

Pro bono in Deutschland 2013



Pro bono – eine sinnvolle Ergänzung



EXTRA HÄNDE	INFRASTRUKTUR		BUDGET
Praktische Freiwilligen- arbeit	Professionelle Freiwilligenarbeit		Finanzielle Hilfe
	Inhaltliche Mitarbeit	Berufskompetenzen einbringen	



Büroorganisation

Architektur

Finanzen

Teamentwicklung ...

Moderation

Recht Design ...

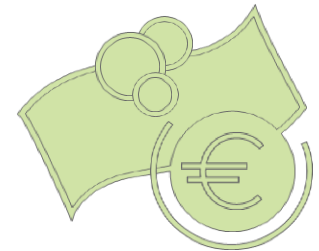
Controlling

Marketing

Handwerk

Strategie ...

Personal



Ausgangslage

Onlinebefragung mit 659 befragte Personen,
August bis Oktober 2013



Gemeinnützige Organisationen

Wahrgenommene Entwicklungsbedarfe:

- | | |
|--|-----|
| 1. Sichtbarkeit/Wahrnehmung in der Öffentlichkeit erhöhen | 64% |
| 2. Fundraisingaktivitäten erhöhen | 63% |
| 3. Die Marke, die Botschaften und die Kommunikation nach außen verbessern | 46% |
| 4. IT-Lösungen für die bessere Organisation von Aktivitäten, Fundraising usw. umsetzen | 31% |
| 5. Den strategischen Plan weiterentwickeln | 34% |

Den Befragten ist es wichtig, dass die gesellschaftlichen Anliegen ihrer Organisationen wahrgenommen und finanziert werden.

Fach- und Führungskräfte

Einsatzbereitschaft:

90% der Fachkräfte würden mindestens 1 bis 2 Tage pro Monat investieren, wenn sie damit einen Beitrag zur Gesellschaft leisten, neue Kompetenzen erwerben oder neue Inspiration erhalten würden.

Konkret nach pro bono befragt, äußerten 90% der Befragten, dass sie sich mindestens ein paar Tage im Jahr engagieren wollen.

Nur 11% der Befragten gibt an, „wenn ich mich engagiere, möchte ich etwas anderes machen als das, was ich täglich im Beruf mache.“

Bedarf und Angebot an Kompetenzen passen gut zusammen



Gemeinnützige Organisationen

In welchen Bereichen würden Sie Pro-bono-Arbeitskräfte einsetzen, wenn diese verfügbar und qualifiziert wären?

• Fundraising	75%
• Marketing/Branding	68%
• IT	53%
• Recht	42%
• Projektentwicklung	40%
• Strategische Planung/Management	36%
• Finanzen	35%
• Personalentwicklung	31%
• Immobilien/Einrichtung	21%
• Andere	5%

Fach- und Führungskräfte

Welche Kompetenzen gibt es in Deutschland, die grundsätzlich für Pro-bono-Tätigkeiten in Frage kommen?

• Finanzdienstleistungen	28%
• Architektur und Bau	12%
• IT und Telekommunikation	12%
• Rechtsberatung	10%
• Strategie & Management	10%
• Kommunikation & Marketing	6%
• Gesundheit	7%
• Administrative Fachkräfte	4%
• Sonstige Fachkräfte	10%

Potential und Marktgröße pro bono in Deutschland 2013



Kompetenzgruppe	Talentpotenzial In # Fachkräfte	Zeitpotenzial In Std.	Marktpotenzial In Mio. €	Marktgröße 2013 In Mio. €
1 Administrative Fachkräfte	403.636	28.519.283	768	23
2 Architektur & Bau	939.499	65.370.572	2.175	71
3 Finanz-dienstleistungen	1.256.106	93.829.259	5.147	102
4 Gesundheit	169.859	12.170.819	1.299	43
5 IT und Telekommunikation	857.277	60.571.736	2.174	28
6 Kommunikation & Marketing	264.383	19.654.612	1.088	25
7 Rechtsberatung	150.690	12.620.319	1.800	68
8 Strategie & Management ¹	180.695	16.644.852	1.915	108
9 Sonstiges Potenzial durch Fachkräfte	986.438	69.697.797	1.876	56
Gesamt	5.208.584	379.079.247	18.242	524

Limitierende Faktoren sind Zugänge und die verfügbare Zeit



Gemeinnützige Organisationen

66% der NPOs geben an, bisher noch keine Pro-bono-Ressourcen genutzt zu haben.

