

Einladung zur
MWST-Tagung vom 18. Januar 2007

Basel, im November 2006



Newsletter 3-2006

Sehr geehrte Damen und Herren

Gewiss haben Sie sich auch schon gefragt:

Wozu braucht man BeraterInnen?

...weil sie den Auftraggebern u.a. drei Dinge zur Verfügung stellen können, die diese bei sich selbst hin und wieder vermissen (manchmal nur eines davon, oft aber auch alle drei auf's Mal).

- **Zeit:** Oft fehlt einem die Zeit, um eine Abklärung selbst vorzunehmen oder ein Projekt selbst durchzuziehen. Eine Personalaufstockung nur für die eine Aufgabe ist weder sinnvoll noch möglich. Berater und Experten können hier einspringen und sich voll auf die gestellte Aufgabe konzentrieren.
- **Know-how:** Seriöse Berater verfügen in den zu bearbeitenden Fragen über ein vertieftes Fachwissen und bringen Erfahrung aus anderen Mandaten mit. Dasselbe Know-how intern aufzubauen lohnt sich für die NPO nicht. Oder es ist wichtig, aus einer anderen Optik neuen fachlichen Input zu bekommen und dadurch bisher unbekannte Perspektiven und neue Wege zu erkennen.
- **Unabhängigkeit:** Gemeint sind die Unabhängigkeit im Denken und die Selbstständigkeit im Handeln, dies im Interesse und zum Vorteil des Kunden. Unangenehme Wahrheiten werden ausgesprochen. Diese Unabhängigkeit im Ratschlag erhöht die Entscheidungsqualität beim Kunden.

Setzen Berater ihre ganze Arbeitszeit ausschliesslich für ihre Kunden ein, mangelt es ihnen an einem ausgewogenen Kunden-Portfolio und arbeiten sie, wie im NPO-Bereich oft gefordert, stets zu „Vorzugspreisen“, fehlt ihnen auch die Zeit und die Erfahrung, sich selbst fachlich weiter zu bringen und sie geben automatisch ihren Know-how-Vorsprung sowie ihre Unabhängigkeit auf, die man als Kunde von ihnen erwartet. Leicht werden sie dann zur Beute für Alibi-Übungen.

Was ist Ihre Meinung und Erfahrung mit BeraterInnen? Ein E-Mail würde mich sehr freuen: peter.buss@nonprocons.ch.

- Hier noch ein **Buchtip** zum Thema: Müller-Nagel-Zirkler, Organisationsberatung, Heimliche Bilder und ihre praktischen Konsequenzen, Verlag Gabler, 2006 (Dr. Jürg Rohner, Partner von NonproCons, gehörte zu den 32 Befragten).

Leitbild

Immer wieder werde ich gefragt, was denn ein gutes Leitbild sei, welche Elemente dieses enthalten müsse und wie lang es denn werden dürfe. Nun, ich habe dazu die folgende durch eine langjährige Beratungs-Praxis geprägte und bestätigte Meinung*:



Ein Leitbild sollte möglichst **prägnant und kurz** geschrieben sein und auf **einer A4 Seite** Platz haben. Nur so hat es eine Chance, verstanden und kommuniziert zu werden. Vertiefungen gehören m.E. auf die nächste Entscheidungsstufe (wie z.B. eine Strategie oder Vereins- und Stiftungspolitik). Es gibt am besten auf die drei folgenden Fragen eine klare und wegweisende Antwort:

- **Entwicklungsziel:** Was wollen wir in den nächsten Jahren (langfristige Optik) auf unserem Wirkungsmarkt erreicht, d.h. verändert und verbessert haben? Hier geht es nicht um die NPO selber, sondern um das, was sie bewirken will, weshalb und wofür sie letztlich da ist.
- **Handlungsmaximen und Wertvorstellungen:** Wie wollen wir auf dem Weg dorthin vorgehen? Was ist uns dabei wichtig? Worauf legen wir Wert und was kommt ganz sicher nicht in Frage? Hier legen wir die Parameter fest für unser Tun.
- **Selbstverständnis:** Wie wollen wir uns hierfür organisieren und finanzieren? Wie sind wir als Organisation strukturiert? Verstehen wir uns z.B. als Selbsthilfeorganisation, als Volunteer-Organisation, als professionelle Dienstleistungsorganisation, als Kampforganisation etc? Hier geht es um die NPO selber und ihre Ressourcen und Potenziale.

