigung notwendiger administrativer Aufgaben wesentlich entlasten, so dass sich diese primär auf die Durchführung des eigentlichen Projekts oder Programms konzentrieren können. Wir finanzieren uns hauptsächlich durch Spenden von öffentlich-rechtlichen und wirtschaftlichen Institutionen und Unternehmen. Oft sind an dieser Stelle bereits bei der Planung eine Fülle an Anträgen und Formularen auszufüllen, rechtliche und inhaltliche Rahmenbedingungen sind zu prüfen, Berichte und Nachweise zu erbringen. Diese administrativen Arbeiten sind besonders in Deutschland ein nicht zu unterschätzender Aufwand. Ein Großteil dieser Arbeiten übernehmen die Mitarbeiter von KRASS. Auch um die Kommunikation der Angebote brauchen sich die durchführenden Künstler und Pädagogen in der Regel nicht selbst zu kümmern. Wir stellen durch unsere administrative Unterstützung die finanzielle Basis sicher (Fördermittel, Sponsoring, Spenden,...).

2. Die Wirkung unserer Angebote auf die Persönlichkeit des einzelnen Kindes beruht auf dem Grundsatz einer freien und kreativen Arbeitsweise. Bei der inhaltlichen Ausgestaltung unserer Programme und Projekte haben die Kinder und Jugendlichen jederzeit die Möglichkeit, diese aktiv mit zu beeinflussen. Wir geben zwar den pädagogischen, künstlerischen und medialen Rahmen vor, um die Situation und Interessen vor Ort optimal berücksichtigen zu können. Aber in der Themenwahl, der medialen und künstlerischen

Darstellung und der Präsentation der Ergebnisse haben die Kinder und Jugendlichen Einfluss. Schließlich ist es ihr Projekt und Programm, und nicht das des Leiters. In unserer Angebotskonzeption wird stets dafür Sorge getragen, dass der ganz konkrete Ablauf des Projektes immer im Dialog mit den Teilnehmern entsteht.

Mit der Priorität unserer Arbeit auf die Persönlichkeitsentwicklung mit den kreativen Mitteln der **Kunst & Medien** rückt der in Deutschland und weltweit sich immer weiter ausdehnenden **Leistungsgedanke** in den Hintergrund. Sinn und Zweck kreativer Bildung sind nicht messbare Ergebnisse, die dann als „gut“ oder „schlecht“ abgegrenzt werden. Ein klassisches Musikstück, das beispielweise nicht den kompositorischen Kriterien der Klassik entspricht, kann nicht automatisch aufgrund nicht eingehaltener Notenfolgen als „falsch“ bezeichnet werden. Auch „falsche Gemälde“ gibt es nicht. In unserer modernen marktwirtschaftlichen Orientierung wird oft nur messbarer Leistung anerkannt. Controlling-Systeme greifen um sich, die jede noch so absurde Lebenskomponente zu messen versuchen. Der Grund liegt im immer größeren Drang nach Effizienz und Effektivität. In unseren Angeboten wird daher ganz gezielt und bewusst von der reinen Leistungsorientierung in der Arbeit mit Kindern Abstand genommen. Die Kindern und Jugendlichen bekommen die Freiheit, ihren Erfolg selbst zu beeinflussen und im Anschluss individuell auch selbst zu bewerten. In der Kreativität geht es also nicht um die vorgegebene Reproduktion von allgemeinen bestehenden Lösungen sondern um die selbstbestimmte Entdeckung individueller neuer Lösungen. Annahmen werden bewusst in Frage gestellt - mit dem Risiko von Fehlern. Die Kinder und Jugendlichen werden also im Anschluss nicht bewertet, sondern bewerten ihre eigene Arbeit selbst.

Wir evaluieren unsere Angebote ausschließlich hinsichtlich der Persönlichkeitsentwicklung mit dem Ziel unsere Angebote stetig qualitativ zu prüfen und zu verbessern. Die künstlerischen und medialen Inhalte werden nicht überprüft.

3. Unsere Arbeit bemisst sich besonders auch daran, **sozial bedingte Zugangshürden zur kreativen Bildung** abzubauen. Durch einen schwachen, sozialen Hintergrund negativ beeinflusst sind vor allem Faktoren wie Mobilität, Informationszugang oder Verständnis und Durchführung bürokratischer Formalitäten. Durch die Ausgestaltung und Platzierung unserer Angebote ist es unser zentrales Anliegen, genau diese Hürden für unsere Zielgruppe abzubauen. So finden viele unserer Projekte und Programme direkt in Schulen und

Kindergärten statt, in Kooperation mit den jeweiligen Trägern. Auch mit mobilen Angeboten, wie zum Beispiel dem Kunstbus, fahren wir direkt Spielplätze und andere Kinder- und Jugendtreffpunkte an. Wir versuchen zuerst zu unserer Zielgruppe zu kommen. Wir vermeiden im Vorhinein nach Möglichkeit jeglichen zu entstehenden Aufwand, um die Teilnahmemotivation zu erhöhen. Auch auf bürokratischen Aufwand zur Anmeldung verzichten wir nach Möglichkeit.

4. Ein ganz wichtige Wirkung für unser Zielgruppe: Der Abbau **finanzieller Hürden**. Den kostenlosen Zugang realisieren wir dadurch, dass die an unseren Angeboten teilnehmenden Kinder und Jugendlichen grundsätzlich keine Teilnahmegebühren zahlen. Als Bestandteil unserer Vision hat dies eine besondere Priorität. In besonders begründeten Einzelfällen (etwa im Zuge von Kooperationen etc.) besteht die Möglichkeit, von einem kostenlosen Zugang abzuweichen. Dies ist dann der Fall, wenn unsere anderen drei Wirkungsfelder dadurch sehr hohem Maße gefördert werden. Ein weiteres wichtiges Instrument sind Stipendien. Diese vergeben wir im Rahmen unserer finanziellen Möglichkeiten auf Nachweis der Bedürftigkeit an sozial schwache Kinder- und Jugendlichen zwecks künstlerisch-medialer Förderung.

Wir verfolgen alle vier Ansätze zugleich, weil wir das gesellschaftliche Problem mitsamt seiner Gesamtsystematik ganzheitlich angehen. Dadurch wollen wir die Effektivität unserer Arbeit wirksam und dauerhaft erhöhen. Es kann natürlich immer wieder vorkommen, dass aus den unterschiedlichsten rechtlichen, finanziellen und sozialen Rahmenbedingungen einzelne Ansätze nicht in dem Maße verfolgt werden können, wie angedacht. In solchen Fällen realisieren wir die Projekte und Programme nur dann, wenn die jeweils anderen Ansätze dadurch besonders erfolgreich umgesetzt werden können. In unserem Weg zur Erfüllung unserer Vision sind wir flexibel – letztlich zählt das Ziel!

3.4 Evaluation und Qualitätssicherung

Wie bereits erläutert, sind kreative Leistungen (z.B. die Qualität eines gemalten Bildes, oder eines Gesangs zu einer Musikkomposition) nicht messbar. Vor dem Hintergrund unseres Ansatzes, dass wir unsere Angebote im Hinblick auf die gesellschaftlich unbefriedigende Situation gezielt nicht leistungsorientiert ausrichten, ist eine Messung und Evaluation unserer Kunstsparten nicht angedacht. Was wir aber sehr wohl evaluieren, sind die persönlichen Kompetenzen, die die Kinder und Jugendlichen mit der Teilnahme an unseren Projekten und Programmen erwerben – bilden diese doch den zentralen Erfolg unserer Bemühungen. Unser Evaluationssystem wird ab 2014 je Projekt/Programm durchgeführt:

• Dokumentation und Präsentation

Anhand standardisierter Analysemethoden arbeitet KRASS e.V. mit einer umfassenden qualitativen als auch quantitativen Evaluation. Die verwendete Methode ist individuell an unser Aufgabengebiet angepasst, sie wurde von einer promovierten Sozialwissenschaftlerin sowie zwei Arbeitspädagogen entwickelt.

Das Verfahren orientiert sich am *Kompetenznachweis Kultur*, der von der Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e.V. herausgegeben wird sowie gängigen Verfahren aus den empirischen Sozialwissenschaften.

Dokumentation

Gegenstand der Evaluationen sind Kompetenzen, die mittels der Angebote von KRASS e.V. gefördert und gestärkt werden sollen, insbesondere

- **Selbstkompetenzen**, die sich auf die persönliche Handlungsfähigkeit beziehen wie Selbstbewusstsein, Einsatzbereitschaft und Reflexionsfähigkeit,
- **Sozialkompetenzen**, die sich auf die zwischenmenschliche Handlungsfähigkeit beziehen wie Kommunikationsfähigkeit, Kooperationsfähigkeit und Verantwortungsbewusstsein und
- **Methodenkompetenzen**, die sich auf instrumentelle und gestaltende Fähigkeiten beziehen wie Ausdrucksfähigkeit, Experimentierfreude und Wahrnehmungsfähigkeit.

Die qualitativen Analysen dokumentieren die Kompetenzen, die durch die Angebote von KRASS e.V. gefördert werden. Sie dienen desweiteren der Förderung und Stärkung der Selbstwahrnehmung der Kinder und Jugendlichen. Die quantitativen Analysen dokumentieren sowohl den Ist-Stand der infrage stehenden Kompetenzen, zum anderen wie sich verschiedene Kompetenzen von Kindern und Jugendlichen während der Teilnahme an Angeboten von KRASS e.V. im Laufe eines bestimmten Zeitraums entwickeln. Sie dienen darüber hinaus der Qualitätssicherung der Angebote. Es wurden 7 Kompetenzen definiert, die kontinuierlich abgefragt werden sollen, sodass vergleichbare Messungen erfolgen können.

Präsentation

Die Ergebnisse werden anhand von Statistiken präsentiert, die einerseits die ermittelten geförderten Kompetenzen systematisch auflisten, andererseits deren Ausprägung sowie deren Entwicklung anhand von vergleichbaren numerischen Werten, Grafiken und Diagrammen

präsentieren. In regelmäßigen Abständen werden die Ergebnisse veröffentlicht.