Die Gründe dafür sind:

- Sie haben nicht gewusst, dass es diese Ressourcen gibt.
- Sie haben nicht genügend Kapazitäten, externe Ressourcen zu betreuen.
- Sie haben Unterstützung gesucht, aber nicht gefunden.

Fach- und Führungskräfte

53% der Fachkräfte geben an, sich bisher noch nicht pro bono engagiert zu haben.

Die Gründe dafür sind:

- Keine Zeit.
- Kein Kontakt zu Organisationen, die unterstützt werden könnten.
- Arbeitgeber hat kein Freiwilligenprogramm.

Es gibt eine hohe Bereitschaft zu pro bono

Gemeinnützige Organisationen

86% der NPOs geben an, das Pro-bono-Ressourcen für ihre Tätigkeit wichtig oder sehr wichtig sind

Fach- und Führungskräfte

86% der Befragten, die sich bisher noch nicht engagiert haben, wären an Pro-bono-Engagement interessiert.

Zufriedenheit



Gemeinnützige Organisationen

90% der NPOs waren generell mit den in Anspruch genommenen Pro-bono-Dienstleistungen zufrieden, nur 50% waren vollkommen zufrieden.

Besonders zufrieden waren sie in den Bereichen Marketing/Branding, Rechtsberatung und Strategische Planung/Management.

Fach- und Führungskräfte

92% der Fach- und Führungskräfte waren generell mit den eingebrachten Pro-bono-Dienstleistungen zufrieden, nur 35% waren vollkommen zufrieden.

Besonders zufrieden waren sie in den Bereichen Strategische Planung/Management, Fundraising und Marketing/Branding.

Die Wege zu pro bono gehen häufig über Familie und Freunde

Gemeinnützige Organisationen

NPOs suchen Zugänge zu Pro-bono-Ressourcen über:

- Freunde und Familie 54%
- Unternehmen 48%
- Soziale Netzwerke 42%
- Kontakte von Vorstandsmitgliedern 44%
- Stiftungen 39%

Fach- und Führungskräfte

Fachkräfte suchen Zugänge zu Pro-bono-Ressourcen über:

- Freunde und Familie 52%
- NPOs direkt 35%
- Arbeitgeber 27%
- Andere 24%
- Soziale Netzwerke 12%

Was die Befragten an pro bono schätzen



Gemeinnützige Organisationen

- Das es kostenlos ist!
- Die Professionelle Unterstützung, hochwertige Ergebnisse, hochwertige Qualität
- Das Know-how kommt von Externen, Erlangen fehlender Fachkompetenz, Zugang zu anderen Qualifikationen und somit Steigerung der eigenen Professionalität
- Die Fachkräfte anderer Couleur bringen frischen Wind, die unvorein-genommene Sicht der Externen aufs Tagesgeschäft
- Die Arbeit mit uns inspiriert die Externen für ihr eigenes Denken und Handeln, win-win Situation für beide Seiten
- Die Unternehmen werden an gesellschaftliche Fragen herangeführt
- Unbürokratisch
- Die Stärkung der Glaubwürdigkeit unserer Arbeit (insbesondere auch im Hinblick auf die Spender)

Fach- und Führungskräfte

- „ICH habe langfristig etwas bewirkt“
- „Ich konnte gezielt meine Kompetenzen einbringen“
- Der persönliche Kontakt, Zusammenarbeit mit Menschen, die man sonst nicht trifft
- Mit dem Herzen arbeiten, Sinnhaftigkeit, Selbsterfüllung
- Der gesellschaftlicher Beitrag
- Der hohe Wirkungsgrad der Pro-bono-Tätigkeit
- Der Teamspirit der zu beratenden Organisation
- Die Offenheit der Beteiligten
- Die größeren Freiheiten in der Gestaltung der Arbeitsergebnisse
- Die Sensibilisierung für bestimmte Problemstellungen



