

## ScalingUp

Wachstum in NPO ist ein schwieriges Thema. Viele NPO verbinden mit Wachstum etwas Negatives. Doch im 3. Sektor, dem NPO-Bereich, muss gelten:

**Erfolgreiche lokale Projekte sollten ausgebreitet werden, so dass möglichst viele Menschen davon profitieren.**

Aus Erfolg entsteht eine gesellschaftliche Verpflichtung.

Dazu haben wir Workshops durchgeführt. Eines der Kernziele war es, Faktoren zusammenzustellen, die die Chancen erhöhen, dass ein gutes Projekt ausgerollt werden kann. Folgende Punkte wurden festgehalten, die man schon in der Konzeptphase vor Start des Projekts im Auge haben sollte.



---

### 1. Mittelbeschaffung testen

Nutzen Sie die Pilotphase nicht nur als Test für Ihr Arbeits- und Wirkungsmodell, sondern auch für das Austesten weiterer Geldquellen.

Wichtig: Mögliche zukünftige Finanzierer sind gerne schon am Ruhm des Starts beteiligt.

---

### 2. Vorsichtiges „Branding“

Seien Sie vorsichtig mit dem „stempeln“ des Projekts auf den Namen Ihrer Organisation. Starkes Branding kann viel Unterstützung, Finanzmittel und die Mitarbeit von Freiwilligen kosten.

---

### 3. Geschichten, Zahlen und Zeugnisse

Überlegen Sie sich, welche Fragen Ihnen während und nach dem Pilot gestellt werden. Darauf müssen Sie auf den drei Ebenen projektbezogener Kommunikation eine Antwort haben – Geschichten, Zahlen und Zeugnisse (Testimonials).

Sammeln Sie alle drei Formen systematisch von Beginn an.

---

### 4. Personal mit Perspektive

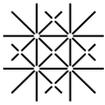
Wählen Sie die Projektmitarbeitenden so, dass sie auch in die Weiterführung oder Ausbreitung des Projekts passen würden. Weder sollen diese die exklusiven Spezialisten sein, die einzig das Projekt umsetzen können, noch motivierte Freiwillige, die nur in der Pilotphase kostenlos mitarbeiten wollen.

---

### 5. Sofort und regelmässig berichten

Erst nach Abschluss der Pilotphase über Ihr Projekt zu berichten ist viel zu spät. Entscheide über die Weiterführung fallen meist schon während der Pilotphase. Der Schlussbericht, der zwei Monate nach Abschluss erscheint, interessiert vor allem die Finanzverwaltung.

Überlegen Sie sich früh, wie, wo und wem Sie berichten.



---

## 6. Verorten im Grossen

Die Gesellschaftsthemen, zu denen Ihr Projekt einen Beitrag leistet, sollen gezielt analysiert und formuliert werden. Sie sollten nicht erst während der Pilotphase als Aha-Erlebnisse auftauchen, sondern Ihnen von Anfang an wichtige Argumente für Ihre Arbeit liefern.

---

## 7. Was werden Sie tun, wenn...?

Alle hoffen auf den Erfolg eines neuen Projekts oder Angebots. Doch was werden Sie tun, wenn dieser Erfolg wirklich eintrifft und alle genau Ihr Projekt wollen? Dies sollte Sie schon beim Schreiben des ersten Konzepts beschäftigen, denn erst in der langfristigen Umsetzung entscheidet sich, ob sich der Einsatz gelohnt hat.

---

## 8. Gebermacht nutzen

Nutzen Sie die Gebermacht jener, die das Projekt finanzieren, um weitere Türen zu öffnen und neue Partner zu finden. Machen Sie dies gemeinsam mit dem Förderer, denn zusammen sind Sie hoch glaubwürdig.

---

## 9. Strukturen skizzieren

Beschäftigen Sie sich nicht nur mit dem Projekt, sondern skizzieren Sie auch die Struktur, die dahinterstehen soll. Der nachhaltige Erfolg hängt weniger von der Qualität eines Arbeitsansatzes ab, als von den Personen und betrieblichen Rahmenbedingungen, die das Projekt tragen.

---

## 10. Fördermittel in der Projektlogik

Gesellschaftsprojekte haben lange Laufzeiten: Innovation, Multiplikation und Implementierung dauern 8 bis 15 Jahre. Erste Förderstiftungen teilen ihre Mittel in diese Phasen auf und begleiten erfolgreiche Projekte von einer Phase in die Nächste.

Überlegen Sie sich schon zu Beginn, wer hier die richtigen Partner sein sollen.

---

Fragen zum Ausrollen und Multiplizieren von Projekten und Angeboten und dem damit verbundenen Wachstum Ihrer Organisation?

**Robert Schmuki**

Weiterbildung & Wissenstransfer

robert.schmuki-at-unibas.ch