● **Erhebung und Auswertung der Evaluationen zu den durchgeführten Angeboten**

Evaluationen liegen noch keine vor. Jedoch wurden in den letzten Monaten die endgültigen Weichen gestellt, um diese ab diesem Jahr flächendeckend durchführen zu können. Umgesetzt werden hierbei aufeinander abgestimmte qualitative und quantitative Evaluationen. Durch zukünftige praktische Erfahrungen aus den Evaluationen werden die Analysemethoden ständig ergänzt und weiterentwickelt.

Erhebung

Qualitative Evaluationen

Mithilfe von Beobachtungsbögen, die für drei unterschiedliche Altersgruppen entwickelt wurden, werden anhand von altersgerechten Leitfragen Kompetenzen abgeleitet. Für die Ableitung werden standardisierte Kompetenzsystematiken genutzt, wie sie beispielsweise für den *Kompetenznachweis Kultur* verwendet werden. Die Evaluationen erfolgen mittels Interviews mit den Kindern und Jugendlichen, die sowohl MitarbeiterInnen von KRASS e.V. als auch externe, unabhängige Kräfte durchführen.

Quantitative Evaluationen

Mithilfe von Interviews, in denen die Kompetenzen Autonomie, Belastbarkeit, Teamfähigkeit, Kreativität, Kritikfähigkeit, Toleranz und Ausdrucksfähigkeit anhand einer Skala abgefragt werden, werden messbare Ausprägungen der Kompetenzen erarbeitet, die in Statistiken festgehalten werden. Die Interviews werden zu Beginn einer Maßnahme wie auch zum Ende derselben Maßnahme durchgeführt, um die Entwicklung der Kompetenzen zu dokumentieren. Des Weiteren werden in regelmäßigen Intervallen Interviewerhebungen zum Ist-Stand durchgeführt. Dies dient sowohl der Qualitätssicherung der KRASS e.V. Angebote wie auch der Dokumentation der Qualität gegenüber Dritten.

Auswertung

Die Ergebnisse der Interviewerhebungen werden in vorgefertigte Daten-Tabellen übertragen, aus denen automatisch für die drei Altersstufen der Ist-Stand, die Entwicklung der Kompetenzen wie auch die Gesamtdurchschnittswerte aller Altersstufen in Diagrammen, Grafiken und numerischen Werten erstellt werden. Die Evaluationen sollen sowohl von

MitarbeiterInnen von KRASS e.V. als auch von externen, unabhängigen Kräften durchgeführt werden.

● **Fortbildungen der MitarbeiterInnen**

Einerseits verfügt KRASS e.V. über qualifizierte MitarbeiterInnen, die ausgebildete Pädagogen sind bzw. die Qualifikation für den *Kompetenznachweis Kultur* erworben haben oder seit schon langer Zeit nachweislich im Bildungssektor arbeiten und Erfahrungen im Umgang mit Kindern und Jugendlichen mitbringen. Andererseits möchten wir MitarbeiterInnen sowohl intern als auch extern schulen. Für die interne Fortbildung wurden Leitfäden hinsichtlich der Evaluationen erarbeitet, die als Manual zur Verfügung gestellt werden. Angestrebt sind zusätzlich Workshops, in denen die Evaluationen erprobt werden. Externe Fortbildungen möchten wir in Zukunft über Angebote von Bildungsträgern sowie Fortbildungen weiterer Institutionen wahrnehmen. Neuen MitarbeiterInnen werden Erfahrene beiseite gestellt, die sie praktisch begleiten wie auch coachen.

4. Weitere Planung und Ausblick

Um unseren bisherigen Erfolg weiterhin zu gewährleisten, definieren wir seit 2013 Ziele im administrativen, finanziellen und ideellen Bereich definieren. Der Fokus liegt hierbei auf den Ressourcen und deren Weg durch die Organisationsstrukturen des Vereins.

Die Entwicklungsmöglichkeiten für KRASS e.V. sind hierbei vielfältig. Trotz der Finanzierungsproblematik von administrativen Aufwänden gibt es eine ganze Reihe von Ansätzen, die wir – im weiteren Verlauf dieses Kapitels vorgestellt – im Jahr 2014 angehen wollen. Insgesamt überwiegen die Chancen die Risiken deutlich.

4.1 Planung und Ziele

Unser mittel- bis langfristig oberstes Ziel ist natürlich die vollständige Umsetzung und Erreichung unserer Vision. Da dies allerdings noch ein langer ambitionierter Weg ist, setzen wir uns regelmäßig kurz- bis mittelfristige Ziele mit operativen Schwerpunkten. Für all diese Ziele gilt natürlich die strategische Prämisse, an den vier beschriebenen Anknüpfungs-Bereichen in der Wirkungskette mit unseren Aktivitäten anzusetzen.

Zugleich ist KRASS e.V. aber im Verhältnis zu seinem bisherigen Erfolgen noch eine vergleichsweise junge Organisation, die aufgrund ihres schnellen Wachstums und dem immer größer werdenden Aktionsradius vor großen administrativen Herausforderungen steht. Im Kern geht es darum, jetzt eine entsprechende Basisstruktur zu legen und die Weichen zu stellen, um unsere Leistungsfähigkeit auch in Zukunft immer weiter entwickeln zu können.

Wir verfolgen daher Ziele sowohl auf der Ebene unserer Angebote und in finanzieller Hinsicht, aber auch administrative Ziele. Nur wenn wir beide Bereiche zugleich und aufeinander abgestimmt entwickeln und Lösungen für die anstehenden Herausforderungen finden, die mit dem Wachstum unserer Organisation einhergehen, stellen wir den Erfolg unseres Anliegens sicher.

Unsere Ziele setzen wir aufgrund unserer internen Abläufe (Jahrestreffen etc.) zum jeweiligen Jahresbeginn an. Somit gelten die folgenden definierten Ziele für den Zeitraum Januar bis Dezember 2014.

In unserer Zielsetzung betrachten wir daher drei grundsätzliche Ziel-Bereiche:

Input: Ziele, die die Beschaffung von finanziellen, sachlichen, zeitlichen und humanen Ressourcen betreffen.

Throughput: Ziele, die die internen Organisationsprozesse betreffen.

Output: Ziele, die unser Angebot und dessen kommunikative Darstellung betreffen.

Alle drei Zielbereiche sind unserer Vision untergeordnet. Konkret ergeben sich aus den Anforderungen im Zuge unseres Wachstums für die jeweiligen Bereiche (mit anschließender Erläuterung) folgende Ziele:

a) Input-Ziele

	Zielgröße	Zielausmaß	Objektbezug	Zielgruppe	Zeitbezug
1	Freie Gelder	Steigerung auf 25% Anteil an der Gesamtspenden	Generierung neuer Spendenkanäle; Gewinnung neuer Fördermitglieder	Bürger, Presse	01/2014-12/2014
2	Geb. Gelder	Volldeckung (100%) sämtlicher, projektbezogenen Kosten	Vermeidung von Eigenanteilen, Verbesserte Plankalkulation, Crowdsourcing	Mitarbeiter, Künstler, öff. - rechtl. Institutionen	01/2014-12/2014
3	Zeit	Erarbeitung eines Konzepts	Entlastung der Angebotsverantwortlichen	Freiwillige, (dauerhafte Mitarbeiter), externe Dritte	01/2014-12/2014
4	KnowHow	Qualitative Erweiterung	1 jährl. Fortbildung für jeden Mitarbeiter	Mitarbeiter	01/2014-12/2014

1. **Freie Gelder:** Unsere Finanzierungsgrundlagen bestehen zu einem Großteil (ca. 80-90%) aus zweckgebundenen Fördermitteln, die der konkreten Umsetzung unserer Projekte und Programme dienen. So betrug der Anteil der freien, zweckungebundenen Gelder an den gesamten Spenden im Jahr 2013 ca. 16%. Weiterhin ist ersichtlich, dass die Anzahl unserer Angebote Jahr für Jahr steigt. Mit jedem einzelnen Projekt und Programm einher geht ein bestimmter Bedarf an Planung, Koordination, Organisation und Kontrolle, um unser Angebot qualitativ durchführen zu können. Neben der obligatorischen finanziellen Angebotskalkulation und der örtlichen und zeitlichen Koordination der am Projekt beteiligten Personen und Institutionen ist es notwendig, unsere Angebote regelmäßig zu evaluieren, zu präsentieren und zu dokumentieren, um den Erwartungen unserer Förderer und Multiplikatoren entsprechen zu können. Im Bezug auf die Finanzierung unserer Projekte entsteht auch durch die in Deutschland herrschenden rechtlichen Rahmenbedingungen ein administrativer Aufwand, der nicht selten an dem Aufwand der eigentlichen Projektplanung und – Durchführung herankommt. Auf der anderen Seite werden diese Aufwände in sehr geringem Umfang oder teilweise auch gar nicht durch zweckgebundene Fördermittel finanziert. Weiterhin ist der Aufwand bei unserem wachsenden und zunehmend diversifizierten Angebot ehrenamtlich nur noch unzureichend zu stemmen. Um zukünftig ein einigermaßen ausgewogenes Verhältnis zwischen freien und gebundenen Geldern in unserer Finanzierung sicherzustellen, wollen wir innerhalb des kommenden Jahres unsere bisherigen Spendenkanäle weiterentwickeln und auch ausbauen. Wie dies genau geschehen soll, ist als Output-Ziel definiert.

Unser Ziel:

Die freien (zweckungebundenen) Gelder von KRASS e.V. sollen durch die Generierung neuer Spendenkanäle und Gewinnung neuer Fördermitglieder bis zum 31.12.2014 anteilig gegenüber den zweckgebundenen Geldern mindestens 25% der gesamten Spendeneinnahmen beitragen.

