

DIGITAL-REPORT 2021

AUSWIRKUNG DER CORONA- PANDEMIE AUF DEN NON-PROFIT SEKTOR

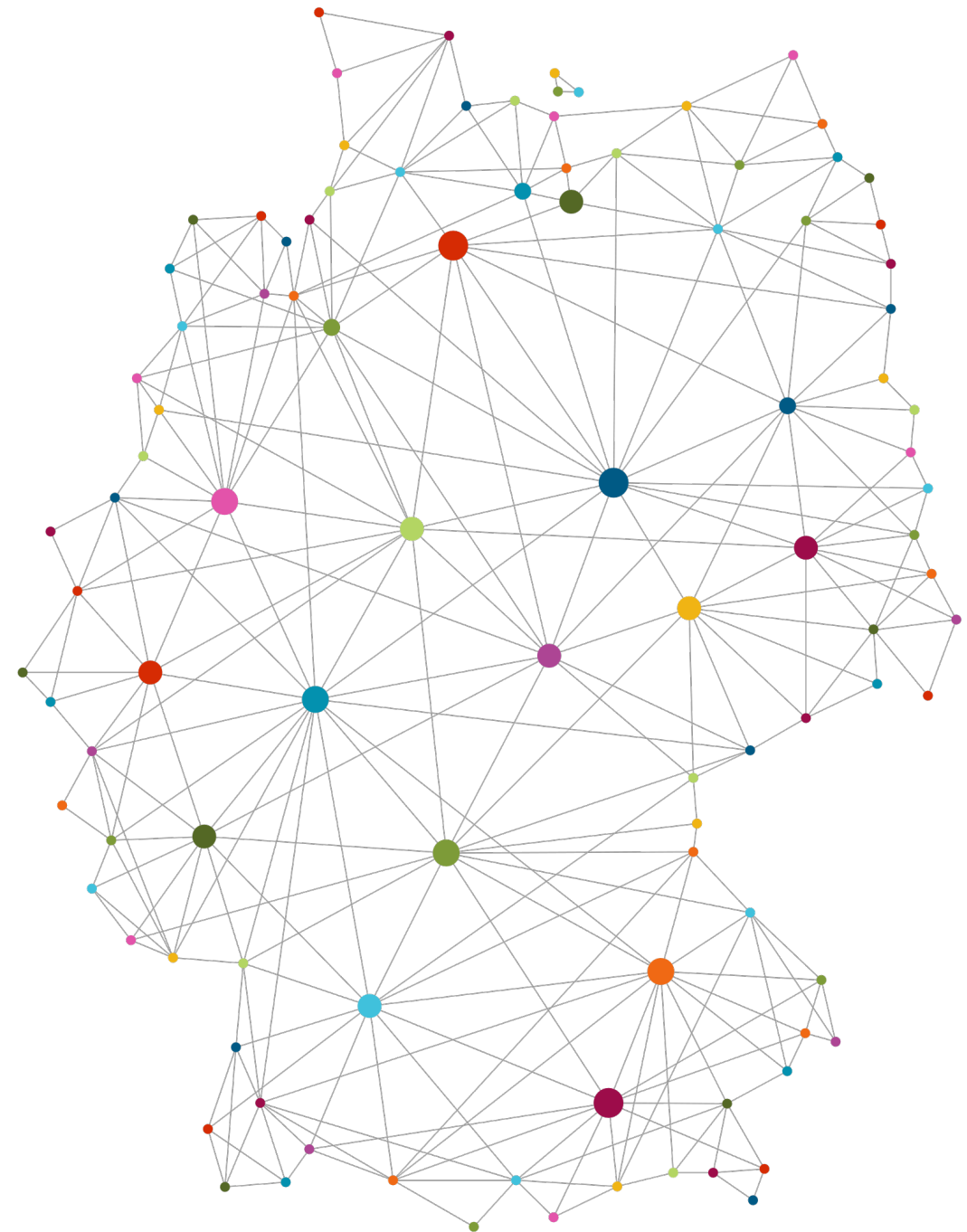
Ein Projekt von:



Wissenschaftliche Leitung:



Gefördert durch:





Clemens Frede

Haus des Stiftens gGmbH,
Geschäftsführer und
Leiter Programmentwicklung



Prof. Dr. Laura Marie
Edinger-Schons

Universität Mannheim,
Lehrstuhl für nachhaltiges
Wirtschaften

Liebe Leserinnen und Leser,

Die Covid-19 Pandemie hat nicht nur die Wirtschaft vor große Herausforderungen gestellt. Auch für den Non-Profit Sektor hat die Zeit seit Anfang 2020 eine große Disruption dargestellt. Aber wie stark haben die NPOs unter diesen Vorkommnissen gelitten? Oder gab es sogar positive Auswirkungen? Und welche Rolle hat die Digitalisierung gespielt? Hat sie die NPOs resilienter gemacht? Diesen Fragen wollen wir in dieser Folgestudie zu unserem Digital-Report 2020 – Non Profits & IT auf den Grund gehen. Die Befragung zeigt viele spannende Aspekte und enthält auch einige Überraschungen. Und sie bestätigt einige Erkenntnisse aus dem 2020er Report. Digitalisierung – richtig gestaltet – macht Organisationen resilient und stärkt ihre positive Wirkung. Aber es gibt auch noch viel zu tun, damit alle sich auf den Weg machen.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre und freuen uns auf die Diskussion mit Ihnen.

Ihr(e)

Wie digital ist der Non-Profit-Sektor in Deutschland?



Zum Portal



Kernergebnisse aus dem Digital-Report 2020:

- Digital reife Organisationen haben einen besseren **Zugang zu Ressourcen** als solche, die weniger digital sind.
Aber
- **Potenziale der Digitalisierung** sowie von digitalen Schlüsseltechnologien werden oft nicht erkannt und ausgeschöpft.
- Digitalisierung wird überwiegend als **Mittel der Arbeits-erleichterung** verstanden, weniger als Möglichkeit gesellschaftliche Wirkung zu steigern.
- Mehr **Investitionen** erforderlich, insbesondere in den Faktor „Mensch“.
- Vorteile der Digitalisierung lassen sich vor allem dann realisieren, wenn Organisationen einen intensiven **Dialog mit Anspruchsgruppen** pflegen.

Der DIGITAL-REPORT 2021 gibt darüber Auskunft, inwiefern die Auswirkungen der Corona-Pandemie den im DIGITAL-REPORT 2020 beschriebenen Status Quo im Non-Profit Sektor verändert haben.

Die Studie soll repräsentative Antworten zu den folgenden drei Fragen geben:

- 1** Welchen Einfluss hat die Corona-Pandemie auf Organisationen im Non-Profit Sektor?
- 2** Welchen Einfluss hat die Corona-Pandemie auf den Stand der Digitalisierung im Non-Profit Sektor?
- 3** Konnte Digitalisierung die Resilienz von Organisationen in der Pandemiezeit bisher stärken?

Erhebungsdesign DIGITAL-REPORT 2021

- Wie?** Die Datenerhebung erfolgte in Form eines 15 minütigen Online-Fragebogens. Darüber hinaus wurden Interviews mit einer Auswahl an Organisationsvertreter*innen geführt.
-
- Wann?** Die Studie wurde im Zeitraum von Dezember 2020 bis Oktober 2021 durchgeführt. Die Erhebung der Daten erfolgte im Januar 2021. Die Interviews wurden im Oktober und November 2021 geführt.
-
- Wer?** Es wurden 4.595 Organisationen zur Studie eingeladen, die beim IT-Portal von Haus des Stiftes registriert sind und auch bereits am DIGITAL-REPORT 2020 teilgenommen hatten. Davon nahmen insgesamt 922 Organisationen (20 %) teil. Informationen zu den Charakteristiken der Stichprobe können dem Anhang I entnommen werden.
-
- Hinweis:** Es ist denkbar, dass die Teilnahmebereitschaft von Organisationen durch den Grad der Auswirkungen der Pandemie auf die Organisation beeinflusst wurde. Somit könnten Organisationen, die in besonderer Weise mit den Folgen der Pandemie zu kämpfen hatten/haben, tendenziell seltener teilgenommen haben, was wiederum Einfluss auf die Ergebnisse nehmen könnte.

ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE



1

Insgesamt zeichnet sich ein Bild, wonach die Mehrheit der NPOs **negative, aber milde Auswirkungen** auf ihre Organisation spüren, welche der Einschätzung nach keine dauerhaften Schäden in den Organisationen hinterlassen werden. Gleichwohl nennen NPOs auch eine Reihe **positiver Begleiterscheinungen** der Pandemie. Hierzu zählen bspw. mehr Engagement und interner Zusammenhalt, Raum für Kreativität und Weiterentwicklung, sowie öffentliche Wertschätzung der Arbeit.

2

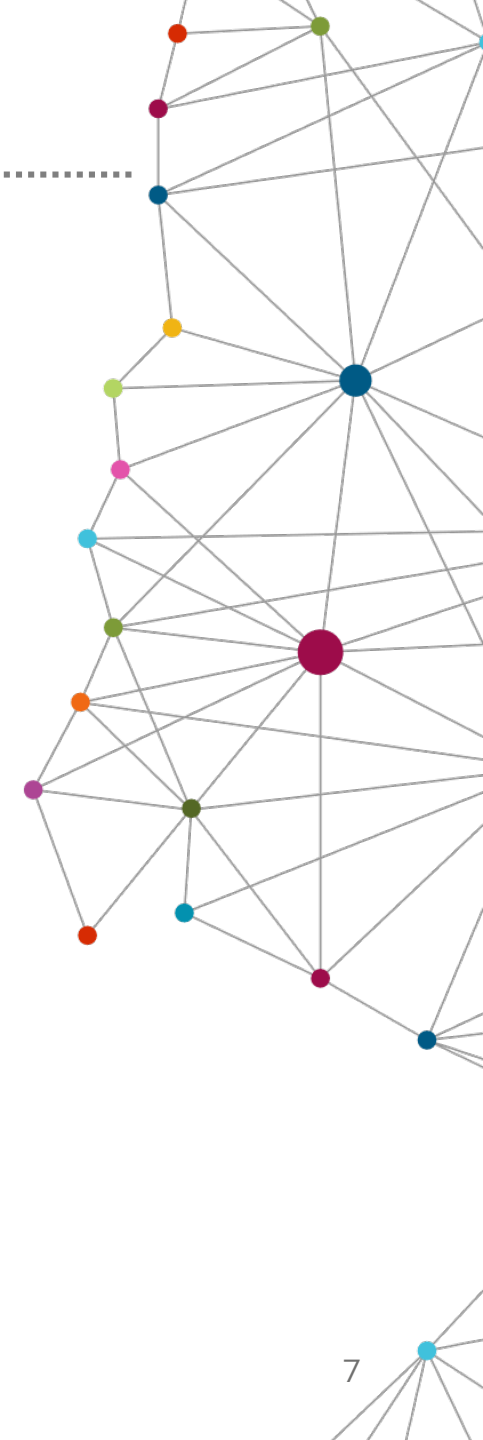
Für einen Teil der Organisationen im Non-Profit Sektor (45 %), gab es einen **spürbaren Digitalisierungsschub**. Die Nutzung von cloudbasierten Anwendung hat dabei erkennbar zugenommen und wird in Zukunft noch weiter steigen. Dieser Effekt kann aber nicht pauschalisiert werden, da auch ein relativ großer Anteil an NPOs (39 %) berichtet, dass dies nicht der Fall war - entweder weil sie sich, i.A. von Tätigkeit, Zielgruppe etc., nicht (weiter) digitalisieren können oder es nicht wollen. Des Weiteren lässt sich beobachten, dass der **Digitalisierungsfokus** vieler NPOs vor der Pandemie überwiegend auf internen Prozessen und Arbeitsweisen lag. Durch die Pandemie hat ein Teil verstärkt begonnen, auch die eigenen Aktivitäten / Angebote für die Zielgruppen zu digitalisieren oder gar neue Angebote durch die Digitalisierung zu schaffen, die es vorher nicht gab.

3

Auch wenn sich ein Teil der NPOs in der Pandemie stärker digitalisiert hat, wird auf der anderen Seite auch deutlich, dass die Digitalisierung nicht gleichermaßen wirksam zur **Überwindung verschiedener pandemiebedingter Herausforderungen** beiträgt, d.h. die "Pain Points" nur bedingt lindern kann. Bspw. empfinden 75 % der NPOs die Durchführung von Angeboten für die Zielgruppen als große Herausforderung, digitale Lösungen stellen sich aber nur für 31 % als wirklich hilfreich heraus. Eine weitere vglw. häufig genannte Herausforderung ist die Aufrechterhaltung des Kontakts zu den Zielgruppen – hier gibt immerhin die Hälfte der NPOs an, dass digitale Lösungen einen spürbaren positiven Beitrag leisten.

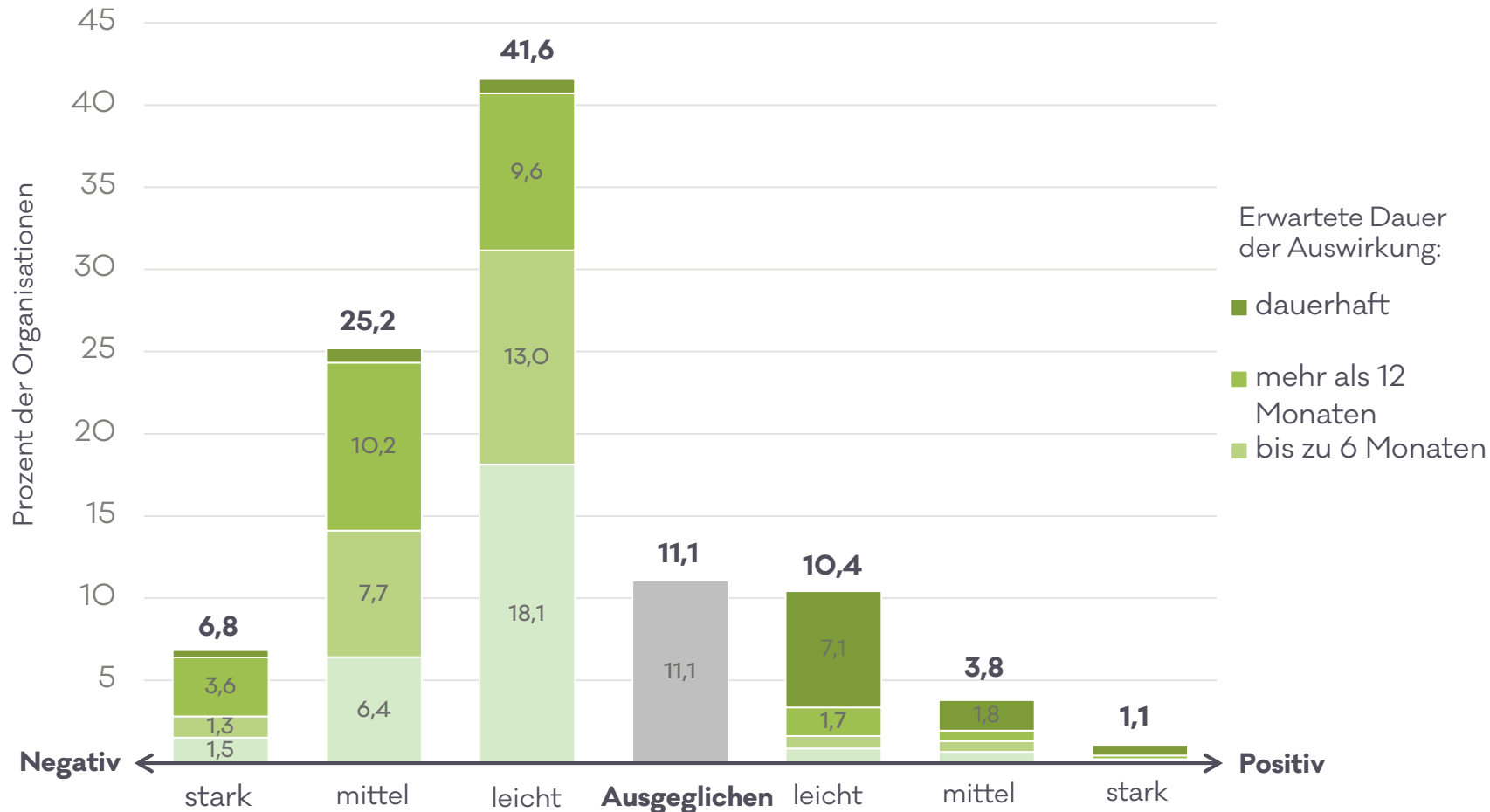
1

Welchen Einfluss hat die Corona-Pandemie auf den Non-Profit Sektor?