Wo die Befragten noch Verbesserungspotential sehen



Gemeinnützige Organisationen

- MEHR Pro-bono-Angebote! Ausweitung auf andere Bereiche
- Es braucht eine Vermittlung
- Langfristige Begleitung gewünscht (Kontinuität)
- Man traut sich nicht Ansprüche zu stellen, Wunsch nach Kooperation auf Augenhöhe
- Nicht nur Konzepte sondern auch Umsetzung benötigt
- Fehlende Zielsetzung, Briefing am Anfang ist wichtig, Abstimmung mit Externen ist zeitaufwändig, Definition von Einsatzfeldern
- Die Suche nach pro bono ist zu zeitintensiv
- Mehr Verbindlichkeit in Terminen und Umfängen
- Längerfristige Vor- und Nachbetreuung wäre schön gewesen
- Nicht immer gleiche Qualität wie für bezahlte Aufträge geliefert

Fach- und Führungskräfte

- Nachlese, ob die Maßnahmen effektiv waren
- Rollenklärung zu Beginn, Strukturierung des gemeinsamen Vorhabens, Zeitmanagement, Bessere Vor- und Nachbereitung
- Mehr Zeit, um Organisationen besser zu verstehen
- Die Fehlende Zielorientierung und Ernsthaftigkeit
- Eigener Trade-off zwischen Familie, Hobby, Arbeit und pro bono
- Mehr Vertrauen in unsere Kompetenzen
- Rückfluss irgendeiner Art, z.B. Referenzen, Sichtbarkeit für mich, Nachhaltigkeit, Evaluation
- Mehr Routine bei den NPOs in der Zusammenarbeit mit Externen
- Anreize, die Vorschläge hinterher auch umzusetzen

Teilnehmende



Gemeinnützige Organisationen (n= 488)

Positionen der Befragten:

Geschäftsführung, hauptamtlich	42%
Geschäftsführung, ehrenamtlich	29%
Programmpersonal	13%
Verwaltungspersonal	4%
Honorarkraft	1%
Ehrenamtliche	3%
Andere	7%

Rechtsform der Organisation:

Verein	74%
Stiftung	9%
gGmbH, gAG oder gUG	12%
Andere	5%

Anzahl der hauptamtlichen Mitarbeiter:

Bis 3	50%
4 bis 9	23%
10 bis 24	12%
25 bis 49	5%
50 bis 249	7%
Mehr als 250	3%

Fach- und Führungskräfte (n= 171)

Funktion der Befragten:

Geschäftsführung	24%
Bereichs-/Teamleitung	34%
Projektmitarbeit	14%
Angestellte	13%
Selbständige	9%
Andere	6%

Tätigkeitsfeld der Befragten:

Marketing/Branding	7%
Akquise/Vertrieb	6%
Recht	6%
Strategisches Planung	37%
IT	5%
Finanzmanagement	5%
HR, Personal	8%
Architektur, Bau, Immobilien	0%
Andere	24%