2. **Gebundene Gelder:** Durch unser steigendes Angebot ist es notwendig, die bisherigen Fördergrundlagen unserer Angebote nachhaltig zu steigern und zu sichern. Dies geschieht in erster Linie dadurch, dass wir bereits vorhandene Sponsoren und Kooperationspartner langfristig an uns binden. So legen wir zukünftig den Angebotsschwerpunkt primär auf die Durchführung von Programmen. Aber auch die Gewinnung neuer Förderer und Sponsoren aus den Bereichen der Wirtschaft und der öffentlich-rechtlichen Institutionen (kommunal, regional, national und

international) ist notwendig, um unsere breite Palette an Angeboten und unserem immer größer werdenden Wirkungskreis zu stabilisieren. Weiterhin wollen wir neuartige Fundraising-Kanäle (z.B. Crowdsourcing) zur Angebotsfinanzierung nutzen. Zu einem stabilen, dauerhaften Angebot gehören die volle Deckung aller angebotsbezogenen Ausgaben durch Fördermittel und damit die Vermeidung von nicht durch Dritten gegenfinanzierten Eigenanteilen schon während der Plankalkulation von Angeboten.

Unser Ziel:

Bis zum 31.12.2014 sollen sämtliche projekt- und programmbezogenen Aufwände zu 100% mittels Fördermittel gedeckt sein, realisiert durch entsprechende Grundsätze in der Plankalkulation von Angeboten und Vermeidung einkalkulierter Eigenanteile.

3. **Zeit:** Unser Erfolg, der auch in den kommenden Jahren weiter anhalten wird, fordert im administrativen Bereich einen zusätzlichen zeitlichen Tribut, der durch qualifiziertes, erfahrenes Personal bewältigt werden muss. Für KRASS e.V. arbeiteten im Jahr 2013 zeitlich befristet eine Halbtagskraft und ein Bundesfreiwilligendienstleister. Diese Situation reicht jedoch für die nun aufkommenden Aufgaben nicht aus, so dass es unser Ziel sein muss, zukünftig Mitarbeiter fest und dauerhaft einzustellen. Aufgrund der mangelnden Förderungsmöglichkeiten von Verwaltungs- und Personalkosten ist dies jedoch nur über freie, ungebundene Gelder zu realisieren. Das folgend formulierte Ziel ist daher auch ein Folgeziel des Ziels der anteiligen Steigerung der freien, zweckungebundenen Gelder in den Gesamtspenden auf 25%. Jedoch besteht hier eventuell die Möglichkeit, Personalförderungen seitens Institutionen wie z.B. der Bundesagentur für Arbeit zu erhalten. Genaueres muss jedoch hier noch recherchiert werden.

Unser Ziel

Zum 31.12.2014 wird vom Verein ein Konzept erarbeitet, wie die mit dem steigenden Wachstum anfallenden administrativen Aufgaben sinnvoll auf Freiwillige oder zukünftig dauerhaft eingestellte Mitarbeiter verteilt werden können, und/oder an extern beauftragte Dritte ausgelagert werden können, um die Angebotsverantwortlichen dauerhaft zu entlasten.

4. **Know-How:** KRASS befindet sich durch das Wachstum zunehmend in einer Phase der Aufgabenspezialisierung. Wurden zu Beginn sämtliche administrativen und operativen Aufgaben übergreifend

von einigen wenigen Personen durchgeführt, so sind wir nun in einer Phase, in der eine Aufgabenspezialisierung immer mehr notwendig ist. Auch ist es im Sinne unseres eigenen Anspruchs an einer qualitativen Arbeit notwendig, bestehendes Wissen und Erfahrung zu sichern, so wie ständig weiterzuentwickeln, etwa durch Fortbildungen der Mitarbeiter, oder Zertifizierungen. Auch dieses Ziel ist nur zu erreichen, wenn die finanziellen Voraussetzungen (freie, zweckungebundene Gelder) dafür geschaffen werden.

Unser Ziel

Jeder Mitarbeiter nimmt innerhalb eines Jahres (bis jeweils zum 31.12.2014) an mindestens einer Fortbildungs- und/oder Zertifizierungsmaßnahme teil, dessen Erwerb der Arbeitsqualität innerhalb von KRASS e.V. zugute kommt.

b) Thoughtput-Ziele

	Zielgröße	Zielausmaß	Objektbezug	Zielgruppe	Zeitbezug
1	Organisationssystem (Arbeitsprozesse)	Definition 100%, Umsetzung 90%	Problemanalyse der verschiedenen Bereiche	Mitarbeiter	01/2014-12/2014
2	Angebotspalette	Insgesamt 25 Angebote	Stabilisierung durch Fokussierung auf administrative Herausforderungen	Mitarbeiter, öffentl.-rechtl. Institutionen, Unternehmen; Künstler	01/2014-12/2014

1. Aufbau- und Prozess- Organisation: Neben den ressourcenbezogenen Zielen besteht natürlich auch in den internen organisatorischen Abläufen Handlungsbedarf. Sowohl in der Aufbau-Organisation als auch in der Prozess-Organisation erarbeiten wir zurzeit ein alle Bereiche von KRASS übergreifendes System, welches unseren wachsenden Anforderungen gerecht wird. Nachdem zum Ende des Jahres 2012 die Wege der Ressourcen innerhalb des Vereins analysiert wurden, ergaben sich daraus insgesamt 6 definierte Organisationsbereiche: Beschaffung, Finanzen, Verwaltung & Recht, Projektmanagement, Personalmanagement und Kommunikation. Neben dieser objektiven Untergliederung des Vereins ist eine weitere funktionale bereichsübergreifende Gliederung angedacht. Die funktionale Untergliederung erfolgt nach: Information, Verantwortung, Leistung, Kontrolle, Finanzen, Recht, Arbeit, Franchise und Ressourcen. Die folgende Matrix gibt Ihnen einen Überblick über den aktuellen Stand der Organisationsentwicklung. Aus dieser Ist-Darstellung erfolgt letztendlich auch die Zielsetzung für das kommende Jahr.

Systeme	Beschaffung	Projektm.	Finanzen	Verwaltung	Personal	Kommunik.
Informations-S.	Dropbox (1)	Dropbox (1)	Dropbox (1)	Dropbox (1)	Dropbox (3)	Dropbox (1)
Verantw.-S.	Beschaffungsbe	Projektmanage	Finanzbeauftrag	Vorstand	KvO-Leiter	Redaktion/

	auftragte/r	mentbeauftragte/r	gte/r		Personalbeauftragte/r	Kommunikation sbeauftragte/r
Leistungs-S.	Aktions ID	P&P ID Liste	Jahresabschlus s	SRS-Analyse	Vision	Basis- ausstattung
Kontroll-S.	B.-Controlling	Evaluation Sachbericht	F.-Controlling	SWOT, BSC	Quartalsbericht Zielvereinb.	Corporate Identity
Finanz-S.	Geb. Mittel Freie Mittel					
Rechts-S.	Förderantrags Kit	Künstlervertrag sKit Projektmanage ment-Kit	Kontenrahmen	Satzung	KvO-Standard Vertrag	Grundsätze Öffentl.-Arbeit
Arbeits-S.	(Vorlagen)	(Vorlagen)	(Vorlagen)	(Vorlagen)	(Vorlagen)	(Vorlagen)
Franchise-S.				Argumentation s-Kit	Handbuch	
Ressourcen-S.	Datenbank Fundraising	Organigramm Zeitmanagem.	Buchhaltung	Protokolle	Organigramm	Presseverteiler Webverteiler

Die Tabelle gibt die bereits standardisierten bzw. angedacht zu standardisierenden Instrumente im Sinne der Aufbauorganisation (objektiv, Spalten) und Prozessorganisation (funktional, Zeilen) wieder. Der Entwicklungsstand ist je nach Bereich und Funktion noch sehr unterschiedlich.

Unser Ziel:

Bis zum 31.12.2014 sollen alle struktur- und prozessrelevanten Einzelsysteme durch Problemanalysen definiert und zu mindestens 90% innerhalb des Vereins KRASS e.V. integriert, kommuniziert und implementiert sein.

- 2. Angebotspalette:** Durch unsere ambitionierten Ziele (vor allem im administrativen Bereich) und die kommenden Herausforderungen ist es vorrangig, die Gesamtanzahl unserer Angebote für den kommenden Berichtszeitraum auf das derzeitige Niveau zu stabilisieren. In 2013 konnten wir insgesamt 27 Projekte und Programme realisieren.

Unser Ziel:

Zwischen dem 01.01.2014 und dem 31.12.2014 wollen wir durch KRASS e.V. etwa 25 Angebote realisieren, indem wir weitere Zeit- und Personalkapazitäten gezielt zur Bewältigung administrativer und organisatorischer Herausforderungen einsetzen.

c) Output-Ziele

	Zielgröße	Zielausmaß	Objektbezug	Zielgruppe	Zeitbezug
1	Redaktion/ Kommunikations- team	Etwa 5-10 fachlich kompetente Personen	Mitarbeiter- Freiwilligenteam	Mitarbeiter, Öffentlichkeit	01/2014-12/2014
2	Vermarktung Know- how	1 Produktpaket	Entwicklung und Definition	Mitarbeiter, Öffentlichkeit, Unternehmen, Künstler	01/2014-12/2014
3	Fördermitgliedschaft	100	Marketingkampagne	Unternehmen,	01/2014-12/2014

	Fördermitglieder		Öffentlichkeit, Eltern	
--	------------------	--	---------------------------	--

1. Regelmäßige Kommunikation: Bisher kommuniziert KRASS e.V. über die verschiedenen Kanäle (Social Media, Presseverteiler, Netzwerke, Webseite, Newsletter etc.). Aufgrund unseres zunehmenden Erfolgs ist es daher unabdingbar, Informationsrecherche, Darstellung und Kommunikation nach außen hin zentral zu steuern, um Redundanzen in der Arbeitsbelastung der an den Kommunikationsprozessen beteiligten Personen zu verringern. Dies soll im Rahmen einer Redaktion bzw. eines Kommunikationsteams geschehen, deren Abläufe denen eines wirtschaftlichen Medienbetriebs entsprechen.