AUSWIRKUNG DER CORONA-PANDEMIE AUF NPOS

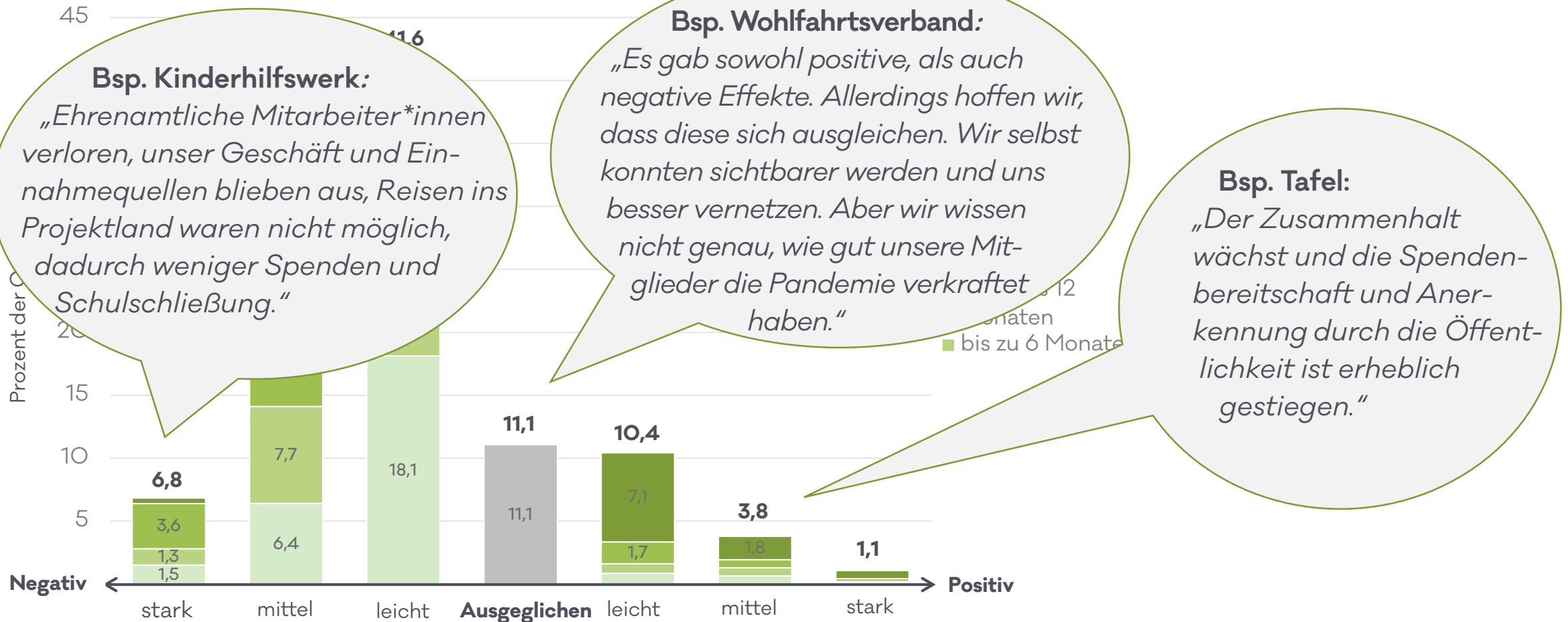
Wie hat sich die Corona-Pandemie auf Ihre Organisation insgesamt bislang ausgewirkt?



- 74 % der NPOs gaben an, dass sich die Pandemie bislang insgesamt negativ auf ihre Organisationen ausgewirkt hat.
- Die 74 % setzt sich überwiegend aus nur leicht betroffenen Organisationen zusammen.
- Nahezu alle negativ betroffenen Organisationen gehen von einer Erholung aus (keine dauerhaften Schäden)
- Rund 15 % berichten hingegen von einer überwiegend positiven Auswirkung, von denen die Mehrheit annimmt, dass diese dauerhaft anhalten wird.

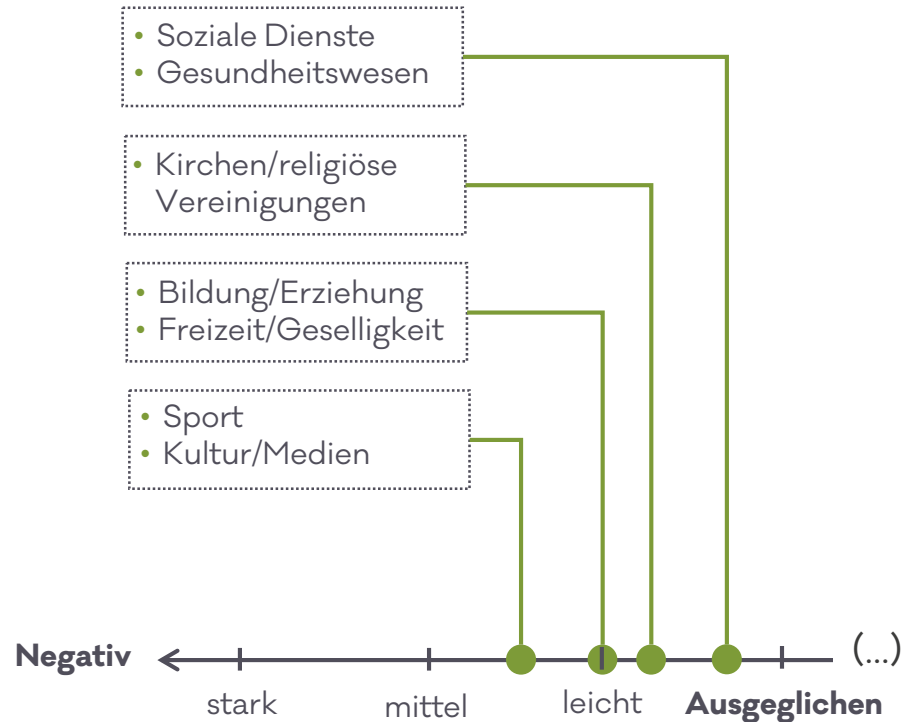
AUSGEWÄHLTE BEISPIELE UNTERSCHIEDLICHER AUSWIRKUNG

Wie hat sich die Corona-Pandemie auf Ihre Organisation insgesamt ausgewirkt?



AUSWIRKUNG AUF UNTERSCHIEDLICHE TÄTIGKEITSFELDER

Durchschnittliche Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Organisationen nach Tätigkeitsfeld:



- Zum einen zeigen sich Unterschiede hinsichtlich der Auswirkungen der Pandemie auf verschiedene Tätigkeitsfelder. So geben bspw. NPOs im Sport- und Kulturbereich an, stärker negativ betroffen zu sein als soziale Dienste.
- Zum anderen zeigen sich Unterschiede hinsichtlich dem Grad der Auswirkung zwischen den Organisationen innerhalb eines Tätigkeitsfelds. Beispiele:



Sport

Eher stark betroffen

Wasserrettungsorganisation:
„Wir sind eine kleine DLRG Ortsgruppe, die Schwimmkurse und Schwimmtraining für die Jugend anbietet. Das musste leider komplett eingestellt werden.“

Eher leicht betroffen

Turnverein:
„Nur leichte Mitgliederverluste. Durch die Pandemie wurde der Fokus auf neue/andere Schwerpunkte gelegt.“

Nicht negativ betroffen

Tanzverein:
„Unsere Mitglieder sind uns treu geblieben und mit den (eingeschränkten) digitalen Inhalten und Infos für Hometraining einverstanden/zufrieden.“



Soziale Dienste

Familienunterstützender Dienst:

„Extreme Belastung der Mitarbeiter*innen in den Bereichen, in denen infizierte Personen gepflegt und betreut werden. Wohnangebote sind mit Schließungen konfrontiert.“

Sozialer Dienst für Frauen:

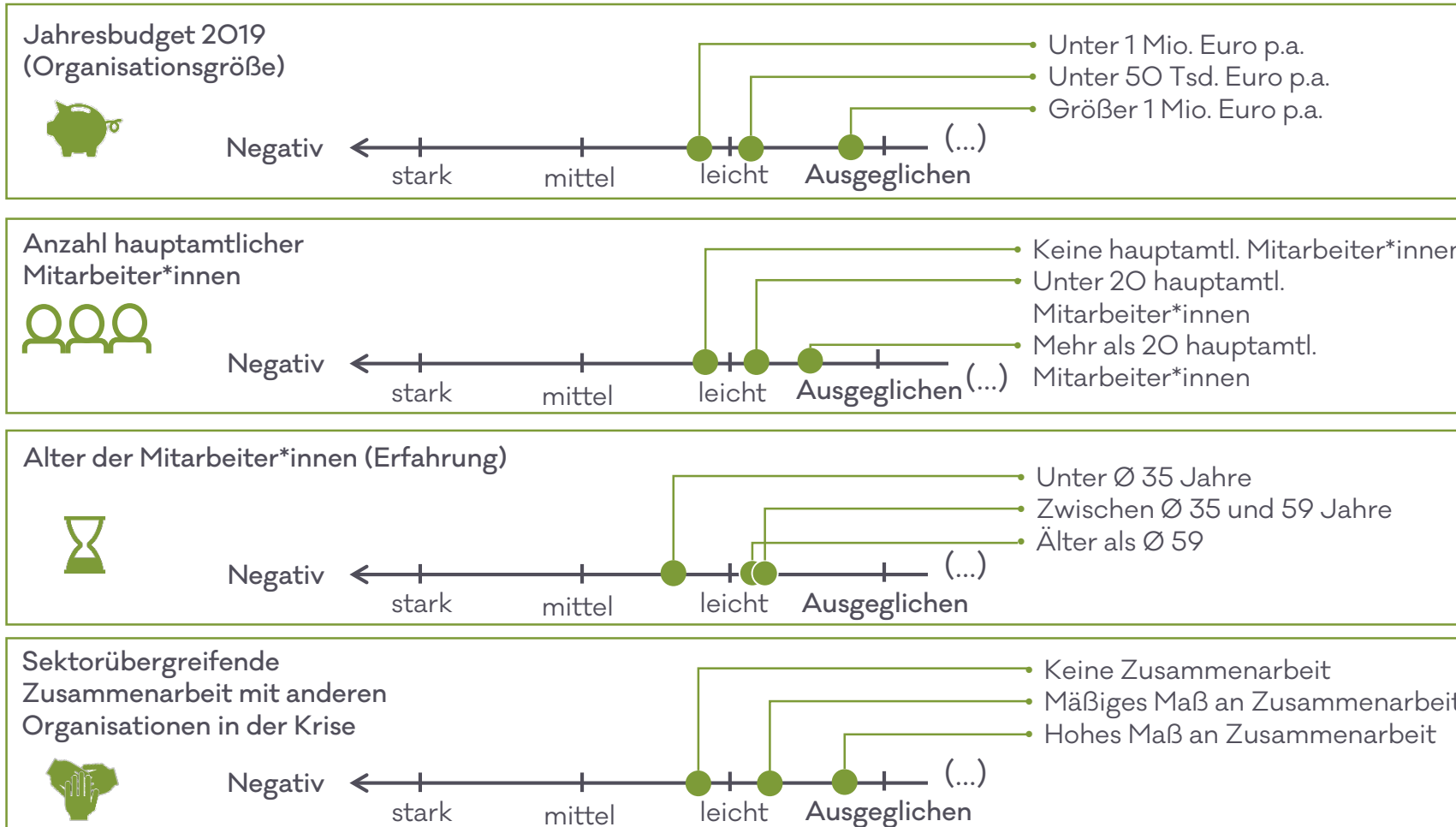
„Zusätzlicher Zeitaufwand für Leitung und Hygienebeauftragte und Administrator, sowie hohe Kosten für die Hygienemaßnahmen.“

Sterbebegleitung

„Unser Angebot wurde weiterhin in Anspruch genommen. Außer erhöhten Sicherheitsmaßnahmen und einem etwas höheren Informationsbedarf gab es keine Änderungen.“

AUSWIRKUNG IN ABHÄNGIGKEIT VON ORGANISATIONSAKTOREN

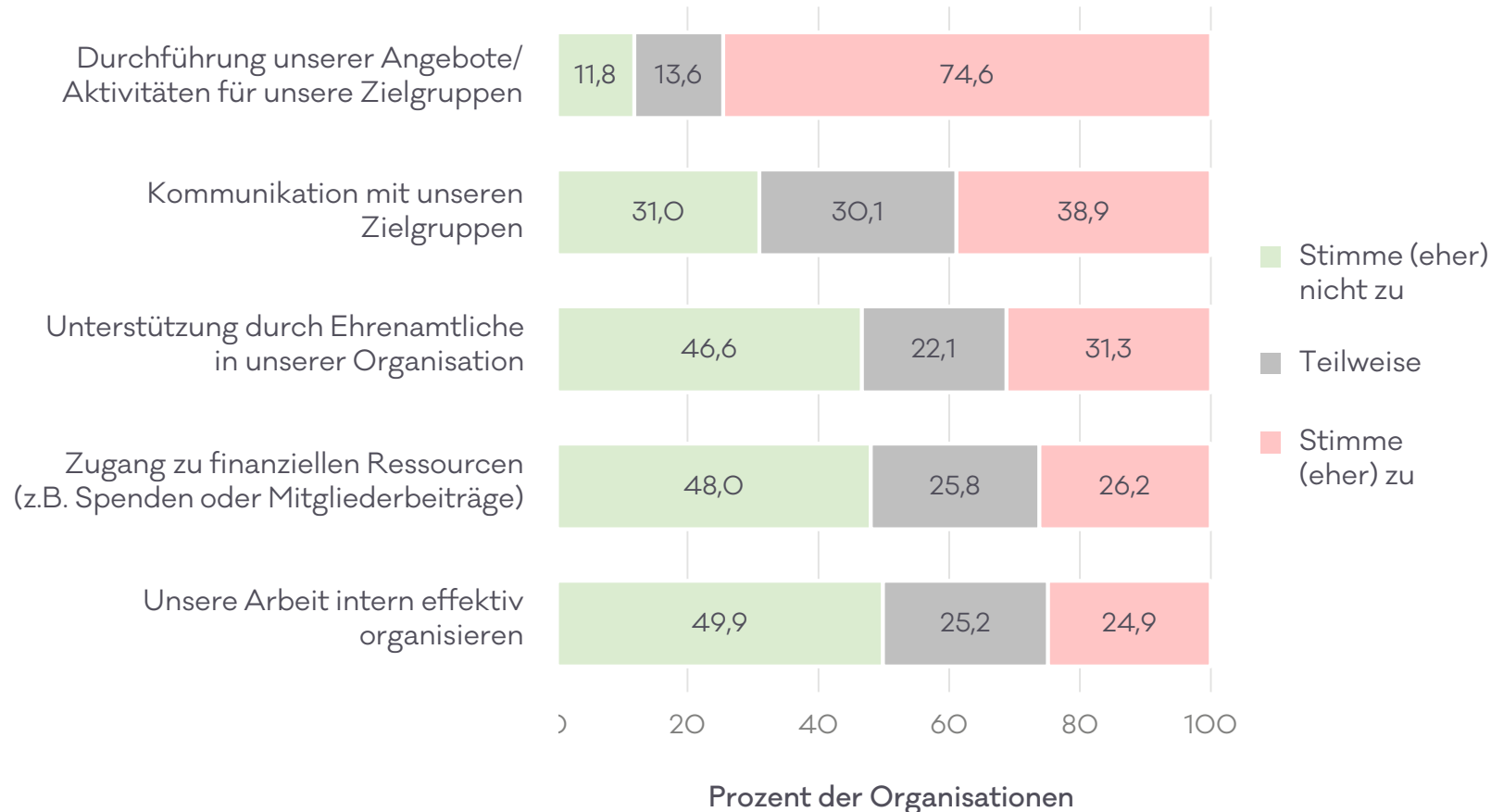
Durchschnittliche Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Organisationen in Abhängigkeit von verschiedenen organisationsbezogenen Faktoren:



- Die Daten zeigen, dass größere Organisationen (sowohl gemessen durch das Jahresbudget, als auch die Anzahl der hauptamtlichen Mitarbeiter*innen), allgemein bislang unbeschadeter durch die Pandemiezeit gekommen sind.
- Des Weiteren lässt sich beobachten, dass weniger negativ betroffene Organisationen tendenziell mehr Erfahrung (gemessen durch das durchschnittliche Alter der Mitarbeiter*innen) und einen höheren Kooperationsumfang mit anderen Organisationen aufweisen.