Methodik Marktpotentialabschätzung



	Kurzbeschreibung
✗ Mitarbeiter in Fokusbranchen ¹	■ Anzahl Mitarbeiter, die in den für pro bono relevanten Branchen tätig sind.
✗ Talentquote je Branche	■ Anteil MA, die für pro bono in Frage kommen (z.B. keine Back-Office-Funktionen).
✗ Aufschlagfaktor für nicht beschäftigte Fachkräfte	■ Zusätzliche Fachkräfte, die nicht im Beschäftigungsverhältnis sind (Senioren, Arbeitssuchende, etc.)
✗ Anteil potenziell an pro bono interessiert	■ Anteil Fachkräfte, die für pro bono potenziell in Frage kommen / pro bono unterstützen würden.
= Talentpotenzial pro bono	■ Anzahl Fachkräfte, die potenziell für pro bono in Frage kommen.
✗ Produktive Zeit pro Woche (im Schnitt)	■ Anzahl Stunden, die in der Branche durchschnittlich pro Woche gearbeitet werden plus Freizeit ² , die produktiv für pro bono genutzt werden könnten.
✗ Anteil produktive Zeit für pro bono genutzt	■ Anteil produktive Zeit, die Fachkräfte für pro bono aufwenden.
= Zeitpotenzial pro bono	■ Potenziell für pro bono Arbeit verwendbare Zeit.
✗ Durchschnittsstundensatz	■ Durchschnittlicher Stundensatz für pro bono Arbeit. Entspricht externem Verrechnungssatz je Branche.
= Marktpotenzial pro bono	■ Gesamtes pro bono Potenzial in Euro.
✗ Anteil Fachkräfte aktuell aktiv	■ Anteil Fachkräfte, die im Jahr 2013 schon aktiv pro bono Arbeit betreiben
= Marktgröße pro bono 2013	■ Aktuelle Marktgröße in Euro.

1. Für Liste Fokusbranchen siehe Folgeseite

2. Als verfügbare Freizeit wurden 10 Stunden pro Woche angenommen

Für die Abschätzung wurden 7 Kompetenzgruppen einzeln modelliert



Kompetenzgruppe	Beschreibung der Unternehmen in der Gruppe
1 Administrative Fachkräfte	<ul style="list-style-type: none"> Administrative Fachkräfte (z.B. Assistenzen) in Unternehmen mit > 50 Mitarbeitern
2 Architektur & Bau	<ul style="list-style-type: none"> Architekturbüros Handwerker und Arbeiter in der Bauindustrie
3 Finanzdienstleistungen	<ul style="list-style-type: none"> Steuerberater und Wirtschaftsprüfer Reine Finanzdienstleister (Banken, Versicherungen) sowie Finanz- und Controllingabteilungen
4 Gesundheit	<ul style="list-style-type: none"> Freiberufliche (niedergelassene) Ärzte Beschäftigte im Gesundheitswesen
5 IT und Telekommunikation	<ul style="list-style-type: none"> Reine IT-Dienstleistungsunternehmen IT-Abteilungen in großen, mittleren und kleinen Unternehmen
6 Kommunikation & Marketing	<ul style="list-style-type: none"> Werbe-, PR- und Medienagenturen PR- und Marketingabteilungen in großen, mittleren und kleinen Unternehmen
7 Rechtsberatung	<ul style="list-style-type: none"> Kleine und große Kanzleien, selbstständige Rechtsanwälte Rechtsabteilungen in großen, mittleren und kleinen Unternehmen
8 Strategie & Management ¹	<ul style="list-style-type: none"> Strategieberatungen sowie große und kleine Management- (auch HR-)Beratungen Strategieabteilungen und Führungskräfte (Top 3 Ebenen) in großen, mittleren und kleinen Unternehmen
9 Sonstiges Potenzial durch Fachkräfte	<ul style="list-style-type: none"> Alle weiteren in Deutschland beschäftigten Personen (ca. 41,8 Mio. in 6/2013) abzgl. der bereits gezählten

1. inklusive Personal

Quelle: OC&C-Analyse

Marktpotenzial und Marktgröße wurden branchenspezifisch in einem Bottom-Up-Ansatz modelliert



Medium Case

Bottom-up Schätzung Potenzial (1/3)