Unser Ziel:

Aufbau einer KRASSen Redaktion aus etwa 5-10 dauerhaften und kompetenten Freiwilligen und Mitarbeitern, die bis zum 31.12.2014 die Recherche, Darstellung und Kommunikation von Information über sämtliche Kanäle nach außen hin übernimmt.

2. Vermarktung von Know-How: Im Zuge der KRASSen Organisationsentwicklung und des damit verbundenen Finanzierungsbedarfs an freien Geldern ziehen wir in Betracht, unser Know-how mittels Fortbildungsangeboten (Know-how) zu vermarkten. Es existieren erste Ansätze und Ideen, die jedoch noch konkretisiert werden müssen. Ziel ist es, ein KRASSes Produktpaket zu definieren und anschließend zu entwickeln, welches folglich nur noch umgesetzt werden braucht.

Unser Ziel:

Entwicklung eines konkreten Produktpakets (mindestens 3 Ansätze) an Vermarktungsmöglichkeiten des Know-hows von KRASS e.V. zur Deckung unseres administrativen und personellen Bedarfs bis zum 13.12.2014.

3. Eine besondere Möglichkeit, freie, zweckungebundene Gelder zu generieren, liegt in der **Anwerbung von Fördermitgliedern.** Dieses Konzept wurde zum Jahreswechsel 2012 / 2013 neu in unsere Satzung aufgenommen. Mittels einer sich derzeit im Aufbau befindlichen Marketingkampagne wollen wir bis zum 31.12.2014 einen Stamm an Fördermitgliedern aufbauen, die durch ihre Beiträge unseren weiteren Erfolg sichern.

Unser Ziel:

Bis zu 31.12.2014 gewinnen wir für KRASS e.V. mittels einer speziellen Marketingkampagne 100 neue Fördermitglieder.

4.2 Entwicklungspotenziale und Chancen

Die Entwicklungspotenziale von KRASS e.V. sind aufgrund unseres besonderen gesellschaftlichen Lösungsansatzes sehr breit gefächert. Fakt ist, das seit der Gründung von KRASS e.V. im Jahr 2009 jedes Jahr in der Förderung insgesamt erfolgreicher war als das Vorjahr. Neben der eigenen Leistung von KRASS e.V. lassen sich aus dieser Gesamt-Entwicklung auch die externen Rahmenbedingungen als insgesamt positiv einordnen. Ohne entsprechende soziokulturelle, politische, rechtliche, und ökonomische Rahmenbedingungen führt die beste Leistung nicht zum Erfolg. Gerade unsere Vision, die auf die gesellschaftliche Wertschätzung künstlerischer und medialer Angebote zielt, und diese als Instrument zur Persönlichkeitsentwicklung sozial schwacher Kinder und Jugendlichen einsetzt, setzt die Schaffung bestimmter Rahmenbedingungen voraus.

Zu diesen Rahmenbedingungen zählen:

Ökonomische Rahmenbedingungen: Aufgrund unseres kostenlosen Angebots muss die Finanzierung der Angebote und notwendiger administrativer Aufgaben gewährleistet sein. Einerseits durch zweckgebundene Fördermittel (Angebote) und andererseits durch zweckungebundene Spenden (Verwaltung).

Die Chancen für KRASS liegen hier vor allem in der vergleichsweise hohen gesellschaftlichen Spendenbereitschaft für gemeinnützige Arbeit in Deutschland. Laut eine Studie des Marktforschungsinstituts TNS Infratest⁹ lag die bundesweite Spendenbereitschaft 2011 bei einem neuen Höchststand von 128€ pro Person, bei einer etwa gleichbleibenden Anzahl an Spendern. Wie im vorigen Kapitel bereits dargestellt, ist es unser Ziel, dieses Potenzial für KRASS zu erschließen und zu nutzen. Ein dauerhafter Rückgang der Gesamtspenden in Deutschland ist – trotz Finanzkrise und Co. – zurzeit nicht abzusehen.

Eine weitere Chance liegt im Crowdsourcing. Über Webportale lassen sich angebotsbezogene Spendengelder zur gezielten Finanzierung einwerben. An solchen Portalen nimmt KRASS e.V. bereits teil, wobei hier die Aktivitäten in nächster Zeit noch ausgebaut werden sollen. In diesem noch relativ jungen Fundraising-Kanal wurden bereits einige Projekte mit sehr großem Finanzbedarf realisiert.

In den Kommunen, Regionen, Ländern und auf europäischer Ebene gibt es zudem eine unübersichtliche Reihe an Fördermitteln. Einige nutzen wir bereits, andere sind uns noch unbekannt. In naher Zukunft ist aufgrund

⁹ http://www.tns-infratest.com/presse/pdf/Presse/TNS_Infratest_Deutscher_Spendenmonitor_2011.pdf

der gesamtpolitischen Situation weiterhin mit diesem „Fördermittel-Dschungel“ zu rechnen. Die Chance für KRASS liegt hier in der systematischen Erforschung dieses „Dschungels“.

Vermarktung unseres Knowhows und unserer Erfahrung. Der gesellschaftliche Informationsbedarf wird seit Jahren immer größer. Vor allem Erfahrungen und Wissen werden aufgrund des immer größer werdenden Wettbewerbs immer mehr nachgefragt. Die Chance für KRASS Gelder zu generieren liegt daher in der Vermarktung unserer eigenen Erfahrungen in den verschiedensten Bereichen (z.B. Fundraising, Projektkonzipierung etc.). Als Nachfrager kommen vor allem andere Nonprofit-Organisationen in Betracht.

Die Nachfrage an unserem Angebot ist als relativ sicher einzuschätzen. Durch die seit einigen Jahren zu beobachtende gesellschaftliche Auseinanderentwicklung zwischen Arm und Reich dürften zunehmend mehr Eltern, Jugendliche, Kinder aber auch die unter Sparzwang stehenden öffentlich-rechtlichen Institutionen (Schulen, Ämter etc.) unser Angebot gutheißen.

Politische und rechtliche Rahmenbedingungen: Besonders in Deutschland ist der Handlungsrahmen für eine Nonprofit-Organisation teilweise sehr enggestrickt. So fällt - trotz einiger Erleichterungen (z.B. im steuerlichen Bereich) – ein enormer Verwaltungsaufwand an, um unsere Angebote finanziell gefördert zu bekommen. Aufgrund dessen, dass KRASS nicht mit Gewinnabsicht handelt und Verwaltungskosten fast gar nicht gefördert werden, sind die Hürden für KRASS e.V. in diesem Falle besonders hoch.

Unsere Chance liegt – da der Trend weiterhin in Richtung eines bis ins kleinste Detail entschlüsselten und begründeten Leistungscontrollings geht – in der Festanstellung von spezialisiertem Personal. Solche beschäftigen sich vollumfänglich und ausschließlich mit internen Belangen und sind gewissermaßen gebunden – ein wesentlicher Vorteil gegenüber Freiwilligen, die oft nebenberuflich ihre wenige Freizeit opfern. Dieses gewährleistet, dass wir unser Angebot weiterhin gezielt ausbauen können, und damit unserer Vision wieder ein Stückchen näher kommen.

Weitere Chancen durch sich ändernde politische und rechtliche Rahmenbedingungen sind zur Zeit schwer einschätzbar, da die Förderung eines Projektes oder Programmes oft auch vom jeweiligen Entscheider und dessen eigenen Rahmenbedingungen abhängt. Daher spielt hier trotz des klar definierten gesetzlichen Rahmens die individuelle Situation der jeweiligen Kommune, des Instituts oder des Unternehmens eine große Rolle. Um unsere Chancen zu nutzen, kann hier letztendlich nur in einem

Netzwerk an guten Beziehungen zu Entscheidungsträgern aufgebaut werden.

Soziokulturelle Rahmenbedingungen: In diesem Bereich liegen unsere wichtigsten Chancen. Unser besonderer gesellschaftlicher Ansatz, den wir mit unserer Vision verfolgen, zielt auf die positive Veränderung der bisherigen gesellschaftlichen Auffassung zum Thema Leistung-Kunst-Medien-Bildung-Persönlichkeit ab. Um dies auf Dauer zu erreichen, ist es wichtig, aus dieser Gesamtsituation die richtigen und notwendigen Ansätze zu erkennen. Die einzelnen Zusammenhänge sind in Kapitel 2.2.1 und 2.2.2 beschrieben. Unsere Chancen sehen wir somit in der Kommunikation (mittels unserer Angebote) unserer vier Ansätze (kostenloser Zugang, schwellenfreier Zugang, unabhängig jedweder Voraussetzung, Förderung von künstlerischen, medialen und sozial ausgerichteten Projekten).

Aber auch die zunehmende Leistungsorientierung in der Gesellschaft führt immer wieder zu öffentlichen Diskussionen um eine fehlende soziale und kulturelle Angemessenheit. So lautet der Slogan auf der Titelseite vom Spiegel 17/2013 „Generation Stress – Ich kann nicht mehr“. Abgebildet ist ein erschöpft dreinblickendes Kind. In dem derzeitigen wirtschaftlichen Trend, dass der Leistungsdruck auch auf Kinder und Jugendliche immer größer wird, und damit der gesellschaftliche Missstand deutlich wird, liegt unsere Chance, die Menschen von unserem Gesamtansatz zu überzeugen. Vor allem Überzeugungsarbeit bei Eltern und die Mobilisierung und Sensibilisierung der Bürger zählen hierzu.

Eine weitere Chance ist im Trend der Wirtschaftsunternehmen zur Übernahme einer sozialen und gesellschaftlichen Verantwortung (Corporate Social Responsibility) zu sehen. Hierdurch erhalten einzelne Projekte und Programme von KRASS e.V. die Möglichkeit einer direkten und oft eher unbürokratischen finanziellen Unterstützung durch Unternehmen.