NEGATIVE AUSWIRKUNG AUF UNTERSCHIEDLICHE ORGANISATIONSBEREICHE

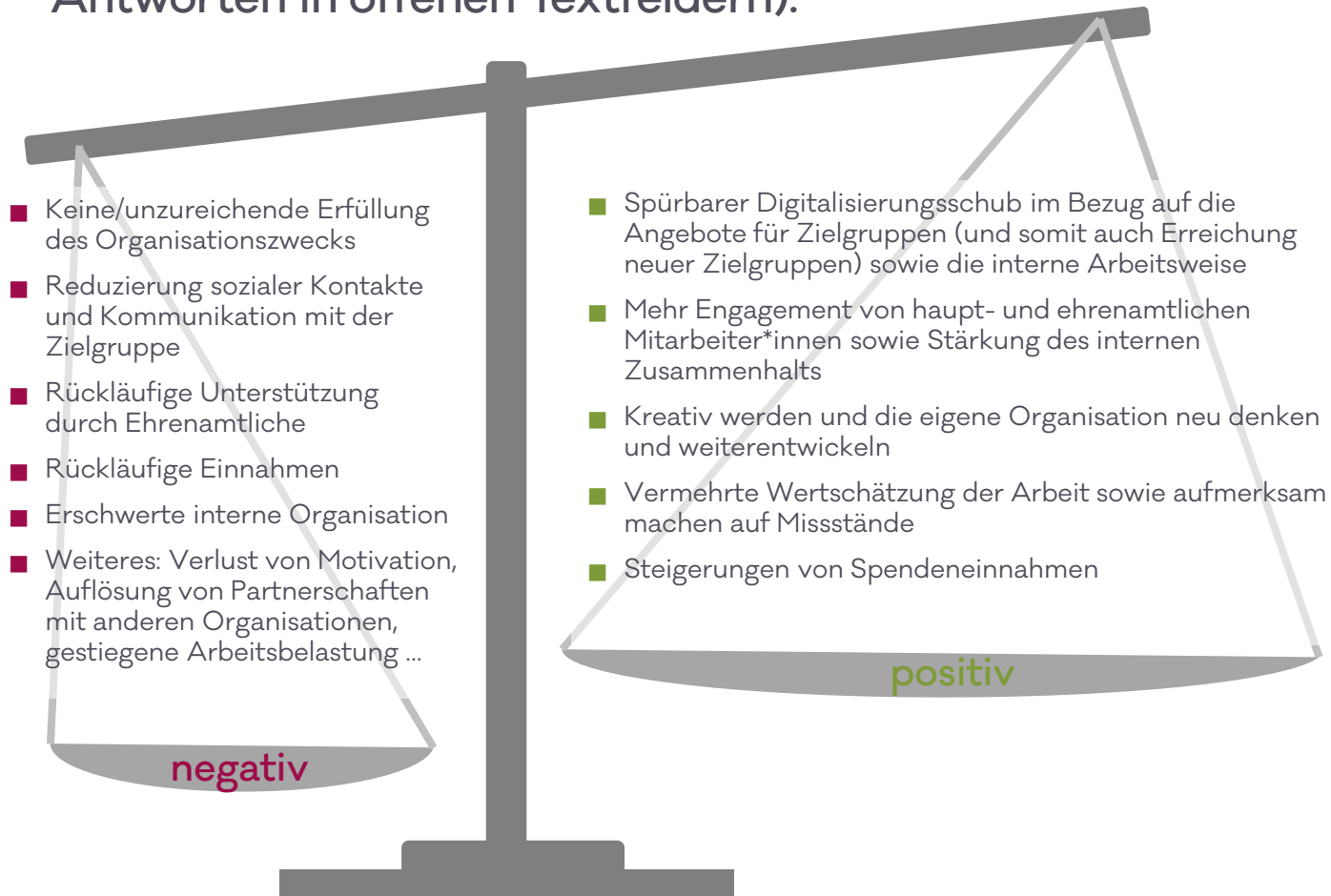
Inwiefern stimmen Sie der folgenden Aussage zu? Die Corona-Pandemie hat sich negativ auf die folgenden Bereiche in meiner Organisation ausgewirkt:



- Die mit Abstand größte Herausforderung, die die Pandemie für NPOs mit sich bringt, ist die Einschränkung des Angebots und der Aktivitäten. Rund 75 % geben an, dass sie damit zu kämpfen hatten bzw. haben.
- Wenngleich weniger, aber insgesamt ebenfalls problematisch, stellte sich die Kommunikation mit den Zielgruppen dar.
- Hinsichtlich ehrenamtlicher Unterstützung, Zugang zu finanziellen Ressourcen und der internen Organisation, geben die Organisationen überwiegend an, bislang keine substantiell negativen Auswirkungen zu spüren.

POSITIVE UND NEGATIVE AUSWIRKUNGEN AUF NPOS

Von den NPOs genannte positive und negative Auswirkungen in absteigender Häufigkeit (basierend auf der Auswertung von Antworten in offenen Textfeldern):



- Neben den überwiegenden negativen Einflüssen, gibt es aber auch eine Reihe positiver Auswirkungen der Pandemie. Hier einige Beispiele, die von Organisationen hervorgehoben wurden:

Landeskulturverband

*„Neue Aufgabenfelder, Formate und Fördermöglichkeiten sowie ein gesteigertes Ansehen bei Politik, Zielgruppe und Mitglieder*innen.“*

Naturerlebniszentrum

„Die Rückdeckung unserer Ehrenamtlichen war außergewöhnlich! Es ist schön zu sehen, dass die Identifizierung mit dem Haus so groß ist.“

Kreissportbund

„Bei uns entstanden sehr kreative und viele neue Möglichkeiten des direkten Sporttreibens, die auch in Zukunft eine Bereicherung des Vereinssports sein werden.“

Kulturzentrum

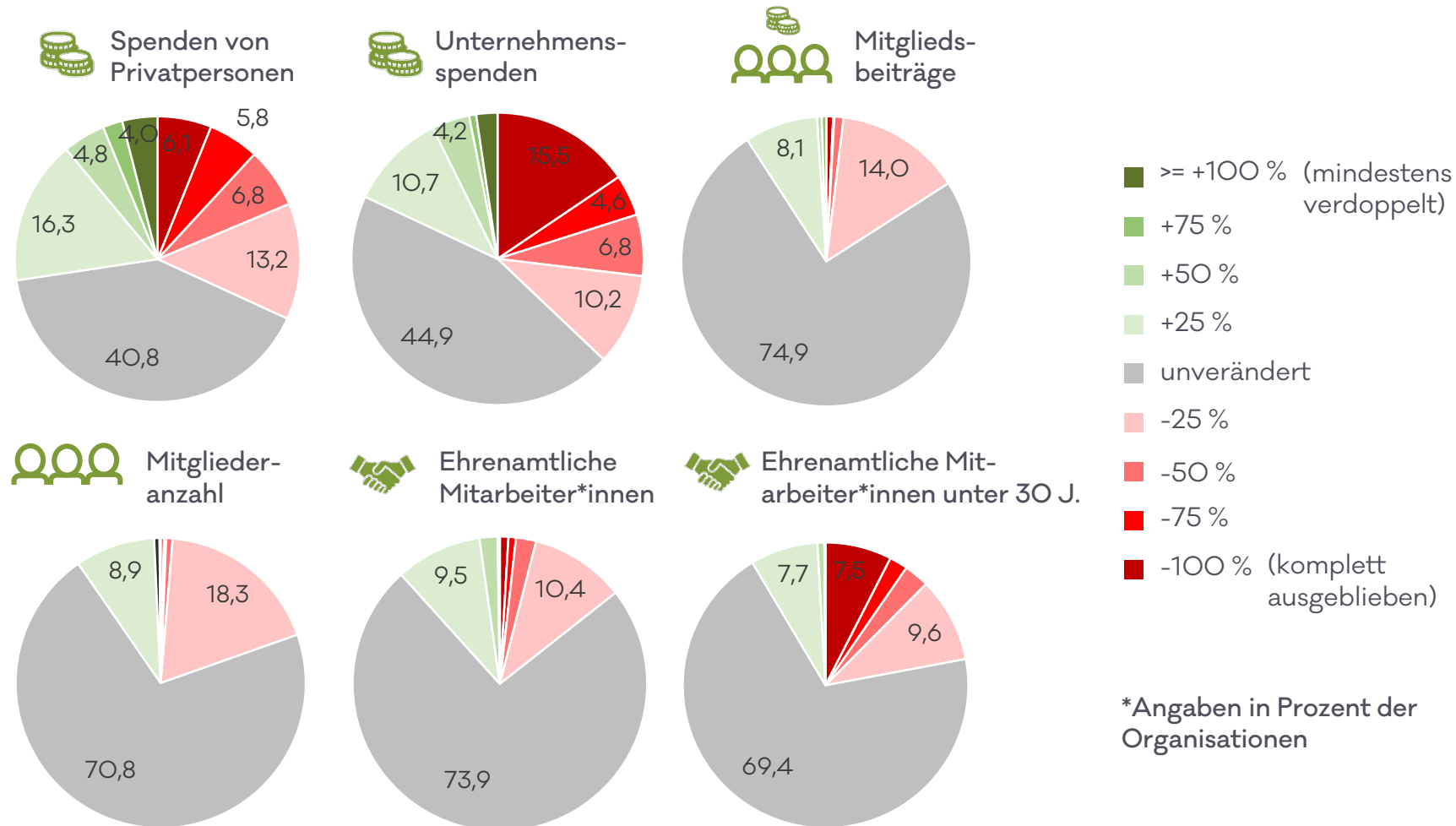
*„Die Mitarbeiter*innen haben sich gemeinsam den Problemen gestellt und Lösungen gesucht und dies sehr kurzfristig und erfolgreich - Teamgefühl gestärkt!“*

Stiftung zur Begleitung von Kindern in Kliniken

„Durch unsere Arbeit habe wir mehr Spenden einnehmen können, da den Menschen die Wichtigkeit der eigenen Gesundheit und die gute Versorgung durch Kliniken vor Augen geführt wurde.“

AUSWIRKUNG AUF DEN RESSOURCENZUGANG IM DETAIL

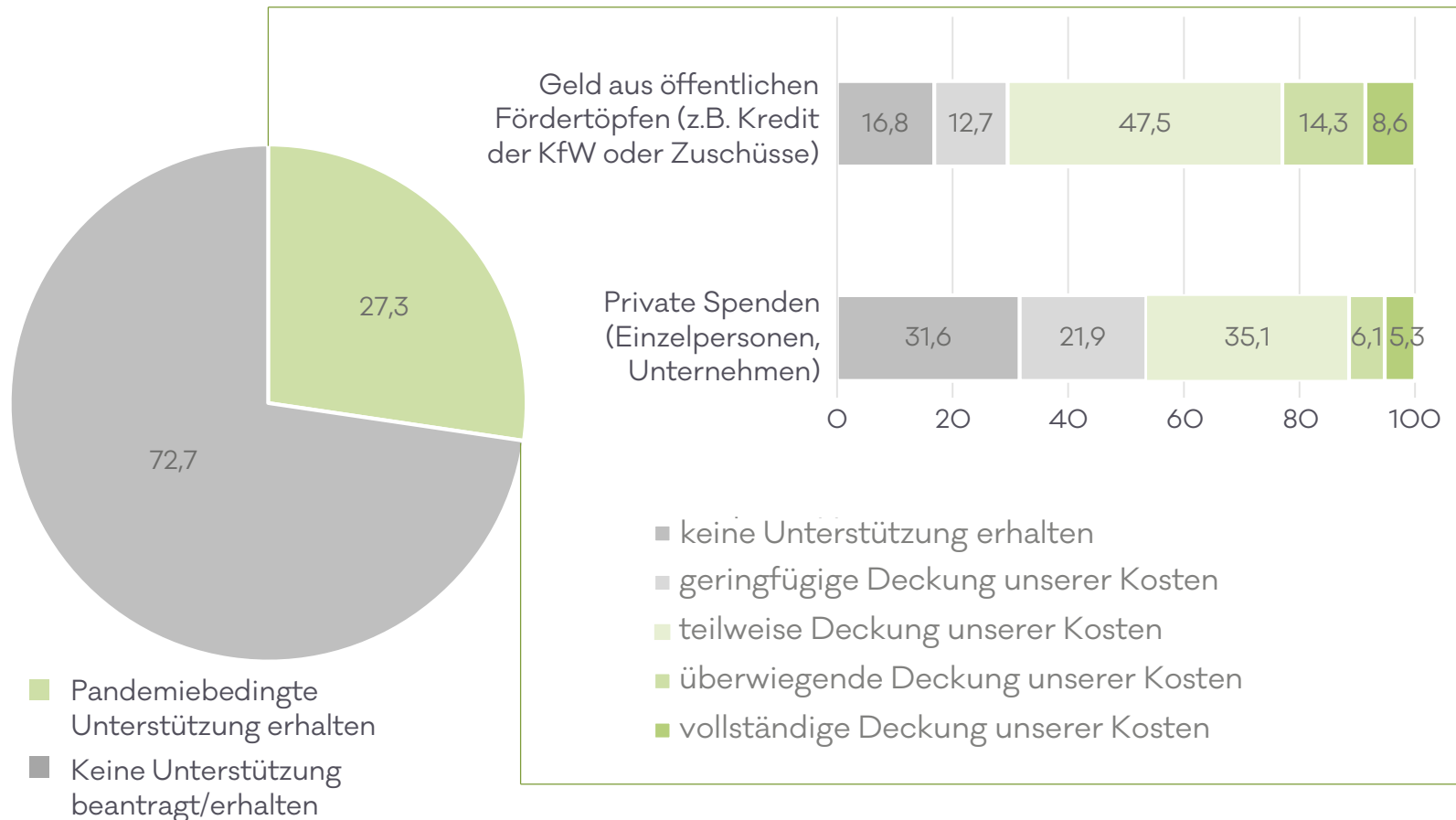
Veränderung des Ressourcenzugangs von NOPs (2019 vs 2021)*



- Die meisten Veränderungen zwischen den Jahren 2020 und 2021 gab es in folgenden Bereichen:
 - Bei Spenden von Privatpersonen verzeichneten 25 % der Organisationen einen Spendenzuwachs und 32 % einen Rückgang, wobei in beiden Fällen die Veränderungen eher geringfügig waren.
 - Bei Unternehmensspenden berichten immerhin 37 % von einem Rückgang, in rund 16 % der Fälle blieben diese sogar ganz aus.
- Im Bereich der Mitgliederanzahl und -beiträge als auch beim ehrenamtlichen Engagement stellte die große Mehrheit der Organisationen keine Veränderungen fest.

ERHALT VON PANDEMIEBEDINGTER UNTERSTÜTZUNG

Inwiefern hat Ihre Organisation in 2020 anlässlich der Corona-Pandemie außerordentliche Unterstützung erhalten (d.h. Unterstützung, die es ohne die Corona-Pandemie nicht gegeben hätte)?