Kompetenzgruppe	Mit- arbeiter	Talent- quote ¹ (%)	Pro bono Interesse ² (%)	Aufschlag in Besch. ³ (%)	Rele- vante Fach- kräfte	Prod. Zeit (Std.)	Arbeits- - woche n	Anteil für pro bono genutzt	Zeit- potenzial (Mio. Std.)	Stunden- satz In EUR	Markt- potenzia l (Mio. €)	Anteil aktuell aktiv (%)	Markt- größe 2013 (Mio. €)
1 Administrative Fachkräfte	516.15 ₈	85%	80%	115%	403.636	51	46	3%	28.519.28 ₃	27	768	3,0%	23,0
2a Architekturbüros	127.32 ₉	90%	80%	115%	105.42 ₈	49	46	3%	7.129.069	60	428	3,3%	14,0
2b Handwerker und Beschäftigte im Bausektor	1.510.99 ₈	60%	80%	115%	834.07 ₁	51	46	3%	58.241.50 ₃	30	1.747	3,3%	57,2
3a Große Wirtschaftsprüfer und Steuerberater	39.470	82%	80%	115%	29.809	68	46	3%	2.776.690	107	297	3,3%	9,9
3b Kleine Wirtschaftsprüfer und Steuerberater	409.60 ₄	75%	80%	115%	282.627	63	46	3%	24.376.55 ₈	85	2.072	1,7%	34,4
3c Reine Finanzdienstleister (Konzern und Großuntern.)	275.78 ₈	85%	80%	115%	215.666	51	46	3%	15.238.11 ₂	47	718	3,3%	23,9
3d Reine Finanzdienstleister (KMUs)	620.68 ₆	80%	80%	115%	456.825	51	46	3%	32.277.42 ₀	40	1.303	1,7%	21,7
3e Finanz- und Controlling- abteilungen Konzerne ¹	109.62 ₈	90%	80%	115%	90.772	51	46	3%	6.413.612	43	276	1,7%	4,6
3f Finanz- und Controlling- abteilungen KMUs	217.88 ₃	90%	80%	115%	180.407	51	46	3%	12.746.86 ₆	38	480	1,7%	8,0

1. Anteil Mitarbeiter einer Branche, die Teil der Kompetenzgruppe sind
2. Eigenschätzung orientiert an TNS Infratest Hauptbericht des Freiwilligensurveys 2009
3. Aufschlagfaktor für zusätzliche Fachkräfte, die nicht im Beschäftigungsverhältnis sind (Senioren, Arbeitssuchende, etc.)

Quelle: Branchenreports (Abels & Langels (Juristen); Commerzbank (Wirtschaftsprüfer); BDU (Unternehmensberater); PwC; Soldan-Studien; OC&C-Analyse

Marktpotenzial und Marktgröße wurden branchenspezifisch in einem Bottom-Up-Ansatz modelliert



Medium Case

Bottom-up Schätzung Potenzial (2/3)

Kompetenzgruppe	Mitarbeiter	Talentquote ¹ (%)	Pro bono Interesse ² (%)	Aufschlag auf Besch. ³ (%)	Relevante Fachkräfte	Prod. Zeit (Std.)	Arbeitswochen	Anteil für pro bono genutzt	Zeitpotenzial (Mio. Std.)	Stunden-satz In EUR	Marktpotenzial (Mio. €)	Anteil aktuell aktiv (%)	Marktgröße 2013 (Mio. €)
4a Freiberufliche (niedergelassene) Mediziner	144.100	90%	80%	115%	119.315	49	46	3%	7.985.740	143	1.142	3,3%	37,4
4b Beschäftigte im Gesundheitswesen	91.566	60%	80%	115%	50.544	60	46	3%	4.185.079	38	158	3,3%	5,2
5a Reine IT-Dienstleister (Konzerne & Großuntern.)	193.546	75%	80%	115%	133.547	51	46	3%	9.435.878	38	356	2,3%	8,0
5b Reine IT-Dienstleister (KMU)	401.245	65%	80%	115%	239.945	51	46	3%	16.953.519	35	593	1,1%	6,7
5c IT-Abteilungen in Konzern und Großunternehmen	182.217	90%	80%	115%	150.876	51	46	3%	10.660.269	38	402	1,1%	4,5
5d IT-Abteilungen in KMUs	402.065	90%	80%	115%	332.910	51	46	3%	23.522.069	35	823	1,1%	9,3
6a Werbe-, PR- und Medienagenturen	109.016	80%	80%	115%	80.236	60	46	3%	6.643.522	105	698	2,7%	18,8
6b PR- und Marketingabteilungen in Konzernen ¹	35.679	90%	80%	115%	29.542	51	46	3%	2.087.354	32	67	2,7%	1,8
6c PR- und Marketingabteilungen in KMUs	186.720	90%	80%	115%	154.604	51	46	3%	10.923.735	30	323	1,4%	4,4