Eine sehr gute Chance ergibt sich aber auch aus unserer Organisationskultur. Wir legen – ganz im Sinne unserer Vision – auch im Miteinander auf einen flexiblen, kreativen und sozialen Umgang besonders viel Wert. In vielen Unternehmen hängt ob der finanziell angespannten Lage auch zwischen den einzelnen Mitarbeitern eine Drucksituation vor, die sich negativ auf die Motivation der Mitarbeiter und folglich auch deren Leistung auswirkt. Genau dort setzen wir in unserer Zusammenarbeit an. Unsere Organisation ist für Außenstehende dadurch interessant, weil wir das Prinzip „Leistung und Gegenleistung“ verfolgen. Jeder Interessent, der sein Geld, seine Sachen, sein Wissen oder seine Zeit in KRASS e.V. einbringt und dadurch unsere Vision wieder ein Stück vorantreibt, soll für sich ganz individuell und persönlich etwas davon haben. Egal ob

Berufserfahrung (eigene persönliche Entscheidung des Einsatzbereichs), soziales Mitarbeiter (mit Kinder in Projekten & Programmen unterstützen), etwas bewegen wollen (Umsetzung eines eigenen Projektes, Idee etc.) oder als Ausgleich und Abwechslung (neben dem bisherigen Beruf) – bei KRASS ist Platz für jeden und alles.

4.3 Risiken

Aus den im vorigen Kapitel beschriebenen Rahmenbedingungen ergeben sich nicht nur Chancen, sondern natürlich auch Risiken. Vor allem durch unser rasantes Wachstum entstehen besondere Hürden, die es zu meistern gilt. Auf der anderen Seite ist es aus demselben Grund für unsere Organisation manchmal aber auch notwendig, gewisse Risiken einzugehen, um die Weichen für die Zukunft zu stellen.

Wie in den vorigen Kapiteln schon angerissen, liegt in unserer Personalstruktur ein besonderes Risiko. Sehr viel Arbeit wird ehrenamtlich abgeleistet. Die Motivation ist zwar vorhanden, aber oft mangelt es an der Zeit (z.B. bei Berufstätigkeit). Unter diesen Voraussetzungen nimmt alleine die Koordination oft einen recht bedeutenden Teil unseres fest angestellten Personals ein. Gerade im Wachstum unserer Organisation werden somit ohnehin dringend benötigte Ressourcen von anderen organisationsrelevanten Bereichen abgezogen. Die Gefahr besteht zu dem, dass einige Mitarbeiter auf Dauer zeitlich überfordert sind.

Risiko, aber zugleich auch die Grundlage unseres Bemühens ist langfristig die Veränderung der gesellschaftlichen Wahrnehmung der Kreativbereiche und dem, was Leistung definiert. So stoßen wir vor allem in der finanziellen Förderung immer wieder auf die Erwartung, dass Kreativität als Leistung genau so messbar wiedergegeben werden muss, wie andere Leistungsbereiche. In unserem Ansatz, dass die Persönlichkeit als solches gefördert wird, und nicht messbare Leistung, liegt zugleich das Risiko einer Ablehnung, aber andererseits auch die Chance einer Zustimmung. Unsere bisherigen Erfolge lassen darauf schließen, dass diese Chancen definitiv vorhanden sind, und damit das Risiko minimiert wird.

Weiterhin stehen wir als Organisation mit ambitionierten Zielen natürlich ständig unter dem Druck, mit unserer Arbeit einer gewissen gesellschaftlichen Erwartungshaltung zu entsprechen. Diese Erwartungshaltung lässt sich in einigen kurzen Begriffen zusammenfassen: Glaubwürdigkeit, Transparenz und Aktualität. Unserer Glaubwürdigkeit ist eine Grundvoraussetzung für die Unterstützung unserer Arbeit. Glaubwürdigkeit vermitteln wir dadurch, dass uns jeder Interessierte jederzeit und an jedem Ort aufsuchen kann, unsere Angebote begleiten kann und eigene konstruktive Vorschläge einbringen kann. Davon leben wir als Organisation. Ein etwas höheres Risiko ist in

der ständigen Aktualität (Trends, Neues etc.) zu sehen, die nur mit einem erhöhten Kommunikationsaufwand zu realisieren ist (z.B. regelmäßige Pflege der Social-Media-Kanäle). Dieses Risiko ist aber letztlich auch bedingt durch das Personal, so dass dieses Risiko und damit die Erwartungshaltung schon recht simpel minimiert werden kann.

Transparente Abläufe sind deshalb wichtig, weil wir als gemeinnützige Organisation unter besonderer öffentlicher und rechtlicher Beobachtung stehen. Aber auch für anderweitig Interessierte ist es wichtig, sich in den Organisationsstrukturen, -abläufen und dem was wir leisten sofort zu Recht zu finden. Wir arbeiten ständig an einer transparenten Darstellung unserer Organisation, die bei Außenstehenden Kontakt- und Förder-Hürden abbauen kann. Erste Erfolge (z.B. kategorisierte Übersicht aller Projekte und Programme, Aufbau eines Projekt- und Programmcontrollings, Einführung eines Evaluationssystems im Laufe des Jahres 2014) können wir bereits vorweisen.

Wie aus den in den vorigen Kapiteln beschriebenen Zielen stellt auf Dauer auch unsere Finanzierungsstruktur ein großes Problem dar. Aufgrund der geringen Fördermöglichkeiten administrativ notwendiger Aufgaben ist das derzeitige Verhältnis zwischen zweckgebundenen und zweckungebundenen Geldern zu unausgewogen. Je mehr Standorte wir national wie international aufbauen und je größer unser Gesamtangebot ist, desto mehr fallen administrative Aufgaben an, die nicht nebenbei getätigt werden können. Auch hier legen wir einen großen Wert auf präzise(und damit transparente) Arbeit. Das mit unseren derzeitigen Finanzierungsstrukturen einhergehende Risiko liegt darin, dass wir auf Dauer von unseren eigentlichen Aufgaben, die der Umsetzung unser Vision vorantreiben, abgehalten werden.

5. Die Organisation KRASS

Die Organisation KRASS besteht aus zwei Institutionen. Die Stiftung Kultur für Kinder (gegründet 2010), und deren einziges Programm KRASS e.V. (gegründet 2009). KRASS e.V. wiederum besitzt national wie auch international (Volksrepublik China) verschiedene Standorte und führt das operative Tagesgeschäft aus, während die Stiftung die gesamtstrategische Ausrichtung bestimmt.

5.1 Organisationsstruktur

Die Organisationsstruktur von KRASS e.V. und der Stiftung Kultur für Kinder ist einfach untergliedert. KRASS e.V. ist das einzige Programm der Stiftung Kultur für Kinder. Als operative Stiftung lenkt und begleitet die Stiftung Kultur für Kinder die strategische Ausrichtung von KRASS e.V. Die

operative Umsetzung erfolgt einzig innerhalb von KRASS, die Stiftung bleibt hier außen vor.

KRASS e.V. wiederum besteht aus der Zentrale in Düsseldorf, in der die Verwaltung angesiedelt ist, sowie Standorten (KRASS vor Ort, KRASS in Aktion) in Düsseldorf, Trier, Rösrath, Limburg, Aachen, Solingen, Eupen (Belgien), Essen), die die Angebote für die Kinder und Jugendlichen umsetzen.

In der Arbeitsorganisation unterscheiden wir 6 Bereiche: Beschaffung, Projektmanagement, Verwaltung & Recht, Finanzen, Personalmanagement und Kommunikation.

KRASS beschäftigte im Jahr 2013 hauptamtlich 2 Personen (insgesamt 60 Std. die Woche). Zusätzliche, regelmäßige Leistungen erbringen außerdem die Gründerin des Vereins, sowie von Januar bis Juli ein Geschäftsführer. Weitere Informationen finden Sie in Kapitel 3.1. Daneben (vor allem in den Bereichen Kommunikation und Projektmanagement) arbeiten mit unterschiedlicher Regelmäßigkeit etwa weitere 60 ehrenamtliche Mitarbeiter bei KRASS.

5.2 Stand der Organisationsentwicklung

Insgesamt ist KRASS als Gesamtorganisation in einer Wachstumsphase. Diese wird aller Voraussicht nach auch noch länger anhalten. Die jährliche steigende Anzahl an unseren Angeboten bestätigt diese Entwicklung eindruckshaft. Seit der Gründung des Vereins im Jahr 2009 in Düsseldorf konnten außerdem immer mehr Standorte gegründet werden (2010: Trier, 2011 Rösrath und Limburg, 2012 Aachen und Solingen, 2013 Essen, Eupen (Belgien) und Shanghai (China)) – weitere Gründungsverfahren (z.B. Köln) laufen zurzeit. Auch die Anzahl der Kooperationen nimmt zugleich mit unseren Angeboten und Standorten zu. Der nationale Schwerpunkt unserer Aktivitäten liegt in Deutschland im Rheinland. International steht zurzeit (noch) die Volksrepublik China im Fokus. National wie auch International wird sich unser Ausbreitungsgebiet auch im folgenden Jahr erweitern. So sind international zurzeit Länder wie z.B. Kamboscha in Gespräch. Eine gezielte regionale und nationale Ausbreitungsstrategie verfolgen wir jedoch nicht. Grundsätzlich sind wir hier flexibel, was die Neugründung von Vereins- oder Kooperationsstandorten betrifft.

Die einzelnen Organisationsbereiche sind jedoch teilweise unterschiedlich ausgeprägt. So ist traditionell das Projektmanagement operativ wie auch strategisch von allen Bereichen am stärksten ausgeprägt. Der bereichsspezifische Entwicklungsstand lässt sich auch gut anhand des Einsatzes unserer Ressourcen in Kapitel 3.1 darstellen. Auch hier wird

deutlich, dass wir insgesamt die meisten Ressourcen (Geldmittel, Sachmittel, Zeit und Wissen) im Projektmanagement einsetzen. Mit etwas Abstand zum Projektmanagement, aber noch deutlich vor den anderen Organisationsbereichen, folgt die Kommunikation (Pressearbeit, Social Media, Webseite, Flyer- und Plakatgestaltung etc.). Beide Bereiche zusammengenommen nehmen insgesamt etwa 75% unseres zeitlichen und humanen Aufwands in Anspruch. Zugleich verwenden wir hierfür aber nur etwa die Hälfte unserer finanziellen Ressourcen. Bei den anderen Bereichen Beschaffung, Finanzen, Verwaltung & Recht sowie Personal besteht noch ein größerer Entwicklungsbedarf. Hier ist die Lage genau umgekehrt: Etwa 25% unserer zeitlichen und humanen Ressourcen stehen etwa 50% unserer Kosten entgegen. Aus diesem strukturellen Entwicklungsdefizit lässt sich besonders deutlich wieder die Grundproblematik der generell fehlenden öffentlich-rechtlichen Förderung administrativer Kosten erblicken. Dies führt letztendlich dazu, dass sich KRASS je nach Organisationsbereich derzeit unterschiedlich entwickelt.