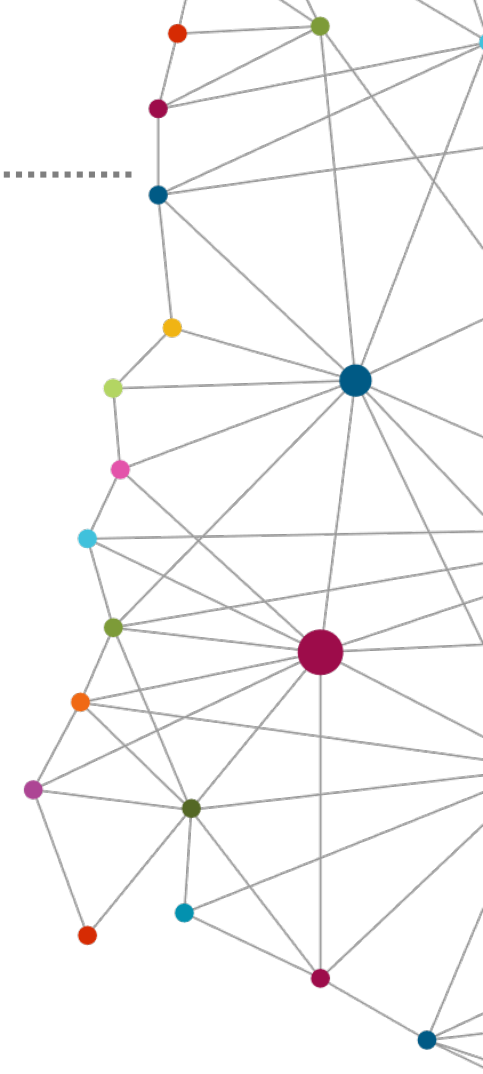


- 27 % der Organisationen geben an, eine Form der pandemiebedingten Unterstützung erhalten zu haben.
- Von diesen Organisationen haben wiederum 83 % die Unterstützung in Form von zusätzlichen öffentlichen Geldern erhalten. Diese wurden meist in einem Umfang bewilligt, der teilweise kostendeckend war. Eine vollständige Deckung der Kosten erhielten hingegen nur rund 9 %.
- Außerordentliche Spenden von Privatpersonen und Unternehmen erhielten Organisationen sowohl seltener (in 68 % der Fälle) als auch in einem geringeren Umfang.

WELCHEN EINFLUSS HAT DIE CORONA-PANDEMIE AUF DEN NON-PROFIT SEKTOR?

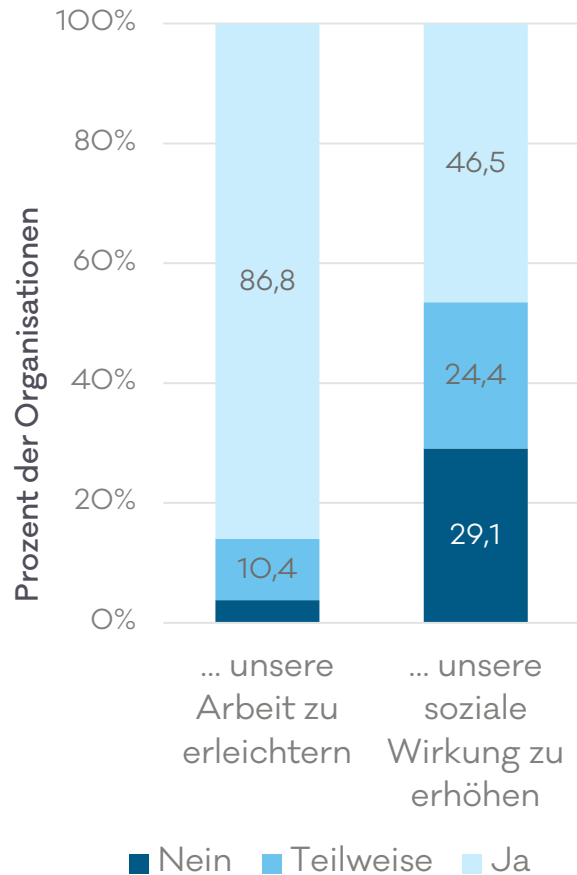
- 1 Insgesamt zeichnet sich ein Bild, wonach die Mehrheit der NPOs negative, aber milde Auswirkungen auf ihre Organisation spürten, welche der Einschätzung nach keine dauerhaften Schäden in den Organisationen hinterlassen werden. Der Ressourcenzugang ist weitestgehend stabil (Mitglieder*innenbeiträge, ehrenamtliches Engagements) bis hin zu leicht volatil (Spendeneinnahmen).
- 2 Die größte Herausforderung sehen die NPOs darin, ihre Angebote bzw. Aktivitäten wieder vollumfänglich anbieten zu können. Themen, wie die Kommunikation mit den Zielgruppen oder die interne Organisation der Arbeit, wurden hingegen in vielen Fällen nicht negativ beeinträchtigt.
- 3 Auch wenn die negativen Aspekte stärker wahrgenommen wurden, nennen einige NPOs auch eine Reihe positiver Begleiterscheinungen der Pandemiezeit. Hierzu zählen bspw. das Beschreiten von neuen Wegen in der Digitalisierung, mehr Engagement und interner Zusammenhalt, Raum für Kreativität und Weiterentwicklung der Organisation sowie öffentliche Wertschätzung der Arbeit.

2 Welchen Einfluss hat die Corona-Pandemie auf den Stand der Digitalisierung im Non-Profit Sektor?



EINFLUSS DER CORONA-PANDEMIE AUF DIE DIGITALISIERUNG VON NPOS

Digitalisierungsfokus von NPOs in 2019: Wir nutzen Digitalisierung, um...



Anteil der NPOs, die in 2021 folgenden Aussagen zur Digitalisierung zustimmen vs. nicht zustimmen*:

Durch die Pandemie haben wir...



...unsere Organisation viel schneller digitalisiert, als es sonst geschehen wäre.



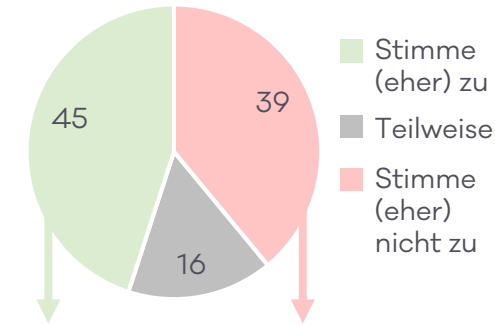
... neue digitale Angebote / Aktivitäten für unsere Zielgruppen geschaffen.



... unsere bestehenden Angebote/Aktivitäten für unsere Zielgruppen digitalisiert.



... unsere bestehenden internen Aufgaben, Prozesse und Arbeitsweisen digitalisiert.



65 %

19 %

63 %

13 %

62 %

9 %

% Stimme (eher) zu

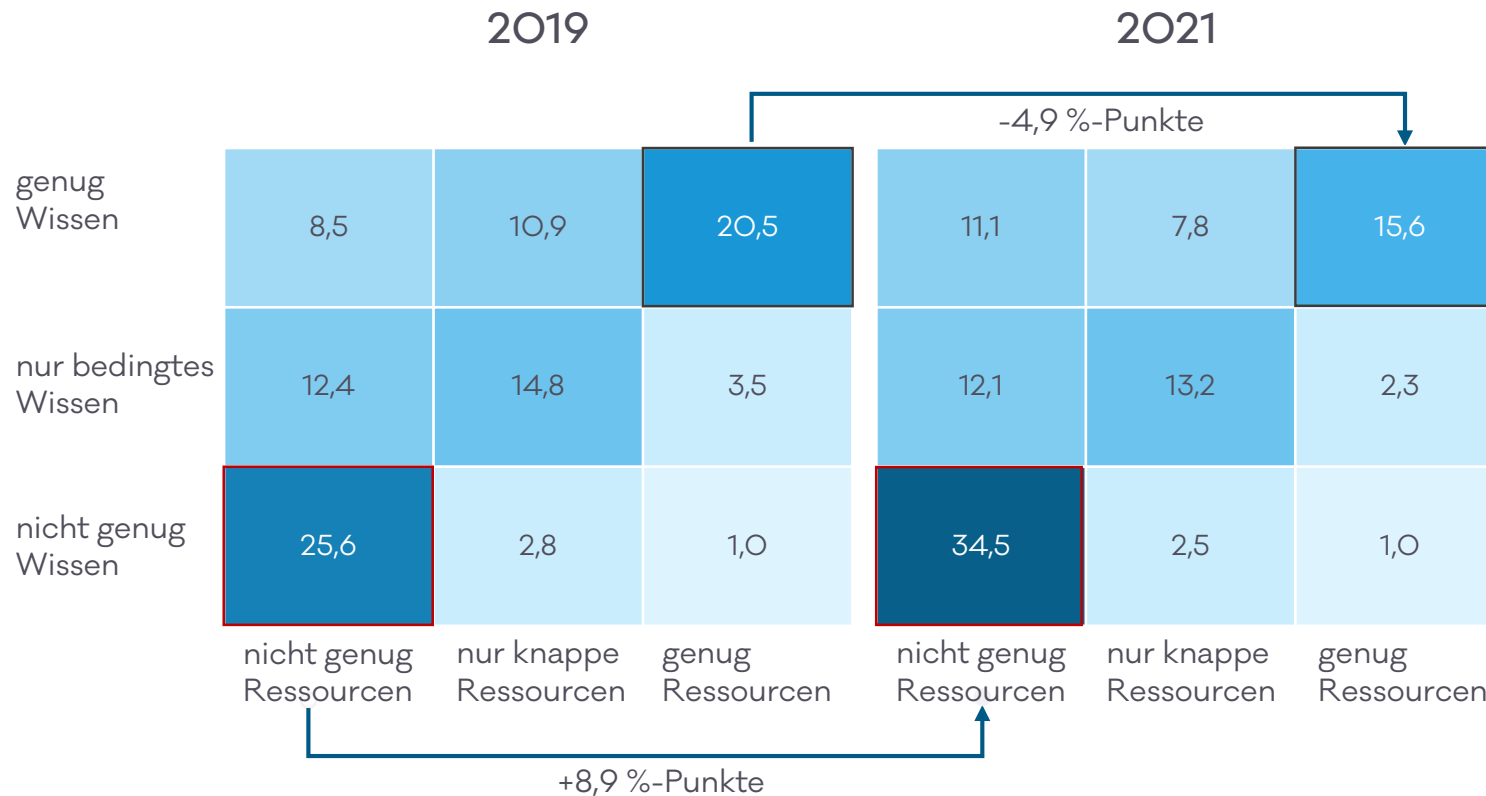
% Stimme (eher) zu

*Differenz entspricht „teilweise Zustimmung“

- Vor der Pandemie lag der Digitalisierungsfokus von NPOs vor allem auf der internen Arbeit und weniger auf den Angeboten an die Zielgruppe.
- Der durch die Pandemie ausgelöste Digitalisierungsschub hat das verändert. Konkret zeigt sich, dass der Non-Profit Sektor zweigeteilt ist. 45 % haben sich durch die Pandemie deutlich schneller digitalisiert, bei 39 % blieb der Effekt aus.
- In beiden Fällen bedeutete dies, neue digitale Angebote zu schaffen (65 % und 19 %) und weniger interne Prozesse zu digitalisieren (62 % und 9 %).

VERFÜGBARKEIT VON WISSEN UND RESSOURCEN ZUR DIGITALISIERUNG

Um uns erfolgreich zu digitalisieren, hat meine Organisation...

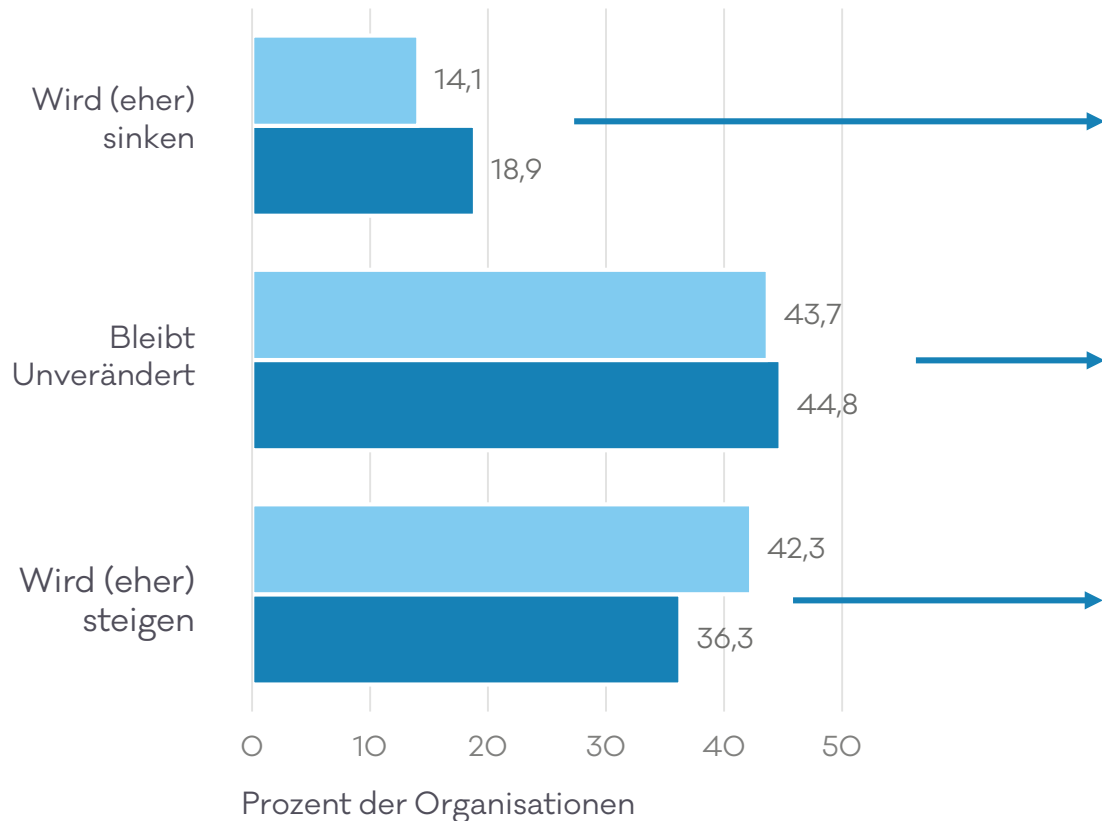


- Der Anteil derjenigen Organisationen, denen es an Wissen und Ressourcen zur Digitalisierung mangelt, hat in 2021 um 8,9 % zugenommen. Gleichzeitig nahm der Anteil an Organisationen, die sich für die Digitalisierung gut gerüstet sehen, um 4,9 % ab.
- Wir führen die Ergebnisse darauf zurück, dass der durch die Pandemie ausgelöste Digitalisierungsdruck gleichzeitig auch bestehende Mängel und Probleme offengelegt hat, die den NPOs vorher nicht bekannt waren.

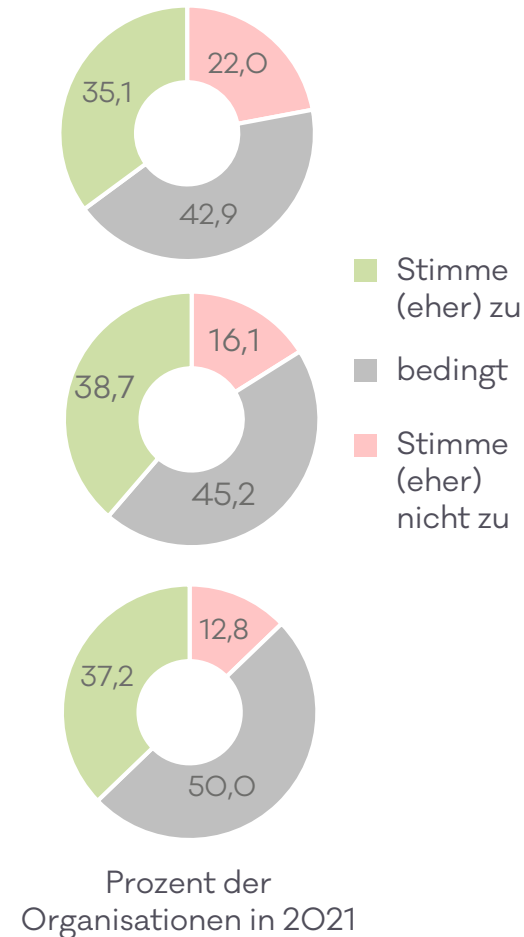
ENTWICKLUNG VON IT-BUDGETS

Wie wird sich Ihr IT-Budget im kommenden Jahr voraussichtlich entwickeln?