1. Anteil Mitarbeiter einer Branche, die Teil der Kompetenzgruppe sind

2. Eigenschätzung orientiert an TNS Infratest Hauptbericht des Freiwilligensurveys 2009

3. Aufschlagfaktor für zusätzliche Fachkräfte, die nicht im Beschäftigungsverhältnis sind (Senioren, Arbeitssuchende, etc.)

Quelle: Branchenreports (Abels & Langels (Juristen); Commerzbank (Wirtschaftsprüfer); BDU (Unternehmensberater); PwC; Soldan-Studien; OC&C-Analyse

Marktpotenzial und Marktgröße wurden branchenspezifisch in einem Bottom-Up-Ansatz modelliert



Medium Case

Bottom-up Schätzung Potenzial (3/3)

Kompetenzgruppe	Mitarbeiter	Talentquote ¹ (%)	Pro bono Interesse ² (%)	Aufschlag in Besch. ³ (%)	Relevante Fachkräfte	Prod. Zeit (Std.)	Arbeitswochen	Anteil für pro bono genutzt	Zeitpotenzial (Mio. Std.)	Stundensatz In EUR	Marktpotenzial (Mio. €)	Anteil aktuell aktiv (%)	Marktgröße 2013 (Mio. €)
7a Großkanzleien	30.252	90%	80%	115%	25.049	75	46	3%	2.592.536	200	519	5,8%	30,2
7b Kleine Rechtsberatung / Anwaltskanzlei	126.741	90%	80%	115%	104.942	58	46	3%	8.399.522	125	1.050	2,9%	30,6
7c Rechtsabteilungen Konzerne und Großuntern.	5.000	90%	80%	115%	4.140	65	46	3%	371.358	200	74	2,9%	2,2
7d Rechtsabteilungen in KMUs	20.000	90%	80%	115%	16.560	55	46	3%	1.256.904	125	157	2,9%	4,6
8a Strategieberatungen	10.050	85%	80%	115%	7.859	75	46	3%	813.417	192	156	10,0%	15,6
8b Große Managementberatungen	42.100	85%	80%	115%	32.922	75	46	3%	3.407.448	154	524	10,0%	52,4
8c Kleine Managementberatungen	65.000	80%	80%	115%	47.840	60	46	3%	3.961.152	93	368	5,0%	18,4
8d Strategieabteilungen und Führungsebene Konzerne ¹	17.840	90%	80%	115%	14.771	75	46	3%	1.528.824	154	235	3,9%	9,1
8e Strategieabteilungen und Führungsebene in KMUs	93.360	90%	80%	115%	77.302	65	46	3%	6.934.011	91	630	1,9%	12,2
9 Sonstiges Potenzial durch Fachkräfte	35.740.525	3%	80%	115%	986.438	51	46	3%	69.697.797	27	1.876	3,0%	56,3

1. Anteil Mitarbeiter einer Branche, die Teil der Kompetenzgruppe sind
2. Eigenschätzung orientiert an TNS Infratest Hauptbericht des Freiwilligen surveys 2009
3. Aufschlagfaktor für zusätzliche Fachkräfte, die nicht im Beschäftigungsverhältnis sind (Senioren, Arbeitssuchende, etc.)