Abschließend lässt sich bei aller Unterschiedlichkeit jedoch sagen, dass durch die konsequente Verfolgung unseres Ziels und die Nutzung unserer Chancen die Entwicklung bis jetzt außerordentlich erfolgreich vorangetrieben wurde. Durch unsere externe wie auch interne Flexibilität sind wir in der Lage, viele Defizite auszugleichen, wenngleich es an dieser Stelle für die zukünftige Entwicklung einer weiteren Professionalisierung bedarf.

5.3 Vorstellung der handelnden Personen

Im Folgenden finden Sie die Vorstandsvorsitzende des Vereins KRASS e.V., sowie die den hauptamtlichen Mitarbeiter (Stand 01.01.2014) in kurzen Profilen vorgestellt:

	<p>Claudia Seidensticker Bildender Künstlerin Vorstandsvorsitzende KRASS e.V., Gründerin</p> <p>1986 - 1990: Europäische Akademie für Bildende Kunst, Trier 2006 - 2007: Westfälische Wilhelms-Universität Münster BWL und Kunstgeschichte 2009 - 2010: Universität Hildesheim Postgraduiertes Studium Kuratistische Praxis und Ausstellungsmanagement</p> <p>Zeit ihres Lebens selbstständige Bildende Künstlerin (Malerei, Objekte, Installationen) sowie internationale kuratierte Galerie-Ausstellerin</p>
---	---



Tobias Schlubach
 Betriebswirt, Designer, Texter
 Angestellter

2013 – 2015: Studium Grafikakademie Witten – Grafik-Design
 2007 – 2011: Studium FH Aachen – B.A. Betriebswirtschaft
 (Schwerpunkte: Marketing, Psychologie, Volkswirtschaft)
 2002 – 2014: Journalistische Ausbildung in versch. Hörfunkredaktionen
 (Schwerpunkt Wissenschaftsjournalismus)
 2013 : Studium Grafikakademie Witten

Verfügt über jahrelanger Erfahrung in Vereinsarbeit. Daneben selbst kunst- und medieninteressiert (z.B. Musikproduktion) sowie kulturorientiert (Mitglied im Ausschuss für Kultur, Integration und Soziales der Stadt Jülich)

5.4 Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke

Mittlerweile arbeiten wir mit einer ganzen Reihe an Partnern, Organisationen, Institutionen und Unternehmen zusammen. Die meisten unserer Partnerschaften zielen oder zielen auf die Konzipierung und Durchführung konkreter Angebote ab. Aber auch im administrativen Bereich erhalten wir immer wieder auch Unterstützung durch unsere Partner. Meistens sind diese Leistungen jedoch kaum quantifizierbar (z.B. messen wir keine 37-minütige Pro Bono Telefonberatung) und aufgrund der Heterogenität der Leistungen auch kaum miteinander vergleichbar. Lediglich unsere Partner-Werbeagentur ist daher im Kapitel 3.1 als Partner aufgelistet - hinsichtlich ihrer zeitlichen Unterstützung. Die anderen Partner unterstützen uns manchmal mit Spenden, manchmal mit ihren Netzwerken und sich daraus ergebenden Kontakten, manchmal mit der zur Nutzung von Räumen (z.B. Schulklassen) etc. Im Folgenden geben wir Ihnen einen generellen Überblick über unsere Partnerschaften und den Schwerpunkten in der Wirkung und Zusammenarbeit.

Partner-Institution	Rahmen (Wirkung)	Ziel
Schulen, Kindergärten	Projektmanagement	Verbreitung unseres Ansatzes, Kontakt zur Zielgruppe, Angebotsdurchführung
Ministerien	Beschaffung	Finanzielle Förderung
(Mitgliedschaften in)(Branchen-)Verbänden	Verwaltung & Recht, Finanzen	Beratungen, Know-How
Andere NGO's	Beschaffung, Projektmanagement	Kooperationen, Know-How, Ressourceneinsparungen
Unternehmen	Beschaffung	Finanzielle Förderung, Kooperationen
Agenturen	Kommunikation	Marketing, Werbung
Banken	Beschaffung	Finanzielle Förderung
Kommunen	Beschaffung, Projektmanagement	Finanzielle Förderung, Kooperationen
Ateliers	Projektmanagement, Personal	Ressourceneinsparung, Angebotsdurchführung

Unsere Partner variieren je nach Einzel-Angebot. Von der Projektumsetzung bis zu administrativ-logistischen Unterstützung ist alles dabei. Daher ist eine erfahrungsgemäße, vereinfachte Übersicht einer bis ins Detail komplexen Einzelübersicht vorzuziehen. Diese ist aufgrund der kaum vergleichbaren Darstellungsmöglichkeiten insgesamt wesentlich aussagekräftiger. Um Ihnen jedoch einen Eindruck zu geben, folgt eine Auflistung verschiedenster Partner, mit denen wir bisher zusammengearbeitet haben und zusammenarbeiten.

wfp:2 (Werbeagentur)	Beratung, Pflege Webseite
Bürgerstiftung Düsseldorf	Zweckgebundene Fördergelder
Deutsche Bank	Freie Fördergelder
PSD Bank	Freie Fördergelder
Stifterhelfen (IT for Non-Profits)	Rabatte auf IT-Software
Kunsthalle Düsseldorf	Personelle Unterstützung
Saatchi & Saatchi (Werbeagentur)	Kommunikations- und Designkonzepte
Lukas (Farben)	Materialspenden (Farbe)
American Woman's Club Deutschland (Verein)	Freie Fördergelder
Freddy-Fischer-Stiftung	Freie Fördergelder
SRH Fachschulen	Freie Fördergelder
ABUS (Sicherheitstechnik)	Sachspenden (Fahrradhelme)
Bionade (Getränkehersteller)	Sachspenden (Getränke)
Rheinbahn	Kostenfreie Raumnutzung
Herzessachee.V. (SWR etc.)	Freie Fördergelder
S&B Minerals (Industriemineralien)	Freie Fördergelder
Landschaftsverband Rheinland	Zweckgebundene Fördergelder
AFB (Versicherungsunternehmen)	Zweckgebundene Fördergelder
AIA (Versicherungsunternehmen)	Zweckgebundene Fördergelder
Sternhaus-Buchverlag	Sachspenden (Printmedien)
IBIS-Hotels	Kostenfreie Raumnutzung
Lions Club Frankfurt (Wohltätigkeitsorganisation)	Freie Fördergelder
Polizei Düsseldorf	Beratung (Sicherheit, Projekte)
KIT – Kunst im Tunnel (Museum)	Kostenfreier Eintritt und Führung
Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend	Zweckgebundene Fördergelder
Der Paritätische (Wohlfahrtsverband)	Beratung
Flingern mobil (Verein Sozialarbeit)	Zweckgebundene Fördergelder
IJGD (Internationale Jugendgemeinschaftsdienste)	Beratung
T.A. Cook (Unternehmensberatung)	Freie Fördergelder
Morning tears (Nonprofit-Organisation)	Beratung
Musenkuss (Netzwerk)	Werbepattform
Payback Spendenwelt	Spendenportal
PricewaterhouseCoopers (Prüfungsgesellschaft)	Zweckgebundene Fördergelder
Sandmänner (Verein gegen Kinderarmut)	Freie Fördergelder
Stadtsparkasse (Bank)	Freie Fördergelder
Stiftung Kunst, Kultur und Soziales der Sparda-Bank-West	Zweckgebundene Fördergelder
WWM (Marketing, Marktforschung)	Sachspenden (Banner)
Kulturrucksack NRW	Zweckgebundene Fördergelder
Stadt Düsseldorf	Zweckgebundene Fördergelder
DM-Markt	Zweckgebundene Fördergelder
EU-Parlament	Zweckgebundene Fördergelder, kostenfreie Raumnutzung
Bertelsmannstiftung	Beratung
Kulturstiftung Trier	Zweckgebundene Fördergelder, Pressearbeit
Kinderschutzbund	Freie Fördergelder
Diakonie Düsseldorf	Personalrecrouting
Evangelische Familienbildungsstätte	Kostenfreie Raumnutzung, Zweckgebundene Fördergelder
Metro Group	Pressearbeit, Imagegewinn
Baermedia	Zweckgebundene Fördergelder
Pagesurfer	Beratungsleistung
Rotarier Schanghai	Netzwerk, Freie Gelder

Stabilo (China)	Sachspenden (Papier, Schreib-u. Malutensilien)
Buehne (Karnevalsverein)	Kostenfreie Bühne und dessen Aufbau
Telekom	Freie Fördergelder
WVW – Rheinbote (Verlag)	Freie Fördergelder
Ingenieurbüro Bauwesen Dietz	Freie Fördergelder
Barmenia (Versicherung)	Freie Fördergelder
Evangelische Familienbildung	Freie Fördergelder
Joffi GmbH (Trainings-Simulationen)	Freie Fördergelder
POPAI D-A-CH e.V.	Freie Fördergelder
TersteegenSchule	Freie Fördergelder
Boesner GmbH Perl (Künstlerbedarf)	Verschiedenes
Kulturstiftung Trier	Verschiedenes
Sparkasse Trier	Verschiedenes
Scholtes GmbH (Trier) (Fliesen & Sanitar)	Verschiedenes
Volksbank Trier	Verschiedenes
MetzgereiBlau (Trier)	Verschiedenes
Andreas Lambert	Verschiedenes
Moccamedia AG (Werbeagentur)	Verschiedenes
Terra Viva (Objektdesign)	Verschiedenes
Kommit e.V. Langenfeld (Marketingverbund)	Verschiedenes
Nahkauf Trier	Verschiedenes
Lionsclub Trier (Wohltätigkeitsorganisation)	Verschiedenes
Keppler Holz	Verschiedenes
Leyendecker-Heil GmbH Trier (Holzfachhandel)	Verschiedenes
Notariat Dempfle und Steinhauer	Verschiedenes
Metzgerei Blau (Trier)	Verschiedenes
SQ Trier	Verschiedenes

6. Profile der beteiligten Organisationen

Im Folgenden umreißen wir übersichtlich das Organisationsprofil von KRASS e.V. und der Stiftung Kultur für Kinder.