Um uns erfolgreich zu digitalisieren, hat meine Organisation die nötigen Ressourcen:



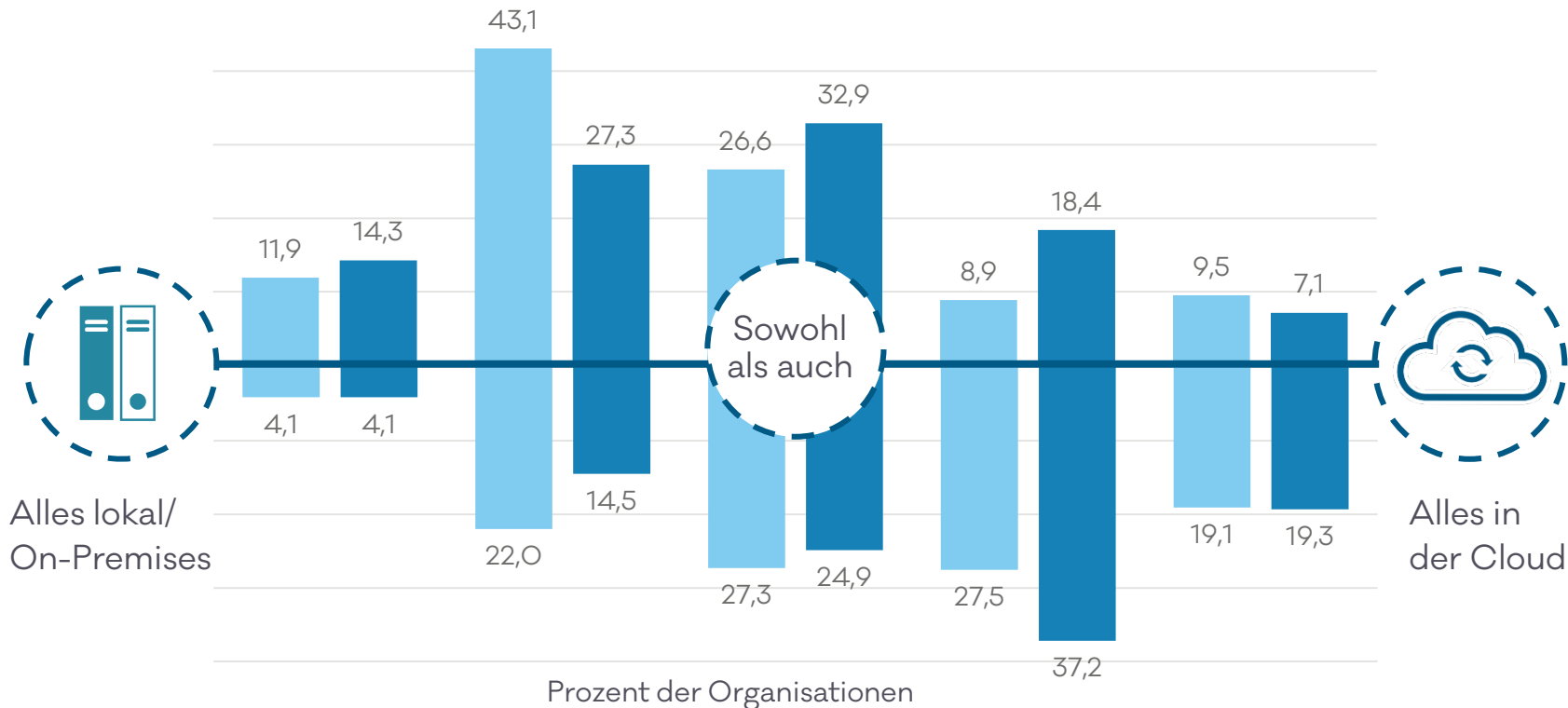
■ Entwicklung IT-Budget in 2020 (gefragt in 2019) ■ Entwicklung IT-Budget in 2022 (gefragt in 2021)



- Wie auch bereits in 2020, werden die IT-Budgets in 2022 in rund 45 % der NPOs unverändert bleiben.
- Der Anteil an NPOs, der von einem steigenden IT-Budget ausgeht, nimmt wiederum um 6 % ab, während der Anteil, der von einem sinkenden Budget ausgeht, um rund 5 % zunimmt.
- Problematisch hierbei ist, dass in NPOs mit sinkendem IT-Budget gleichzeitig auch am häufigsten ein bereits bestehender Ressourcenmangel für eine erfolgreiche Digitalisierung berichtet wird.

ENTWICKLUNG DER NUTZUNG VON CLOUD-LÖSUNGEN

Wie schätzen Sie den Anteil von lokalen und cloudbasierten Anwendungen
...momentan in Ihrer Organisation ein?



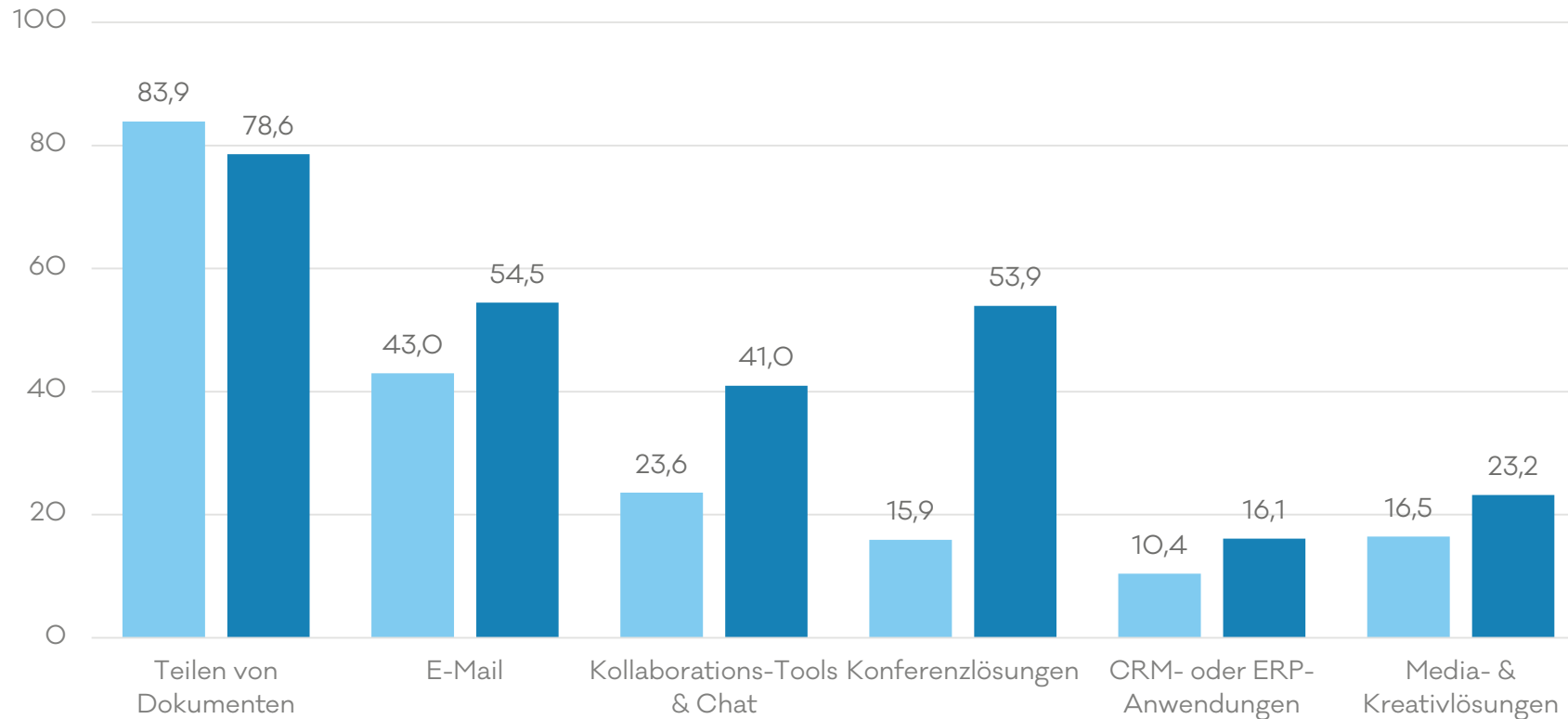
...in 2 Jahren in Ihrer Organisation ein?

■ Anteil der NPOs in 2019 ■ Anteil der NPOs in 2021

- Die Nutzung von Cloud-Lösungen hat in der Pandemiezeit merklich zugenommen. Derzeit arbeiten die meisten NPOs in hybriden Formen, d.h. teilweise mit cloudbasierten und teilweise mit lokalen Lösungen (32,9 %).
- Der Anteil der NPOs, die zu gleichen Teilen cloudbasiert und lokal arbeiten, hat um rund 6 % zugenommen. Der Anteil, der überwiegend, aber nicht ausschließlich cloudbasiert arbeitet, stieg um ca. 10 %.
- In den kommenden 2 Jahren wird der Trend Richtung cloudbasiert deutlich zunehmen. 37 % der NPOs nehmen an, dass sie dann überwiegend Cloud-Lösungen nutzen werden.

NUTZUNGSBEREICHE VON CLOUD-ANWENDUNGEN

Für welchen Zweck setzen Sie Cloud-Lösungen (z.B. Dropbox, Microsoft OneDrive oder Google Drive) ein?



Prozent der Organisationen

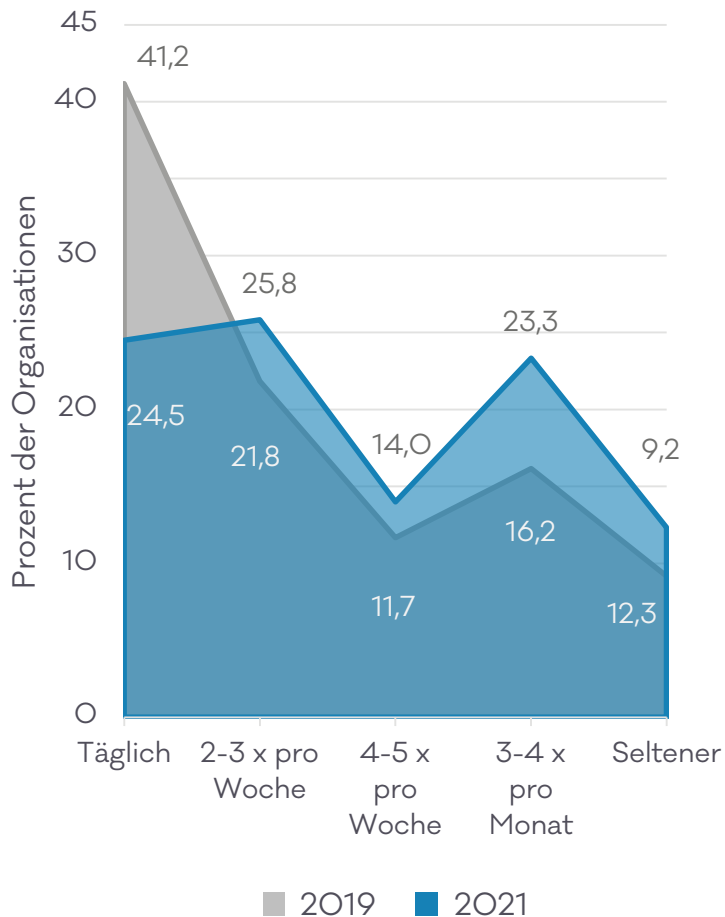
■ Anteil der NPOs, die Cloud-Lösungen in 2019 eingesetzt haben

■ Anteil der NPOs, die Cloud-Lösungen in 2021 einsetzen

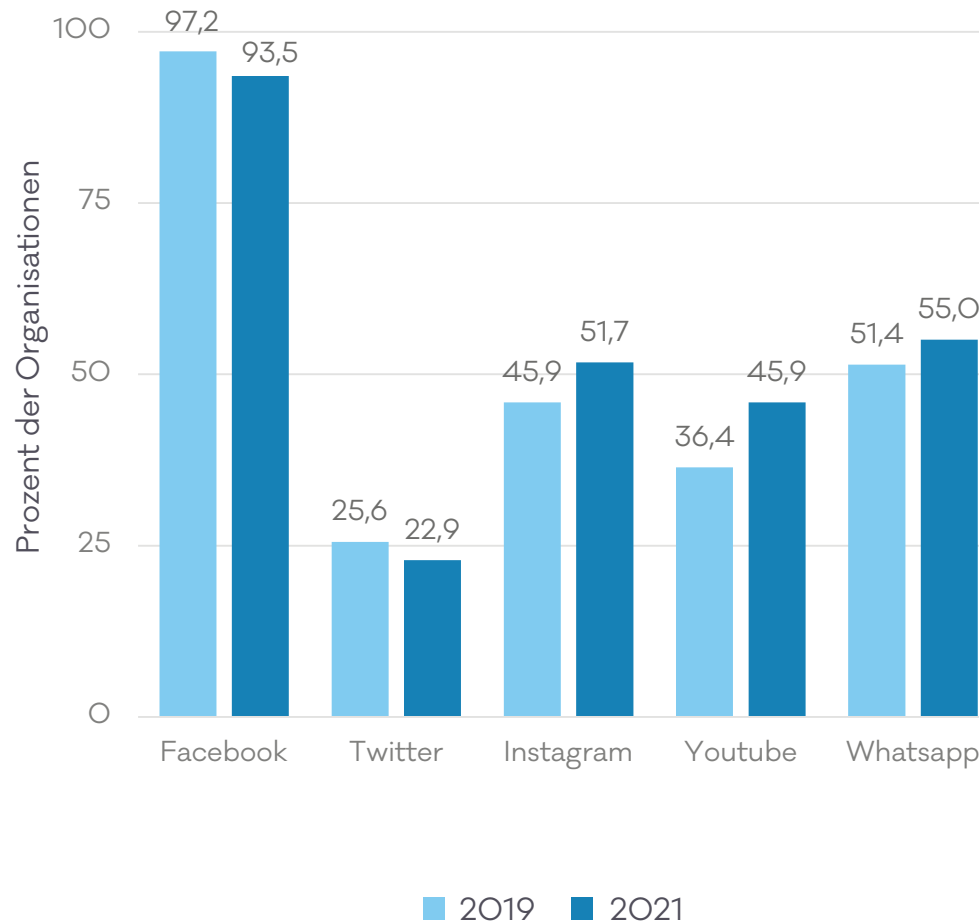
- Während der Pandemiezeit stieg nicht nur die Intensität der Nutzung von Cloud-Anwendungen (vorherige Folie), sondern auch die Vielzahl an Bereichen, in der diese eingesetzt werden.
- Der deutlichste Anstieg lässt sich im Bereich der Konferenzlösungen verzeichnen (+38 %), gefolgt von Kollaborations-Tools (17 %).
- Auch CRM-, ERP- sowie Media- und Kreativ-Anwendungen wurden häufiger cloudbasiert ausgeführt.

NUTZUNG SOZIALER MEDIEN

Wie häufig nutzt Ihre Organisation soziale Medien (im Durchschnitt)?



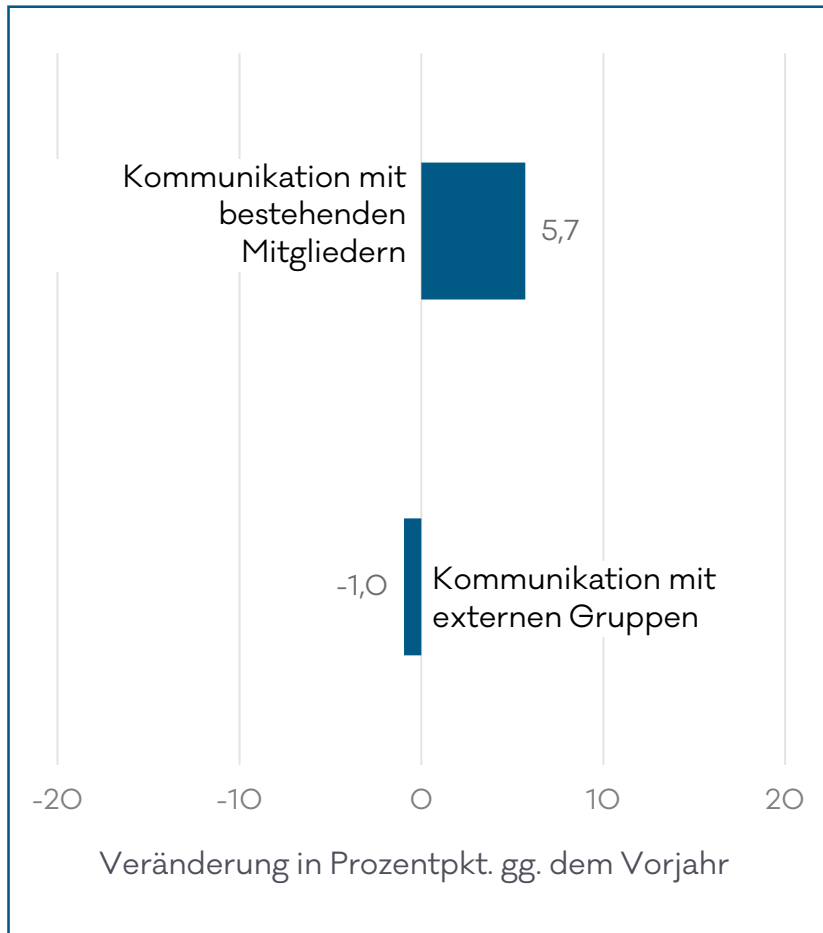
Welche sozialen Medien benutzt Ihre Organisation (Veränderung 2019 vs. 2021)?