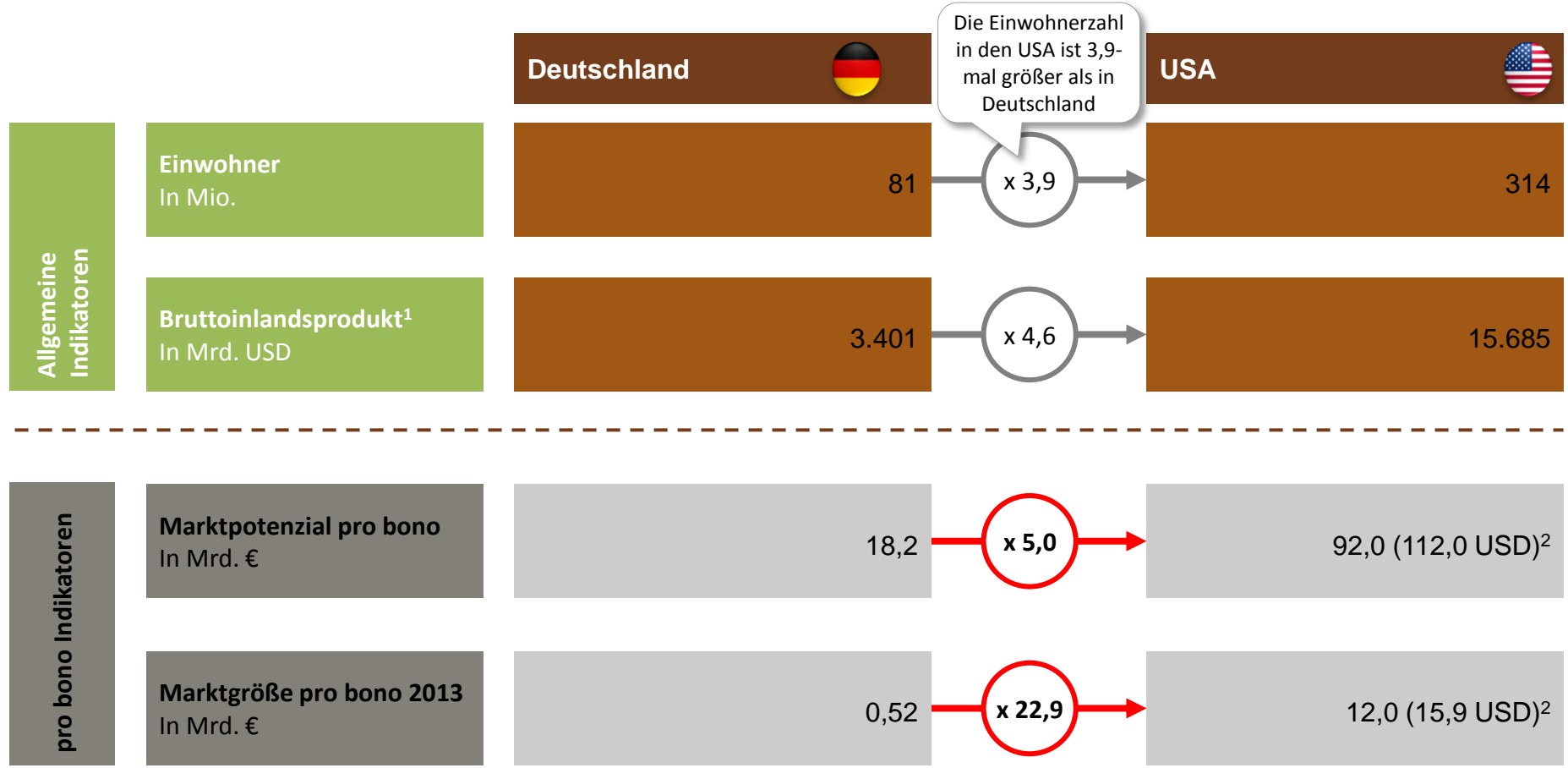
Quelle: Branchenreports (Abels & Langels (Juristen); Commerzbank (Wirtschaftsprüfer); BDU (Unternehmensberater); PwC; Soldan-Studien; OC&C-Analyse

Die Ergebnisse sind im Verhältnis zu Marktzahlen aus den USA plausibel



Top-Down Evaluierung der Ergebnisse

Medium Case



1. 2012; nominal
2. Stand Jahr 2008

Quelle: Statistisches Bundesamt; Federal Statistics Office; taproot foundation; OC&C-Analyse