Selbstverständlich ist jede NPO anders und es lässt sich nie alles über einen Leisten schlagen. Aber ich denke, wenn eine NPO im Leitbild mehr von sich selber spricht als von dem, was sie bewirken will, und wenn sie dies erst noch über drei bis fünf Seiten tut, dann ist mit dieser Nabelschau nicht viel erreicht. Wichtiger als viel Papier ist ohnehin der **Arbeitsprozess** zum Leitbild hin: Eine sorgfältige Analyse und eine individuell angepasste Arbeits-Methodik führen zu inhaltlicher Klarheit und zu einer breiten Akzeptanz des Ergebnisses.

* Neu jetzt auch in diesem Sinne Peter Schwarz, Management-Prozesse und –Systeme in Non-profit-Organisationen, Haupt Verlag 2006.

Aus der Praxis

Eine Beratung kann auch mit geringstem Aufwand grossen Nutzen stiften. Hier ein Beispiel aus dem Sponsoring: In zwei halbtägigen Work-Shops mit unserem Spezialisten Roy Schedler erarbeitet das Projektteam „Bundeslager 2008“ der **Pfadibewegung Schweiz**



die Grundlagen für das Sponsoring dieses Grossanlasses. Im Vordergrund stehen das „how to do“, also der Wissenstransfer und der stille Support der jugendlichen Akteure bei der Umsetzung. Die Begeisterung ist gross. Und die Chancen für einen Erfolg stehen gut.



Sozialengagiert

Dieser Tage ist eine neue Website publiziert worden, die sich dem **sozialen Engagement von Unternehmen** widmet. Stichworte sind hier Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship oder Corporate Volunteering, Kooperationen und Partnerschaften zwischen Unternehmen und gemeinnützigen NPO. Die Initianten (Stiftung Kirchlicher Sozialdienst Zürich) freuen sich darüber, wenn der Link auf Ihre Website aufgenommen wird. Auch können gerne eigene Projekte gemeldet werden. Das aktuelle Beispiel der NPO Tischlein deck Dich freut uns ganz besonders, dürfen wir doch diese äusserst aktive Organisation schon seit manchen Jahren zu unseren treuen und erfolgreichen Kunden zählen.

→ www.sozialengagiert.ch

Mehrwertsteuer – ein Dauerbrenner



Bald wird uns die Vernehmlassung zur Totalrevision der Mehrwertsteuer vorgelegt werden. Nach wie vor ungeklärt ist die Frage, ob und wie künftig Subventionen und Spenden besteuert werden sollen. Darüber hinaus hat das Bundesgericht inzwischen zu gewichtigen Fragen Stellung bezogen; konkrete Auswirkungen sind bereits auf das nächste Jahr zu erwarten. Zusammen mit der spezialisierten Firma **PriceWaterhouseCoopers** organisiert NonproCons am **18. Januar 2007 eine aktuelle MWST-Tagung** (Einladung beiliegend). Dort bietet sich Gelegenheit zum Austausch über alle brennenden Fragen. Ihre Teilnahme würde mich sehr freuen.

→ Vgl. zum Thema auch den Artikel der NZZ vom Sonntag, 29. Oktober 2006

Ich wünsche Ihnen eine angenehme Adventszeit und verbleibe

mit freundlichen Grüssen
NonproCons

Dr. Peter Buss, Geschäftsführer