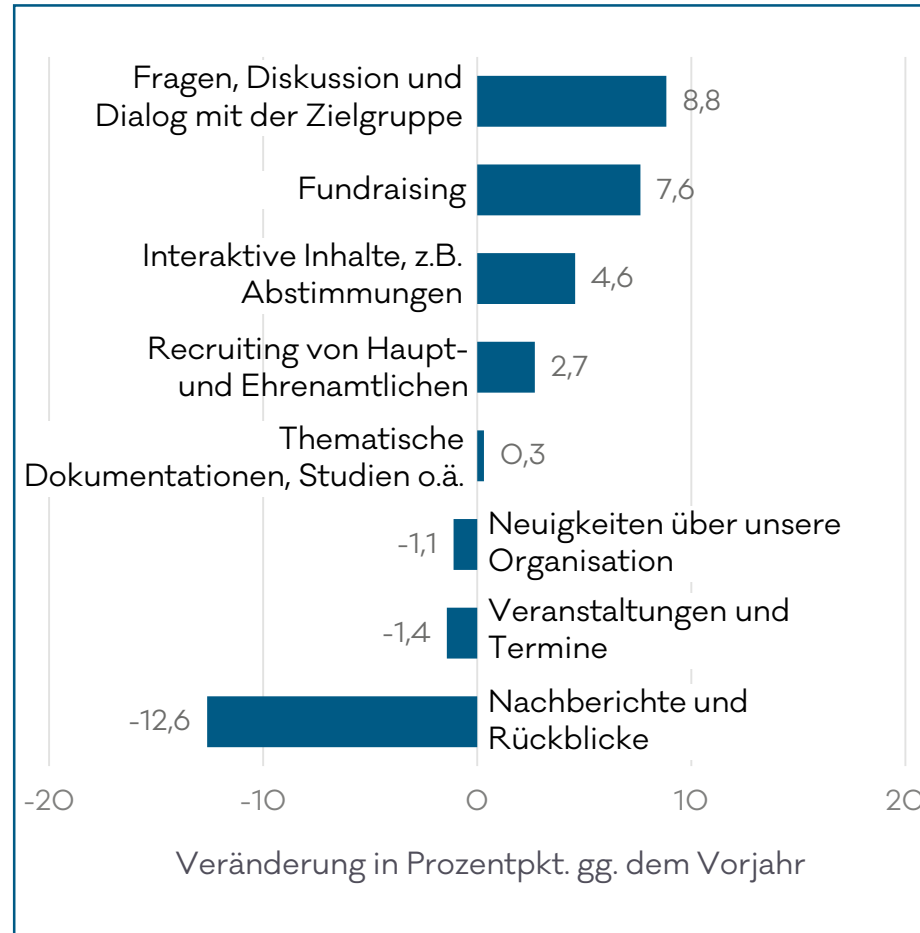
- Die Häufigkeit der Nutzung von Social Media Kanälen nahm in der Pandemiezeit ab. Das führen wir darauf zurück, dass es weniger Aktivitäten gab, über die NPOs informieren konnten.
- Während vor der Pandemie 41 % der NPOs angegeben haben, täglich über soziale Medien zu kommunizieren, sind es in 2021 nur noch rund 25 %.
- Instagram und Youtube haben als Kommunikationskanäle an Bedeutung gewonnen. Die Relevanz von Facebook ist hingegen leicht rückläufig.

INHALTE UND ZWECK DER KOMMUNIKATION ÜBER SOZIALE MEDIEN

Mit welchen Zielgruppen wurde kommuniziert (Veränderung 2019 vs. 2021)?



Für welche Zwecke nutzt Ihre Organisation soziale Medien (Veränderung 2019 vs. 2021)?



- Die Kommunikation in der Pandemiezeit fokussierte sich verstärkt auf die bestehenden Organisationsmitglieder.
- Hinsichtlich der Inhalte, die geteilt wurden, traten NPOs vermehrt in den gegenseitigen Austausch mit den Zielgruppen (+8,8 %) und setzten interaktive Elemente, wie z.B. Abstimmungen, ein (+4,6 %). Auch die Relevanz von Fundraising nahm um 7,6 % zu.
- Deutlich weniger wurde hingegen die Berichterstattung über die getane Arbeit in Form von Nachberichten und Rückblicken.

WELCHEN EINFLUSS HAT DIE CORONA-PANDEMIE AUF DEN STAND DER DIGITALISIERUNG IM NON-PROFIT SEKTOR?

1

Für einen Teil der Organisationen im Non-Profit Sektor (45 %) gab es einen spürbaren Digitalisierungsschub. Die Nutzung von cloudbasierten Anwendung hat dabei erkennbar zugenommen und wird in Zukunft noch weiter steigen. Dieser Effekt kann aber nicht pauschalisiert werden, da auch ein relativ großer Anteil an NPOs (39 %) berichtet, dass dies nicht der Fall war, weil sie sich, i.A. von Tätigkeit, Zielgruppe etc., nicht (weiter) digitalisieren konnten oder wollten.

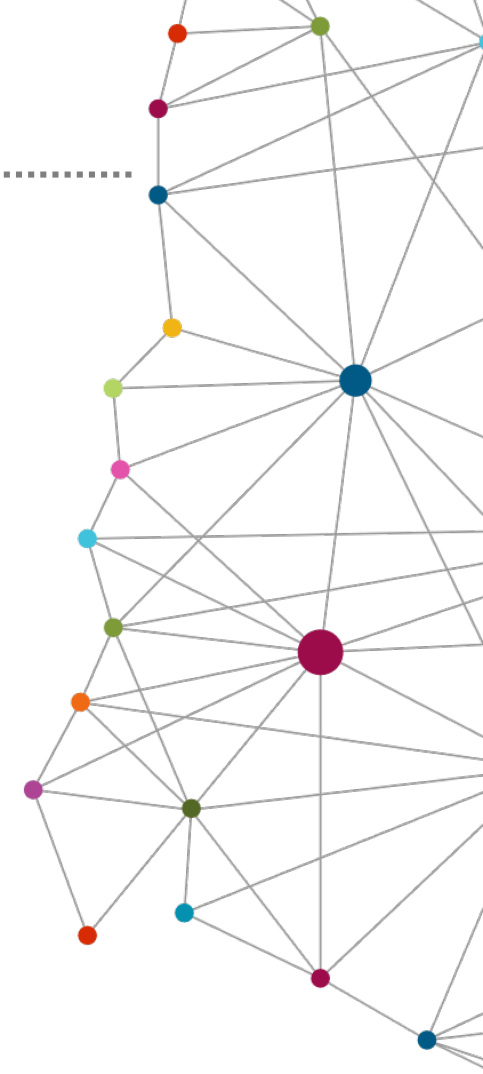
2

Vor der Pandemie lag der Digitalisierungsfokus vieler NPOs überwiegend auf der Digitalisierung von internen Prozessen und Arbeitsweisen. Durch die Pandemie hat ein großer Teil der NPOs verstärkt damit begonnen, auch die eigenen Aktivitäten/Angebote für die Zielgruppe zu digitalisieren oder gar durch die Digitalisierung neuartige Aktivitäten/Angebote zu schaffen, die es vorher nicht gab.

3

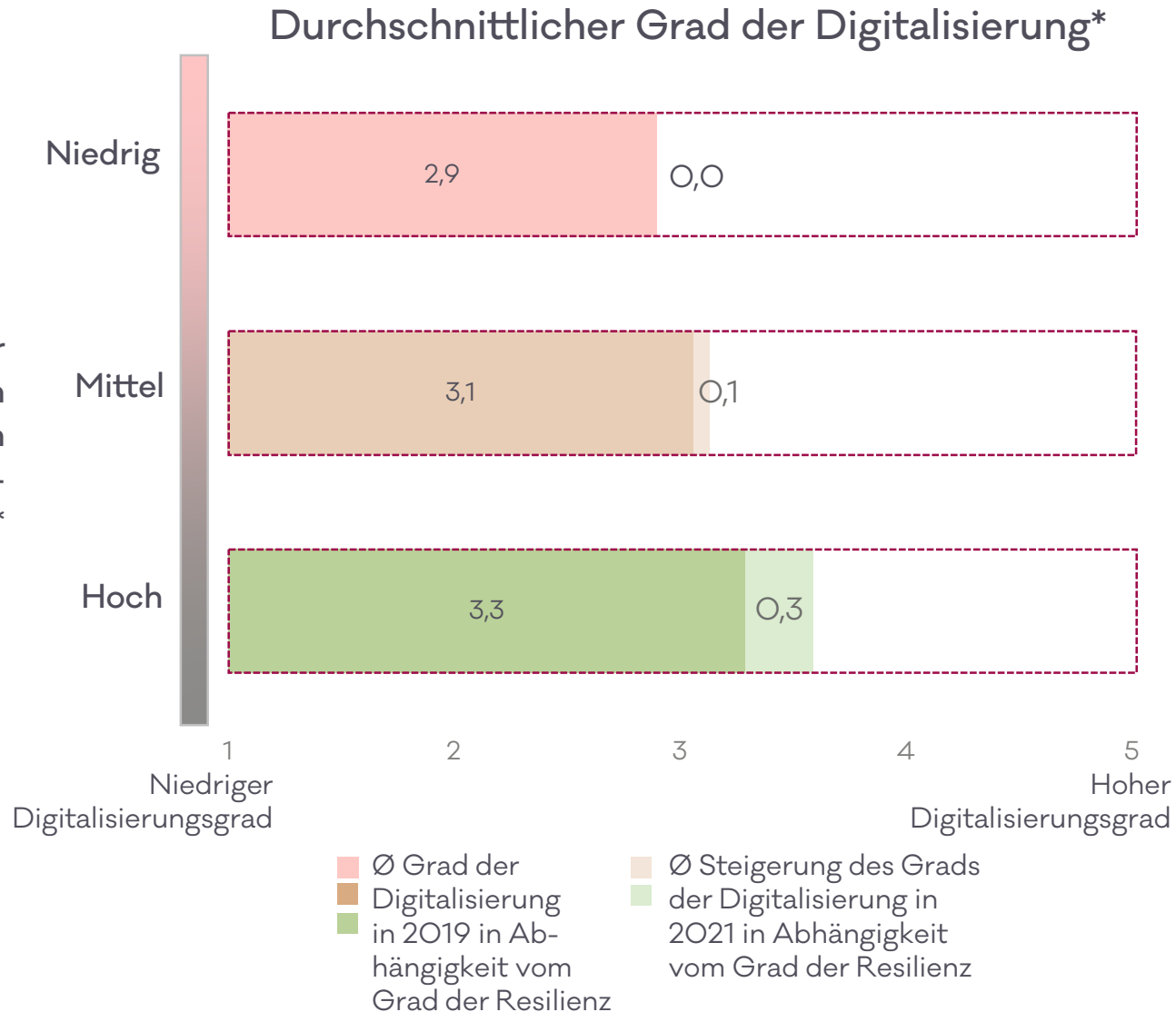
Bei der Kommunikation über soziale Medien haben NPOs in der Pandemiezeit tendenziell vermehrt auf einen gegenseitigen Austausch mit der Zielgruppe (d.h. Diskussionen) und interaktive Elemente (z.B. Abstimmungen) gesetzt, statt der traditionellen einseitigen Kommunikation.

3 Konnte Digitalisierung die Resilienz von Organisationen in der Pandemiezeit stärken?



RESILIENZ UND DIGITALISIERUNG VON NPOS

 Grad der Resilienz von Organisationen in der Corona-Pandemie*



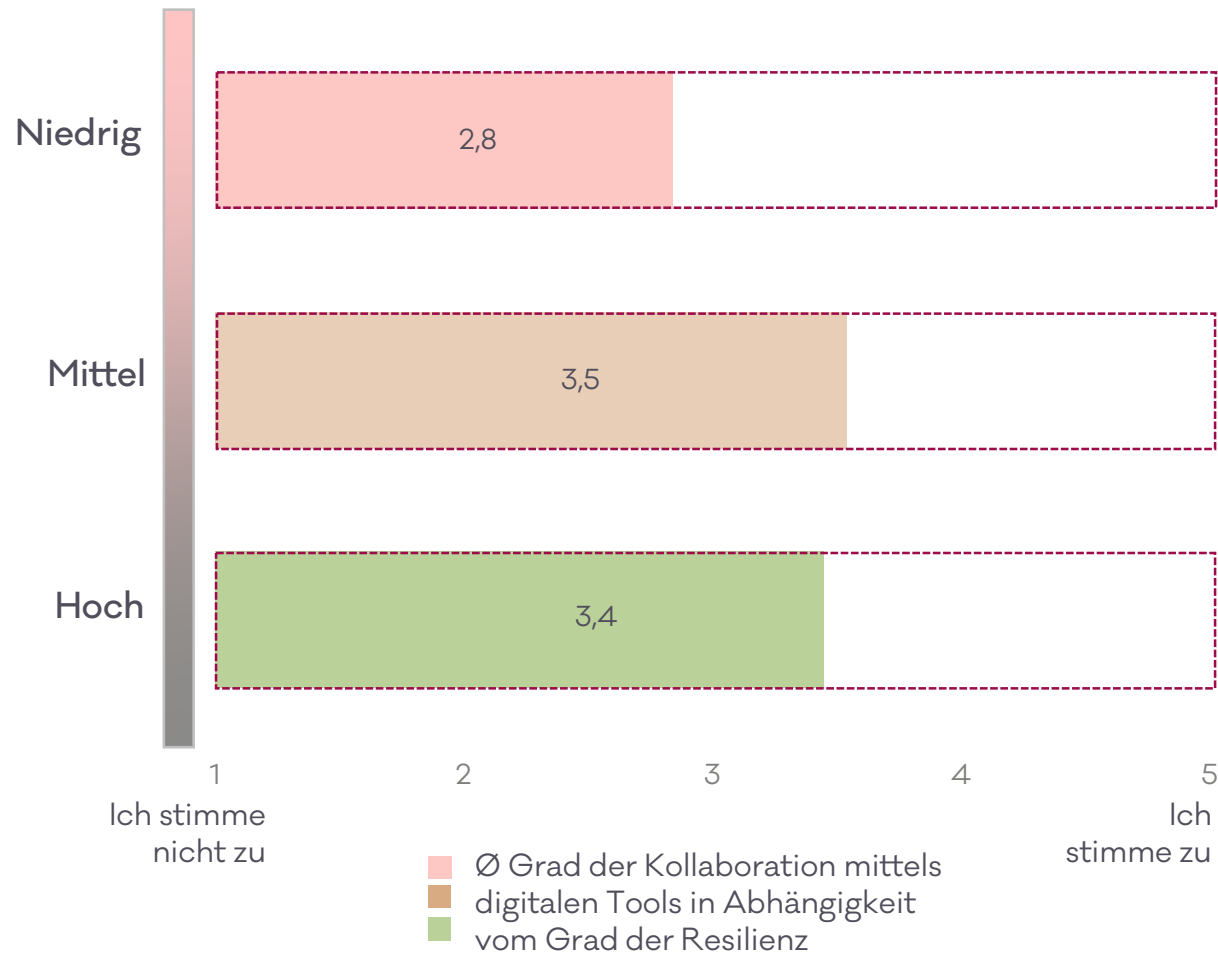
- Der Grad der Resilienz beschreibt, wie gut NPOs mit Veränderungen in ihrer Arbeit fertig werden, die durch die Corona-Pandemie verursacht wurden.
- Die Auswertungen zeigen, dass NPOs mit einem höheren Digitalisierungsgrad vor, sowie einem stärkeren Digitalisierungsschub während der Pandemie, im Durchschnitt bislang besser durch die Pandemiezeit gekommen sind.