6.1 Organisationsprofil

Vereinsname	KRASS e.V. – Kinder Initiative für kulturelle Bildung
Gründung	
<ul style="list-style-type: none"> • Gründungsjahr • Gründungsort • Gründerin 	<p>26.10.2009 Düsseldorf Claudia Seidensticker</p>
Hauptsitz	
<ul style="list-style-type: none"> • Straße • Ort • Telefon • Email • Verein 	<p>Grafenberger Allee 269 40237 Düsseldorf + 49 170 / 24 16 859 info@krass-ev.de www.krass-ev.de</p>
Ansprechpartner	
<ul style="list-style-type: none"> • Claudia Seidensticker 	c.seidensticker@krass-ev.de

Rechtsform	Gemeinnütziger, eingetragener Verein (e.V.)
Vereinsregister <ul style="list-style-type: none"> • Nummer • Ort • Datum 	10255 Düsseldorf 26.10.2009
Satzung (Link)	http://www.krass-ev.de/der-verein/organisation.html (Download als PDF)
Gemeinnützigkeit (gem. §52 Abg.-Ord.) <ul style="list-style-type: none"> • Finanzamt • Datum Feststellungsbescheid • Zweck 	Düsseldorf 29.06.2012 Förderung von Bildung und Erziehung sowie Kunst und Kultur und die Unterstützung von hilfsbedürftigen Personen i.S. des § 53 AO, und zwar sowohl im In- als auch im Ausland
Mitarbeiter (Anzahl und Stellen) <ul style="list-style-type: none"> • Fest • Frei • Ehrenamtl. 	1 fester Mitarbeiter 0 freie Mitarbeiter ca. 60 Ehrenamtler
(Operative) Standorte	Düsseldorf Trier Rösrath Limburg Solingen Aachen Essen Eupen (Belgien)
Kooperationsstandorte	Shanghai Zhengzhou Jülich

Stiftungsname	Stiftung Kultur für Kinder
Gründung <ul style="list-style-type: none"> • Gründungsjahr • Gründungsort • Gründerin 	25.10.2010 Düsseldorf Claudia Seidensticker und Anastassios Fountis
Hauptsitz <ul style="list-style-type: none"> • Straße • Ort • Telefon • Email • Verein 	Grafenberger Allee 269 40237 Düsseldorf + 49 211 / 293 662 63 (Büro KRASS e.V.) info@stiftungskultur fuerkinder.de www.stiftungskultur fuerkinder.de
Ansprechpartner <ul style="list-style-type: none"> • Claudia Seidensticker 	info@stiftungskultur fuerkinder.de

Rechtsform	Rechtsfähige Stiftung bürgerlichen Rechts (Treuhänderisch Verwaltet)
Satzung (Link)	http://www.stiftungskultur fuer kinder.de/satzung.html
Gemeinnützigkeit (gem. §52 Abg.-Ord.)	
<ul style="list-style-type: none"> • Finanzamt • Datum Feststellungsbescheid • Zweck 	Düsseldorf 21.11.2012 Förderung von Bildung und Erziehung sowie Kunst und Kultur und die Unterstützung von hilfsbedürftigen Personen i.S. des § 53 AO, und zwar sowohl im In- als auch im Ausland
Mitarbeiter (Anzahl und Stellen)	
<ul style="list-style-type: none"> • Fest • Frei • Ehrenamtl. 	0 0 13

Die Nachfolgeregelung für die Stiftung Kultur für Kinder sieht laut der aktuell gültigen Stiftungs-Satzung Anastassios Fountis als Nachfolger von der Vorsitzenden Claudia Seidensticker vor.

6.2 Governance der Organisation

Grundsätzlich gelten unsere Vision und die sich daraus ableitenden sozialen und ethischen Grundsätze auch innerhalb unserer Organisation. Die Leitungsorgane sind per Satzung festgelegt. Eine Überwachung im Sinne von Personalkontrollen – vergleichbar dem Trend in der freien Wirtschaft - findet nicht statt. Stattdessen setzen wir auf eine systembezogene, Motivationskontrolle. Die Bedürfnisse des Menschen als Individuum stehen bei uns im Vordergrund. Dies bedeutet konkret:

- Unsere inneren Organisationsstrukturen und –Prozesse (Aufbau- und Ablauforganisation) werden ständig hinsichtlich ihrer Kompatibilität zum Prinzip Leistung und Gegenleistung überprüft und bei Bedarf modifiziert.
- Motivationsfaktoren werden gezielt und regelmäßig eingesetzt. (Anerkennung der jeweiligen Leistung durch dezentrale Verteilung von Verantwortung; soziale Vereinskultur; flexible und individuelle Arbeitsbedingungen; weitgehender Verzicht auf klassische Hierarchien).
- Wir gestalten die Zusammenarbeit mit jeder einzelnen Person individuell und unter besonderer Berücksichtigung der jeweiligen Interessen und des Zeiteinsatzes. Flexibilität und individuelle Freiheit zeichnet unser Organisationsmodell als Grundlage der

Leistungsmotivation besonders aus.

- Instrumente des Controllings kommen gezielt zum Einsatz, jedoch sind diese an Voraussetzungen gebunden. Die eingesetzten Instrumente müssen primär der Transparenz, der Prognose und der Handlungsempfehlung dienen. So bauen wir derzeit ein System an sorgfältig ausgewählten Instrumenten aus, dessen Gesamtsystematik mit unserer Organisationskultur im Einklang steht. Die folgende Tabelle gibt Ihnen nochmals den Überblick über den derzeitigen Stand des sich im Aufbau befindlichen Gesamtsystems.

Systeme	Beschaffung	Projektm.	Finanzen	Verwaltung	Personal	Kommunik.
Informations-S.	Dropbox (1)	Dropbox (1)	Dropbox (1)	Dropbox (2)	Dropbox (3)	Dropbox (1)
Verantw.-S.	Beschaffungsaufträge/r	Projektmanagementbeauftragte/r	Finanzbeauftragte/r	Vorstand	KvO-Leiter Personalbeauftragte/r	Redaktion/ Kommunikationsbeauftragte/r
Leistungs-S.	Aktions ID	P&P ID Liste	Jahresabschluss	SRS-Analyse	Vision	Basisausstattung
Kontroll-S.	B.-Controlling	Evaluation Sachbericht	F.-Controlling	SWOT, BSC	Quartalsbericht Zielvereinb.	Corporate Identity
Finanz-S.	Geb. Mittel Freie Mittel					
Rechts-S.	Förderantrags Kit	Künstlervertrag sKit Projektmanagement-Kit	Kontenrahmen	Satzung	KvO-Standard Vertrag	Grundsätze Öffentl.-Arbeit
Arbeits-S.	(Vorlagen)	(Vorlagen)	(Vorlagen)	(Vorlagen)	(Vorlagen)	(Vorlagen)
Franchise-S.				Argumentations-Kit	Handbuch	
Ressourcen-S.	Datenbank Fundraising	Organigramm Zeitmanagem.	Buchhaltung	Protokolle	Organigramm	Presseverteiler Webverteiler

In seiner Summe entspricht dieses Gesamtsystem – angelehnt an unsere Organisationsstrukturen – unserem Ziel einer sozialen, kreativen Vereinskultur. Der Standardisierungsgrad erreicht ein für unsere Organisation notwendigen Grad, verzichtet auf der anderen Seite jedoch auf einen zu hohen Verwaltungs- und Kontrollaufwand, da die persönliche Motivation unserer Mitarbeiter im Vordergrund steht. Ganz im Sinne unsere Vision und unseres Angebots.

Die Einhaltung dieser Grundsätze werden ständig hinterfragt und überwacht.

Da die Stiftung Kultur für Kinder selbst nicht operativ tätig wird, gelten prinzipiell dieselben Prinzipien, wie für den Verein.

6.2.1 Leitungsorgan

Das Leitungsorgan des Vereins ist der Vereins-Vorstand. Der Vorstand besteht (Zu Jahresbeginn 2014) aus insgesamt 6 Personen:

Claudia Seidensticker: 1. Vorstands-Vorsitzende, Ehrenamt
Michalis Nikolaou: 2. Vorstands-Vorsitzender
Anastassios ‚Tassos‘ Fountis: Kassenwart, Ehrenamt

Vertretungsberechtigt sind die beiden Vorstandsvorsitzenden.

Zu den Aufgaben des Vereins-Vorstands gehören laut §8 der Vereinssatzung vom 22.11.2013 die Durchführung der Beschlüsse der Mitgliederversammlung, die Führung der laufenden Vereinsgeschäfte, und die Verwaltung der Finanzen. Die Vorstandsmitglieder arbeiten derzeit ehrenamtlich. Aufwandsentschädigungen für Zeit und Tätigkeit in angemessener Höhe sind zulässig.

Das Leitungsorgan der Stiftung Kultur für Kinder ist der Vorstand. Dieser besteht aus 3 Personen:

Claudia Seidensticker: Vorstandsvorsitzende, Ehrenamt
Anastassios Fountis: Vorstandsmitglied, Ehrenamt
Dr. Georg Groth: Vorstandsmitglied

Die Mitglieder des Vorstands sind ehrenamtlich tätig, ihnen dürfen keine Vermögensvorteile zugewendet werden. Sie erhalten nur ihre notwendigen angemessenen Auslagen und Aufwendungen erstattet, nach Maßgabe eines entsprechenden Beschlusses des Vorstands. Der Vorstand führt die Geschäfte der Stiftung. (Satzung vom 31.12.2011)

Vertretungsberechtigt sind mindestens 2 Personen aus dem Vorstand, davon ein/e Geschäftsführer/-in

6.2.2 Aufsichtsorgan

Das Aufsichtsorgan des Vereins ist die Mitgliederversammlung. Die Mitgliederversammlung besteht aus ordentlichen Mitgliedern und (seit 2013) aus Fördermitgliedern. Stimmberechtigt sind nur die ordentlichen Mitglieder. Die Mitgliederversammlung trifft sich mindestens einmal jährlich.

Das Kuratorium der Stiftung Kultur für Kinder hat beratende Funktion.

6.2.3 Interessenskonflikte

Bestehen derzeit keine. Sämtliche Entscheidungen werden in gemeinsamer Absprache (8-Augen-Prinzip) getroffen.

6.3 Beteiligungsverhältnisse

Entfällt aufgrund unserer Rechtsform.

6.4 Umwelt und Sozialprofil

Aufgrund unserer humanitären Ausrichtung – was wir den Kindern und Jugendlichen vermitteln, pflegen wir auch im internen Umgang miteinander – leben wir im täglichen Umgang miteinander, aber auch im jeweiligen, individuellen Aufgaben- und Verantwortungsbereich ein sehr soziales und flexibles Miteinander. So gewährleisten wir die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Privatleben besonders dadurch, dass unsere Mitarbeiter bei Bedarf ihre Arbeitszeiten flexibel variieren können. Es ist ohne weiteres möglich, Arbeitsstunden an einem anderen Wochentag, oder in den Abend hinein zu verlegen. Für uns zählt letztlich das Ergebnis der Arbeit, nicht der Zeitpunkt. Auch Urlaubszeiten können flexibel gelegt werden. Insgesamt legen wir besonderen Wert darauf, dass sich die Mitarbeiter aber auch Ehrenamtler bei uns wohlfühlen. Leistung und Gegenleistung – in den vorigen Kapiteln bereits umrissen – spielen für unser Verständnis einer dauerhaften Zusammenarbeit eine besonders wichtige Rolle. Unsere Mitarbeiter entscheiden größtenteils in eigener Verantwortung, wie sie sich die anfallenden Aufgaben des Vereins aufteilen. Sie haben die volle Freiheit der Arbeitsorganisation. Auch für eigene Ideen und Tätigkeiten ist jederzeit Platz. Die Ihnen vorliegende Analyse wurde von einem unsere Mitarbeiter größtenteils in Eigenregie und freier Ausgestaltung verfasst. Durch die freie Übertragung und Dezentralisierung der Verantwortungsbereiche werden persönliche Interessen größtmöglich berücksichtigt. Formale Kriterien, wie Geschlecht, Herkunft etc. spielen keine Rolle. Auch die formelle Ausbildung tritt – ganz unserer Überzeugung – in den Hintergrund. Die Motivation des Einzelnen steht im Vordergrund. Diese entscheidet letztlich auch über den Einsatz von und den Erwerb neuer Kenntnisse und Fähigkeiten.

In unseren Kursen und Workshops legen wir Wert auf Verwendung von wiederverwendbaren Materialien und verwerten darüber hinaus von den Kindern zuvor gesammelte Abfallprodukte, wie z. B. Rollen von Toiletten- und Küchenpapier, Joghurtbecher, alte Stoffe, etc. um weitere Müllproduktion zu reduzieren. Besonders in der bildenden Kunst bietet sich hier eine ganze Reihe an Möglichkeiten an, wie z.B. das Werkprojekt in Trier gezeigt hat. In anderen Bereichen, wie Beispielweise TV & Radio werden einmalig Geräte angeschafft, bzw. genutzt, die über Jahre hinweg genutzt werden. Nicht zu letzt aufgrund unserer sparsamen Finanzkalkulation vermeiden wir soweit es geht die Nutzung einmaliger Gebrauchsgüter, so dass wir unsere Finanzmittel zur weiteren Verbreitung unserer Vision nutzen können.

Weiterhin werden unsere Mitarbeiter bei Bedarf von einer Psychologin und Vertrauensperson (Mitglied des Kuratoriums der Stiftung Kultur für Kinder) unterstützt.

7.Finanzen

Das Geschäftsjahr ist der 01.01.2013 – 31.12.2013.

7.1 Buchführung und Bilanzierung

7.1.1 Buchführung

Wir verwenden in der Buchführung eine Einnahmen-Überschussrechnung. Anlagevermögen besteht keins. Die Buchhaltung wurde 2013 von einem Ehrenamtler (Betriebswirt) intern bearbeitet. Die wesentlichen Daten werden für interne Zwecke monatlich in einer konsolidierten Sicht von allen Standorten zusammengestellt. Zur besseren Übersicht werden die wichtigsten Daten der Einnahmeüberschussrechnung in den folgenden Abschnitten noch einmalzusammengefasst.

7.1.2 Jahresabschluss

Der Jahresabschluss ist aufgrund unserer Rechtsform identisch mit der Einnahmen-Überschussrechnung des Vereins. Gleiches gilt für die Stiftung Kultur für Kinder. Für die Zuständigkeit siehe Kapitel 7.1.1.

7.1.3 Controlling

KRASS e.V. führt ein Projektfinanzcontrolling durch, seit 2013 vollumfänglich für alle Bereiche. Für die Zuständigkeit: Siehe Kapitel 7.1.1.

7.2 Vermögensverhältnisse

7.2.1 Vermögensrechnung

KRASS e.V. und die Stiftung für Kultur für Kinder haben kein immaterielles Vermögen, keine Sachanlagen, Finanzanlagen und Forderungen. Auch bestehen für beide Institutionen keine Darlehen, keine Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung oder sonstige Verbindlichkeiten.

Liquide Mittel zum 01.01.2013: 21.490,26 €
Ergebnis Einnahmen-Überschussrechnung: 9.119,00 €
Liquide Mittel zum 31.12.2013: 30.609,26 €

7.2.2 Darlehen

Darlehen oder der dergleichen bestehen für KRASS e.V. als auch der Stiftung Kultur für Kinder keine.

7.3 Einnahmen und Ausgaben

Einnahmen-Überschuss-Rechnung für das Jahr 2013:

Einnahmen: 86.190,11 €

Mitgliedsbeiträge: 1.501,31 €
Spenden (nicht zweckgebunden): 12.975,09 €
Spenden: (zweckgebunden): 66.956,61 €
Einnahmen aus Zweckbetrieb: 1.494,00 €
Sonstige betriebliche Einnahmen: 3.263,10 €

Ausgaben: 77.071,11 €

Werbekosten: 5.403,34 €
Ausgaben für Förderung: 49.887,18 €
Sonstige Kosten ideeler Bereich: 2.449,82 €
Sonstige betriebliche Ausgaben: 19.330,77 €

Vereinsergebnis: 9119,00 €

7.4 Lagebericht

Im Geschäftsjahr 2013 konnten wir erfolgreich eine ganze Reihe an Projekten und Programmen durchführen. Dabei wird das hierfür eingesetzte Finanzvolumen seit dem ersten Jahr unserer Aktivitäten (im Jahr 2009) jedes Jahr größer. So lagen die Ausgaben im Jahr 2011 noch bei 33.666,55 € und die Einnahmen noch bei 27.643,93 € was zu einem Vereinsergebnis von 6022,62 € führte. Im Jahr 2012 lagen die Ausgaben bei 42.412,84 € und die Einnahmen bei 53.913,98 €; das Vereinsergebnis lag bei 11.501,14 €. Auch im Jahr 2014 ist mit einer weiteren Steigerung des Finanzvolumens zu rechnen.

Unsere finanziellen Ziele sind ausführlich in Kapitel 4.1 beschrieben:

	Zielgröße	Zielausmaß	Objektbezug	Zielgruppe	Zeitbezug
1	Freie Gelder	Steigerung auf 25% Anteil an der Gesamtspenden	Generierung neuer Spendenkanäle; Gewinnung neuer Fördermitglieder	Bürger, Presse	01/2014-12/2014
2	Geb. Gelder	Volldeckung (100%) sämtlicher, projektbezogenen Kosten	Vermeidung von Eigenanteilen, Verbesserte Plankalkulation, Crowdsourcing	Mitarbeiter, Künstler, öff.-rechtl. Institutionen	01/2014-12/2014

Da der Verein KRASS e.V. zurzeit neben den finanziellen Zielsetzungen große interne Umstrukturierungen erfährt, ist es derzeit schwierig eine genaue Prognose zu geben.

In finanzieller Hinsicht handeln wir grundsätzlich nach dem Prinzip, dass wir nur Projekte und Programme, die durch Drittmittel oder zweckgebundene Spenden (seit 2013) vollumfänglich gedeckt sind, durchführen. Somit wollen wir uns gegen etwaige Risiken weiter absichern. Außerdem lehnen wir eine Verschuldung mittels Kredite, Darlehen etc. weiterhin strikt ab. Förderungen (z.B. durch Kommunen, Landschaftsverbände) und größere Spendeneingänge generieren wir weiterhin, in ähnlichem, regelmäßigem Ausmaß wie im Jahr 2013. Die Einnahmen- und Ausgabenstrukturen werden also im Wesentlichen die gleichen sein.

Durch die nun forcierte breitere inhaltliche Ausrichtung und die vorhin beschriebenen Zielsetzungen sollen innerhalb der nächsten 1-2 Jahre neue Chancen auch in finanzieller Hinsicht eröffnet werden (z.B. breiteres Spektrum an Fördermöglichkeiten, größere örtliche Flexibilität, Einführung und Bewerbung einer Fördermitgliedschaft).

Insgesamt gesehen steht das Jahr 2014 unter dem Zeichen der Weiterentwicklung der Organisation. Die Basis wird gelegt, um das weitere Potenzial – auch hin finanzieller Hinsicht – auszuschöpfen.