

INKOTA-Jahresbericht: So geben wir unseren UnterstützerInnen Einblicke

Input zum DZI-/VENRO-WS Fortbildung „Transparenz und Rechenschaft: Was gehört in einen guten Jahresbericht?“ am 24.02.2017

Merkmale

- **Am Anfang steht die Grundsatzfrage:** Wie wichtig ist der eigenen Organisation der Jahresbericht?
- INKOTA hat festgestellt, dass wir den Jahresbericht als wichtige Publikation betrachten, der eine **Chance ist, um unsere UnterstützerInnen für unsere Arbeit zu begeistern** – und ihnen tiefe, durchaus auch kritische Einblicke in unsere Arbeit zu ermöglichen.
- Deshalb erstellt den Jahresbericht nicht eine Person (etwa aus der ÖA), sondern es gibt eine **lenkende Arbeitsgruppe** und alle Themenbereiche liefern Input.
- Die Arbeitsgruppe besteht derzeit aus **drei Personen:** Hauptverantwortlicher, Geschäftsführer, Fundraiser (Privatspenden).
- Der jährliche **Erarbeitungszyklus** verläuft ungefähr so:
 - Mitte Januar setzt sich die Arbeitsgruppe zusammen:
 - Gemeinsam diskutieren sie, ob es grundlegende Anregungen, Ideen etc. gibt, was im Jahresbericht im Vergleich zu den Vorjahren anders gemacht/angepasst/verbessert werden soll.
 - Gemeinsam wird auf das vergangene Jahr zurückgeblickt und diskutiert, welche Themen im zurückliegenden Jahr besonders wichtig, umfangreich erwähnenswert waren.
 - Ergebnis ist ein schriftlicher Vorschlag einer inhaltlichen Struktur für den Jahresbericht mit Seitenzahl pro Beitrag inkl. Kästen, Fotos etc. ➔ der Jahresbericht hat also nicht jedes Jahr genau dieselbe Struktur, sondern bildet tatsächlich die thematische Bedeutsamkeit der Aktivitäten im zurückliegenden Jahr auch vom Umfang her tendenziell ab.
 - Die Arbeitsgruppe gibt auch erste inhaltliche Vorschläge, welche Aspekte die Input-GeberInnen in ihren Beiträgen aufnehmen sollten.
 - Außerdem gehören als Standards zu dieser schriftlichen Vorlage in Tabellenform auch die Hinweise, dass
 - die jeweiligen Beiträge idealtypisch aus drei Teilen bestehen:
 - Was ist passiert?! Highlights/Erfolge? Was haben wir uns vorgenommen und was haben wir erreicht?
 - Herausforderungen: Womit haben wir zu kämpfen, wo gab/gibt es Probleme?
 - Ausblick auf Projekte und Aktivitäten im Folgejahr.

- Transparenzkriterien (etwa VENRO/DZI) berücksichtigt werden sollen.
 - Die schriftliche Vorlage enthält einen klaren Zeitplan mit Abgabe-Deadline.
 - Auf Basis dieser Vorlage gibt es „bilaterale“ Abstimmungsgespräche zwischen dem Hauptverantwortlichen der Arbeitsgruppe und den jeweiligen Input-GeberInnen.
 - Auf Basis der Abstimmung erstellen die Input-GeberInnen ihre Beiträge.
 - Der Hauptverantwortliche der Arbeitsgruppe stellt **kritische Rückfragen** an die Input-GeberInnen, bei der er versucht, die **Perspektive der (unterschiedlichen!) UnterstützerInnen** einzunehmen, also ihre Fragen an den Text zu beantworten.
 - Der Hauptverantwortliche der Arbeitsgruppe redigiert die Beiträge.
 - Ein externer Graphiker liefert einen ersten Entwurf des Jahresberichts.
 - Die Arbeitsgruppe schaut drüber, gibt Feedback ➡ es folgen mehrere Korrekturschleifen.
 - Dann Schlusskorrektur und Druck.
 - Zielgruppen-gesplitteter Versand postalisch an mehrere hundert UnterstützerInnen und Interessierte, z.T. auch Mail-Versand.
 - Online-Bewerbung der digitalen Version über Newsletter, Webseite, Social Media.
 - Feedback einsammeln und Anregungen/Kritik/Fragen festhalten (um möglichst viel Feedback zu erhalten, Response-Elemente im Jahresbericht integrieren ➡ AnsprechpartnerInnen mit Tel-Nr.+E-Mail zu speziellen Themen) ➡ Dieses Feedback wird in der konstituierenden Sitzung der Arbeitsgruppe im Januar des Folgejahres aufgenommen.
- Wir nutzen den Jahresbericht neben der Berichterstattung über Aktivitäten und der Finanzübersichten auch dafür, um unseren UnterstützerInnen bestimmte **organisationsbezogene Praktiken** zu vermitteln. Beispielsweise erläutern wir auf einer Standardseite unter der Überschrift „Spenden ist politisch“ seit einigen Jahren, warum wir aktiv um Spenden werben und unseren UnterstützerInnen Spenden-Impulse per Mail oder Post oder über andere Wege senden.
 - Am Ende eine grundsätzliche Anmerkung: Unsere Überzeugung ist, dass auch ein Jahresbericht authentisch sein muss, also zu der Organisation passen sollte ➡ auch **Authentizität ist eine Seite von Transparenz**.