*Der Grad der Resilienz und Digitalisierung wurde jeweils durch eine Reihe von Items gemessen, welche anschließend zu einem Mittelwert verdichtet wurden. Siehe Anhang II. Zur Ermittlung der Güte (d.h. Validität und Reliabilität) wurden diese Items anhand von existierenden Standards wissenschaftlicher Forschung getestet.

RESILIENZ UND KOLLABORATION DURCH DIGITALE TOOLS

Während der Corona-Pandemie hat meine Organisation digitale Tools genutzt, um mit anderen Akteur*innen zusammenzuarbeiten.

 Grad der Resilienz von Organisationen in der Corona-Pandemie*



- Der Einsatz digitaler Tools in der Pandemiezeit konnte NPOs auch dabei unterstützen, mit anderen Organisationen (sektorübergreifend) zusammenzuarbeiten und sich zu unterstützen.
- Den Ergebnissen nach zeichnen sich resilientere Organisationen in der Pandemie durch einen höheren Grad an digitaler Kollaboration mit anderen Akteur*innen aus.

*Der Grad der Resilienz wurde durch eine Reihe von Items gemessen, welche anschließend zu einem Mittelwert verdichtet wurden. Siehe Anhang II. Zur Ermittlung der Güte (d.h. Validität und Reliabilität) wurden diese Items anhand von existierenden Standards wissenschaftlicher Forschung getestet.

DIGITALISIERUNG ALS PROBLEMLÖSUNG IN PANDEMIEZEITEN?

Die Pandemie hat sich negativ auf die folgenden Bereiche meiner Organisation ausgewirkt:

Durchführung unserer Angebote/Aktivitäten für unsere Zielgruppen

74,6

Kommunikation mit unseren Zielgruppen

38,9

Unterstützung durch Ehrenamtliche in unserer Organisation

31,3

Zugang zu finanziellen Ressourcen (z.B. Spenden oder Mitgliederbeiträge)

26,2

Unsere Arbeit intern effektiv organisieren

24,9

Prozent der Organisationen

Stimme (eher) zu

Digitale Lösungen haben meiner Organisation dabei geholfen, diese negative Auswirkung zu überwinden:

39,8

29,4

30,8

20,3

31,7

48,0

51,3

26,7

22,0

61,4

20,7

17,8

21,0

26,5

52,5

0%

50%

100%

Prozent der Organisationen

Stimme (eher) nicht zu

Teilweise

Stimme (eher) zu

- Digitale Lösungen konnten nur bedingt die negativen Auswirkungen der Pandemie auf NPOs verhindern.
- So empfinden zwar ca. 75 % die Durchführung von Angeboten für die Zielgruppen als große Herausforderung, digitale Lösungen sind aber nur für rund 31 % hilfreich.
- Die Organisation der internen Arbeit empfinden wiederum die wenigsten als Problem, hier helfen digitale Lösungen aber wiederum am meisten.

EINFLUSS VON DIGITALISIERUNG AUF DIE RESILIENZ VON NPOS

Der Digitalisierungsschub in Organisationen schafft(e) neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit und Wirkung:

Pfarramt

„Durch Modernisierung der Homepage haben wir den Kontaktradius erweitert. Im Bildungsbereich haben wir positive Erfahrungen mit dem Einsatz einer zielgruppenspezifischen App gemacht.“

Sprachförderereinrichtung für Kinder

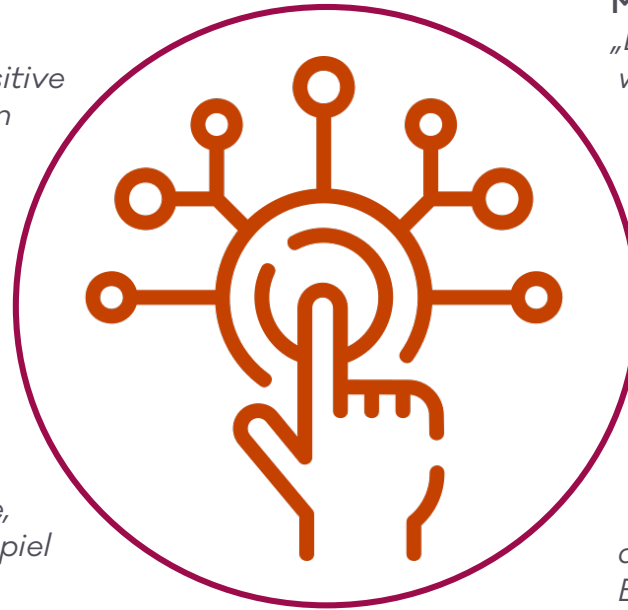
„Wir konnten unser Angebot zu 90 % digitalisieren und dies schnell umsetzen. Unser Team ist dadurch stärker geworden. Familien sind uns sehr verbunden für die kontinuierliche Unterstützung.“

Kirchengemeinde

„Wir haben neue Formate entwickelt: Video-Gottesdienste, Podcasts, Service-Telefon, Seniorenbriefe, Video-Krippenspiel und Musik-Videos für mehrere Zielgruppen.“

Videospielverein für Senioren

„Durch die Einschränkungen wurde die Organisation kreativ. Wir haben neue digitale Formate zur sozialen Interaktion geschaffen und konnten dadurch die Bindung zu einem Großteil der Vereinsmitglieder stärken.“



... ABER nicht in allen Organisationen ist eine Digitalisierung des Angebots möglich bzw. kann traditionelle Angebote hinreichend ersetzen:

Musikschule

„Es können nicht all unsere Angebote digitalisiert werden wie z.B. Babykurse, Kurse für Kleinkinder, Kooperationsgruppen in Schulen und KiTas sowie Musiktherapien.“

Künstlerischer Bildungsverein

„Kunst und Kultur muss sich immer wieder in Erinnerung rufen. Dieses ausschließlich über digitale Inhalte abdecken zu können, ist illusorisch.“

Umweltschutzorganisation

„Unsere Mitglieder sind eher ältere Menschen, die nicht so technikaffin sind. Daher gestalten sich unsere digitalen Mitgliederversammlungen z. T. sehr schwierig. Einige Mitglieder werden dadurch ausgeschlossen.“

Sozialer Dienst

„Persönliche Beratungen, die für gute soziale Kontakte wichtig sind, mussten zeitweise eingestellt werden. Digitale Formate wurden zwar genutzt, aber auch nur vereinzelt und haben nicht die gleiche Wirkung.“

KONNTE DIGITALISIERUNG DIE RESILIENZ VON ORGANISATIONEN IN DER PANDEMIEZEIT STÄRKEN?

1

Im Allgemeinen zeigen die Ergebnisse, dass die Digitalisierung zur Resilienz von Organisationen im Non-Profit Sektor in der Pandemie beitragen kann. Bspw. durch die Aufrechterhaltung des Kontakts zu den Zielgruppen, der Schaffung von digitalen Angeboten, einer effektiveren internen Organisation der Arbeit sowie der Ermöglichung von (sektorübergreifenden) Kooperationen. Ob und in welchem Umfang digitale Lösungen eine Hilfe sind, variiert allerdings von NPO zu NPO.

2

Es wird auch deutlich, dass die Digitalisierung nicht gleichermaßen wirksam zur Überwindung der verschiedenen pandemiebedingten Herausforderung beiträgt, d.h. die "Pain Points" nur bedingt lindern kann. So empfinden bspw. ca. 75 % der NPOs die Durchführung von Angeboten für die Zielgruppen als große Herausforderung, digitale Lösungen sind hier aber nur für rund 31 % wirklich hilfreich. Eine weitere vglw. häufig genannte Herausforderung ist die Aufrechterhaltung des Kontakts zu den Zielgruppen. Hier gab immerhin rund die Hälfte der NPOs an, dass digitale Lösungen einen spürbaren positiven Beitrag leisten können.

WAS WURDE EIGENTLICH AUS...?

Zum Abschluss kommen in diesem Kapitel eine Reihe von Vertreterinnen und Vertreter von Organisationen zu Wort, welche wir bereits im DIGITAL-REPORT 2020 portraitiert haben. Sie alle setzen sich dafür ein, durch ihre Organisation positiv auf Gesellschaft und Umwelt zu wirken. Hier erzählen sie, wie sie die vergangenen eineinhalb Jahre erlebt und was sie daraus gelernt haben.



Thomas Pilz
*Digitalisierungsbeauftragter
DRK Kreisverband
Herford-Stadt e.V.*



Prof. Dr. Julia Wege
*Gründerin und ehem.
Leiterin – Amalie,
Diakonisches Werk
Mannheim*



Gerrit Kremer
*Ehem. Projektleiter „Dein
Club“ (TC Freisenbruch
1902 e.V.) und Gründer
Doppelpass.digital*



Katharina Schmidt
*Co-Gründerin und
Geschäftsführerin
apic.ai*



Gunther Walden
*Co-Gründer und
CEO
CircularTree*



„Die Zutaten, die uns bislang weit und gut durch die Krise brachten? Frühzeitig unverschämte Ziele formulieren und diese konsequent gegen Widerstände verfolgen. Dabei hatten wir stets den Mut, diese durch kreative Wege zu finanzieren, losgelöst von Förderprogrammen, um unsere Flexibilität zu bewahren.“

Thomas Pilz, Digitalisierungsbeauftragter des DRK Kreisverband Herford-Stadt e.V.

Virtual Reality (VR) – nur was für Zocker? Nein, VR kann mehr. Die Technologie wird beim Deutschen Roten Kreuz Herford-Stadt e.V. in verschiedenen Bereichen eingesetzt – von den DRK-Kitas sowie Senior*innen- und Tagespflegeeinrichtungen über das Familienzentrum und Mehrgenerationenhaus bis hin zur Aus- und Weiterbildung ehrenamtlicher Rettungssanitäter*innen. Gestartet als private Initiative zur virtuellen Teilhabe und Barrierefreiheit, zog VR unter dem Namen DayCare Technology beim DRK immer weitere Kreise. Dahinter steht Thomas Pilz, der zugleich Digitalbeauftragter im Ehrenamt beim DRK Kreisverband Herford-Stadt e.V. ist.

Wie so viele andere Organisationen, hatten wir zu Beginn der Krise mit Einnahmerückgängen zu kämpfen, da wir unsere öffentlichen Angebote, wie z.B. Erste Hilfe Kurse und Weiterbildungen, einstellen mussten. Leider gab es für uns keinen Rettungsschirm. Dabei waren es gerade wir, die in der Krisenzeit Testzentren organisierten, Menschen mit dem Rettungswagen transportierten, sie mit Lebensmitteln versorgten und vieles mehr. Dennoch glaube ich, dass wir bislang vergleichsweise gut durch die Krise gekommen sind und unserer Zielgruppe, Menschen mit Einschränkungen durch Krankheit und Alter, eine Menge bieten konnten. So konnten sich bspw. im Mehrgenerationenhaus des DRK Menschen passend zum Tagesgericht ein VR Headset mit 360° Videos ausleihen. So gab es beispielsweise Nudeln in Lachs-Sahnesauce und mediterranen Salat und dazu eine Reise durch die Toskana. Mit „Ausbildung mit VR“ hatten wir bereits vor der Pandemie das Ziel, eine virtuelle Umgebung für alle Organisationen zu gestalten, mit denen wir tagtäglich im realen Leben zusammenarbeiten. Beispiel Rettungseinsatz - eigene Crews, Feuerwehr, Polizei, Luftretter, Mediziner, Pflege- und Reha-/Therapiekräfte. Dieses Ziel haben wir auch während der Pandemie nicht ruhen lassen und aktiv mit allen Beteiligten daran gearbeitet.

Das alles ist möglich, da wir uns mit Blick auf den Einsatz digitaler Technologien schon lange vor der Pandemie die Frage gestellt haben: Was passiert in unserer Branche in 5 und was in 10 Jahren? Und so kamen wir auf den Einsatz von VR-Headsets, um sich die Welt nach Hause zu holen. Das war natürlich alles nur mit Investitionen möglich. Dafür mussten wir an anderer Stelle den Gürtel enger schnallen. Gleichzeitig haben wir in der Pandemiezeit auch neue Angebote entwickelt, da Organisationen nicht nur technische Konzepte, sondern zusätzlich auch die dazu passende Hygienekonzepte brauchen. Daher haben wir Hygienekonzepte für die Reinigung von XR Hardware, wie z.B. VR-Headsets, entwickelt. Zusammenfassend ist in der Pandemie der Mehrwert unseres Angebots besonders sichtbar geworden und die Nachfrage nach dem, was wir im Digitalisierungsbereich machen, spürbar gestiegen. Auch in den Haushaltsplänen anderer DRK Kreisverbände gibt es nun zusätzliche Mittel und Personal für ganz konkrete Digitalisierungsmaßnahmen.



„Digitale Kommunikationskanäle haben uns die Reichweite gegeben, um die so dringend benötigte Unterstützung der Frauen in der Prostitution zu mobilisieren und auf ihre Not aufmerksam zu machen. Gleichzeitig haben wir unsere interne Arbeit digitaler organisiert. Wir haben aber auch gemerkt, was Digitalisierung nicht ersetzen kann – den persönlichen Kontakt.“

Prof. Dr. Julia Wege, Gründerin und ehem. Leiterin von Amalie, Diakonisches Werk Mannheim

Instagram und Facebook, um für eine Beratungsstelle für Frauen in der Prostitution Öffentlichkeitsarbeit zu machen? Wie das sehr erfolgreich geht, zeigt Amalie, die Beratungsstelle des Diakonischen Werks Mannheim für Frauen, die aus der Prostitution aussteigen möchten oder Opfer von Menschenhandel geworden sind. Amalie wurde im Juli 2013 durch Julia Wege ins Leben gerufen. Die Beratungsstelle wird finanziert durch die Stadt Mannheim, das Ministerium für Soziales, Gesundheit und Integration sowie Spenden.

Während der Pandemiezeit wurde Prostitution verboten und Bordelle geschlossen. Dadurch wurde vielen Frauen das Dach über dem Kopf sowie auch die Einkommensgrundlage genommen, was die ohnehin schon prekäre Situationen vieler verschlechterte und sie in die Illegalität trieb. Aussteigerinnen sind teilweise rückfällig geworden, da manche von ihnen ihre Arbeit abseits der Prostitution verloren. Somit hat der Bedarf an unserem Angebot stark zugenommen. Was bedeutete das für unsere Arbeit?

Das Diakonische Werk Baden hat mit dem Sozialministerium Baden-Württemberg ein Nothilfefonds eingerichtet, sodass wir den hilfesuchenden Frauen eine Pauschale auszahlen konnten. Das zu organisieren und die Anträge einzureichen, war wahnsinnig komplex, da die Frauen oft keine Meldeadresse und kein Konto haben. Zum anderen machten wir vermehrt Streetwork – d.h. wir sind durch die Stadtteile gegangen, um mit den Frauen ins Gespräch zu kommen. Online-Sprechstunden haben sich bei uns hingegen nicht durchgesetzt. Wir haben einmal mehr gespürt, wie wichtig der persönliche Kontakt ist – das kann Digitalisierung nicht ersetzen, insb. wenn man Menschen in besonders prekären Lebenssituationen begleitet. Ich weiß aber, dass Online-Sprechstunden in anderen Beratungsstellen gut funktioniert haben. Unser Beratungskonzept ist allerdings viel breiter gefasst – neben der Beratung an sich bieten wir auch Aufenthalts- und Wohnmöglichkeiten, Kleidung, Essen, ärztliche Sprechstunden und vieles mehr an. Das kann nur bedingt digitalisiert werden. Stattdessen wurden wir kreativ und haben die Räumlichkeiten für die Arztsprechstunde, welche schließen musste, zu einer Tafel umgebaut, in der wir Sach- und Lebensmittelspenden gesammelt und an Frauen verteilt haben.

Gleichzeitig bedeutete all das für uns auch eine Menge an zusätzlicher Organisations- und Koordinationsarbeit. Dafür haben wir unsere internen Arbeitsprozesse weiter digitalisiert. So wurden wir schneller, effektiver und flexibler. Wir haben zudem über unsere Social Media-Kanäle und im Fernsehen zur Unterstützung aufgerufen und waren von der Resonanz überwältigt. Wir erhielten wahnsinnig viele Spenden und ehrenamtliche Unterstützung, bspw. indem Steet-Work Pakete gepackt und vorbeigebracht wurden. Dieses Maß an Solidarität für unsere Arbeit und die Frauen, die wir begleiten, hatten wir in der Gesellschaft bislang noch nicht erfahren. Somit war und ist die Kommunikation über digitale Kanäle für uns extrem wichtig, insbesondere in der Pandemiezeit.



„Klar ist Digitalisierung nicht das Allheilmittel und kann auch den Ausfall des Spielbetriebs nicht ersetzen. Aber über die Online-Mitbestimmungsplattform ging zumindest das Vereinsleben weiter und wir konnten bereits wichtige Entscheidungen für die neue Saison treffen. Wir waren von der Solidarität und Treue beeindruckt, die uns die Online-Community zeigt.“

Gerrit Kremer, ehem. Projektleiter von „Dein Club“ (TC Freisenbruch 1902 e.V.) und Gründer von Doppelpass.digital

Dein Club – du bestimmst! Eine Online-Community durch ein digitales Mitbestimmungskonzept ganz eng an den Verein binden? Der Fußballverein TC Freisenbruch 1902 e.V. aus dem gleichnamigen Essener Stadtteil hatte das gewagt. Die Mitglieder dürfen alles mitbestimmen, von der Mannschaftsaufstellung, Vergabe des Traineramtes, bis hin zu den Ticket- und Bierpreisen – jede Entscheidung landete zur Abstimmung in der Online-Community, die laufend mit Informationen und Statistiken zum Verein, den Spielern und den Spielen versorgt wurde. Gerrit Kremer ist ehemaliger Vorstand des Vereins und Gründer von „Dein Club“.

Mit dem Vereinsprojekt „Dein Club“ haben wir einen seinerzeit quasi abgeschriebenen Verein in einer finanziell schwierigen Lage wieder auf die Füße geholfen. Mit über 600 Medienberichten, einer Vorstellung auf der internationalen Sportmesse in China und einer stetig wachsenden internationalen Online-Community, hatte das Projekt einen Nerv der Zeit getroffen. Wir hatten Digitalisierung, Mitbestimmung und die Liebe zum Fußball miteinander verbunden. Die über die Zeit gewachsene Bindung der Online-Community zum Verein und dem Projekt zeigte sich besonders, als die Corona-Krise unser Vereinsleben physisches lahm legte. Über unsere Online-Plattform lief der Betrieb aber weiter und die Leute blieben in Kontakt. In der Annahme, dass es bald wieder eine Saison geben wird, diskutierte die Community über zukünftige Entscheidungen: Welche Spieler*innen werden verpflichtet? Wer wird Trainer*in? Welche Eintrittspreise nehmen wir in Corona-Zeiten? Und so kam es, dass die zahlreichen Beitragsrückforderungen und Kündigungen, die viele Sportstätten, wie z.B. Fitnessstudios, betrafen, bei uns ausblieben. Im Gegenteil. Als die Mehrwertsteuerentlastung in 2020 kam, stellten wir die Verwendung des „Ersparnen“ in der Community zur Abstimmung - mit einem klaren Ergebnis: Das Geld sollte dem Projekt zugute kommen.

Parallel zu „Dein Club“ starteten wir im April 2020 mit „Geisterspieltickets“, eine kreative Spendenaktion mit Spaßfaktor. Konkret riefen wir eine Plattform ins Leben, auf der sich Vereine einen virtuellen Shop anlegen konnten. In diesem Shop kauften Anhänger und Unterstützer fiktive Dinge wie z.B. Spieltickets, Bierkästen, Bratwürste, eine „geschmacklose“ Schiedsrichter-Beleidigung und vieles mehr. Insgesamt registrierten sich 2.000 Fußballvereine weltweit und nahmen rund 300.000 Euro an finanzieller Unterstützung über die Plattform ein.

Somit ist für uns die Quintessenz, dass sich unser digitaler Weg in der Corona-Zeit bewährt hat. Gleichzeitig ist es für ein derartiges Projekt von ganz zentraler Bedeutung, dass es von allen Beteiligten mitgetragen wird. Nach einigen personellen Veränderungen im Verein und im Vorstand gab es allerdings unterschiedliche Vorstellungen, wo wir mit dem Projekt langfristig hinwollen. Daher wurde „Dein Club“ im Sommer 2021 leider eingestellt. Ich bleibe aber der Digitalisierung und dem Fußball treu und widme mich mit „Doppelpass.digital“ der digitalen „Verlängerung“ von Fußballvereinen in Form von eFootball-Mannschaften.



Katharina Schmidt, Co-Gründerin und Geschäftsführerin apic.ai

apic.ai, mitgegründet von Katharina Schmidt, hat sich zum führenden Spezialist im automatisierten Monitoring von Bestäuberinsekten entwickelt. Mit künstlicher Intelligenz (KI) werden Daten von Honigbienen und Hummeln erfasst und ausgewertet, um die Ursachen des Insektensterbens messbar zu machen und gleichermaßen Biodiversität und Nahrungssicherheit zu erhalten.

Die Umstellung auf digitale Arbeit fiel uns relativ leicht bzw. war uns vorher schon vertraut. Was uns aber in der Pandemiezeit zu schaffen machte, war die Rekrutierung von Studierenden, da diese für ihr Studium in Karlsruhe oftmals nicht mehr vor Ort waren. Ich hoffe, dass sich das durch den Start von Präsenzsemestern wieder verbessern wird, da wir helfende Hände in unserer Organisation benötigen. Gleichzeitig sind wichtige Präsenzkonferenzen mit potenziellen Kund*innen ausgefallen, wie z.B. Hersteller von Pflanzenschutzmitteln. Zwar haben wir die Eigeninitiative ergriffen und wichtige Netzwerkpartner selbst zu einer Onlinekonferenz eingeladen, allerdings konnte das unserer Erfahrung nach ein Präsenzformat nicht ersetzen. Wir bieten Dienstleistungen für einen vergleichsweise kleinen Kreis von potenziellen Kund*innen an. Hier ist das Face-to-Face zum Vertrauensaufbau in unsere Arbeit sehr wichtig, gerade für uns als Start-up mit einer neuartigen Lösung für ein ökologisches Problem. Die Arbeit an wichtigen regulatorischen Fragen des Insektenschutzes wurde zwar verzögert, fand aber dennoch statt. So wurden wir Anfang 2021 von einer Arbeitsgruppe der Europäischen Lebensmittelsicherheitsbehörde als Experten zu den Möglichkeiten neuer Technologien konsultiert. Diese werden nun bei der Neuauflage der Richtlinien zur Testung von Pflanzenschutzmitteln berücksichtigt, die Anfang 2022 veröffentlicht werden soll.



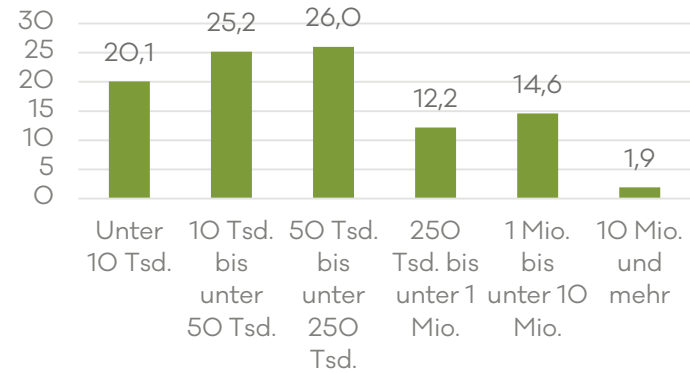
Gunther Walden, Co-Gründer und CEO CircularTree

Lieferketten sozial und ökologisch nachhaltiger gestalten durch Transparenz und Rückverfolgbarkeit von z.B. Arbeitsbedingungen oder den CO₂-Fußabdruck von Produkten – CircularTree ermöglicht genau das und nutzt dafür die Vorteile der Blockchain Technologie. Gunther Walden gründete das Berliner Start-up in 2018.

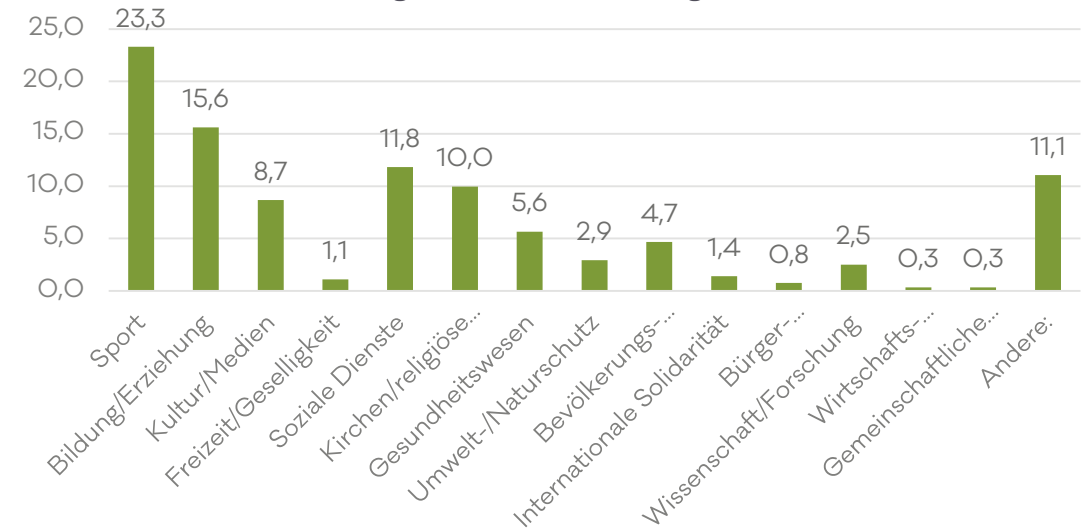
In den letzten Jahren haben wir durch eine Reihe von Pilotprojekten für unsere CarbonBlock Lösung deutliche Fortschritte gemacht. Seit Anfang des Jahres arbeiten wir mit dem World Business Council for Sustainable Development am Aufbau eines Systems zur einfachen Kommunikation von produktbezogenen CO₂ Fußabdrücken in der Lieferkette mit. Durch Corona ist das Netzwerken mit Kund*innen und anderen wichtigen Stakeholdern etwas schwieriger geworden. In Online-Meetings kann man zwar gut Informationen vermitteln, aber gerade für uns als junges Start-up, die etwas Neues und Erklärungsbedürftiges machen, ist das persönliche Kennenlernen natürlich wichtig. Das Corona uns hier etwas ausgebremst hat, ändert aber nichts daran, dass es weiterhin einen stetig wachsenden Markt für das, was wir bieten gibt. Das Interesse ist sehr groß und wir haben uns sehr über den ersten Preis beim KONGRESS BW, der Ressourceneffizienz- und Kreislaufwirtschaftskongress des Landes Baden-Württemberg gefreut. Unser Team ist auch in der Pandemiezeit gewachsen und wir sind als Organisation aus einem Coworking Space in ein eigenes Büro gezogen. Hier hat sich eine hybride Arbeitsweise eingependelt, mit der wir als Organisation gut funktionieren. Mit Blick in die Zukunft würden wir uns mehr finanzielle öffentliche Anreize und Förderung für Mittelständler wünschen, die in innovative Lösungen zur CO₂ Reduzierung investieren wollen.

Zusammensetzung der Stichprobe:

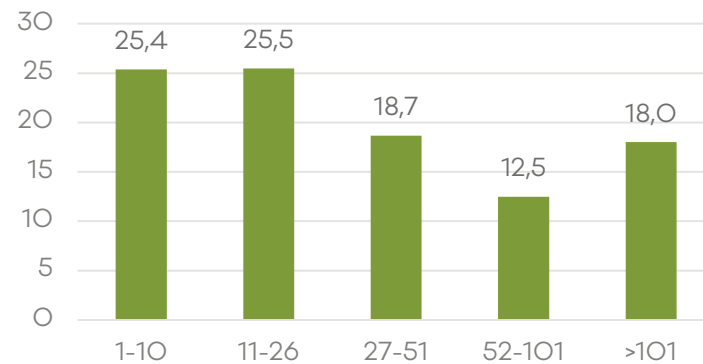
Budget der Organisationen (in %)



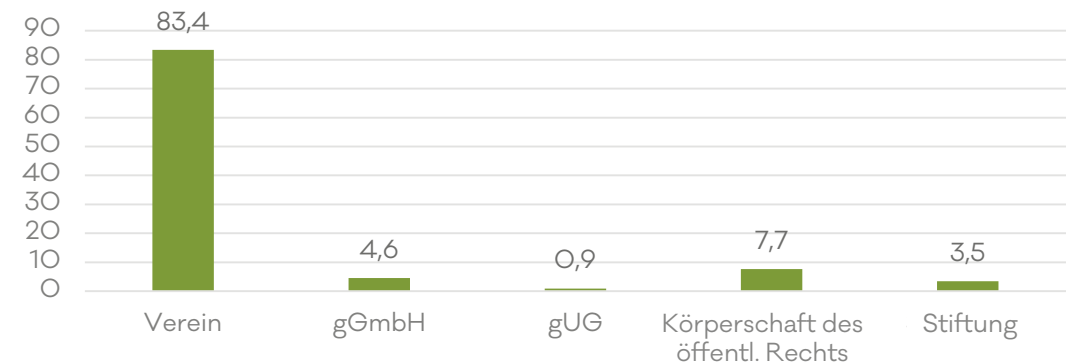
Tätigkeitsbereich der Organisationen (in %)



Anzahl der in der Organisation tätigen haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen (in %)



Rechtsform der Organisationen (in %)



A. Zusammensetzung des Grads der Resilienz (gemessen als Likert-Skala):

- Wir waren/sind in der Lage, ...
- ... mit Veränderungen in unserer Arbeit fertig zu werden, die durch die Corona-Pandemie verursacht werden.
- ... unsere Arbeit mit Leichtigkeit an die Herausforderungen der Corona-Pandemie anzupassen.
- ... schnell auf die Auswirkungen der Corona-Pandemie zu reagieren.
- ... jederzeit den Überblick über die aktuelle Situation in unserer Organisation zu behalten.

B. Zusammensetzung des Grads der Digitalisierung (gemessen als Likert-Skala):

- Die Qualität der IT-Anwendungen in unserer Organisation ist überaus zufriedenstellend.
- Wir haben ein klares Verständnis davon, wie IT zu unserem Erfolg beitragen kann.
- Wir haben ein IT-Management mit einer klaren Benennung von Verantwortlichkeit(en) in der Organisation.
- Wir haben die erforderliche Kompetenz in der Organisation, um unsere IT managen zu können.
- Wir sorgen dafür, dass unsere IT-Verantwortlichen auf dem aktuellen Stand sind.
- Unsere Organisation ist immer mit neuesten Technologien ausgestattet.
- Wir suchen kontinuierlich Wege, um unsere IT-Nutzung zu verbessern.

Herausgeber

Haus des Stiftens gGmbH

Autor*innen

Manuel Reppmann, Lehrstuhl für Sustainable Business der Universität Mannheim

Prof. Dr. Laura Marie Edinger-Schons, Lehrstuhl für Sustainable Business der Universität Mannheim

Kontakt

muenchen@hausdesstiftens.org

sustainablebusiness@bwl.uni-mannheim.de

Copyright – Urheberrechtshinweis

Alle Inhalte des Digital-Reports 2020, insbesondere Grafiken, Fotos und Texte, sind urheberrechtlich geschützt. Die Urheberrechte liegen, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei Autoren, Herausgeber und Gestaltern. Gemeinnützigen Organisationen ist die Nutzung der Inhalte des Digital-Reports und des Self-Service-Portals zu ausschließlich eigenen, nicht gewerblichen Zwecken gestattet. Für Nutzungen im gesetzlich erlaubten Rahmen weisen wir insbesondere auf das Änderungsverbot (§ 62 UrhG) und die Pflicht zur Quellenangabe (§ 63 UrhG) hin. Für eine über das Vorstehende hinausgehende Nutzung der Inhalte kontaktieren Sie uns unter: info@hausdesstiftens.org

Der Digital-Report 2020 wurde initiiert und herausgegeben von der Haus des Stiftens gGmbH (Projektträger). Wissenschaftliche Leitung: Lehrstuhl für Corporate Social Responsibility der Universität Mannheim.

Der Digital-Report 2020 wurde gefördert vom Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat.