

Stiftungsergebnisse Sabab Lou

Den Wirkungsgrad einer Organisation kann man messen mit Indikatoren, die zum Beispiel vom Deutschen Zentralinstitut für Soziale Fragen DZI oder von dem amerikanischen Charity Navigator vorgegeben werden. Die wichtigsten sind:

Spenden/Fördergelder

2012: 76.212,75 EURO

2013: 66.665,00 EURO

2014: 91.777,35 EURO

Projektausgaben

Projektausgaben werden ins Verhältnis zu Gesamtkosten gesetzt. Mehr als 75 Prozent werden als gut bis sehr gut angesehen.

2012: 80 Prozent (61.475,34 EURO zu 76.998,74 EURO Gesamtkosten)

2013: 79 Prozent (76.735,97 EURO zu 97.685,68 EURO Gesamtkosten)

2014: 78 Prozent (102.568,22 EURO zu 131.371,66 EURO Gesamtkosten)

Verwaltungskosten (inklusive Werbeausgaben)

Sie werden in Relation zu den Gesamtausgaben gesehen. Weniger als 15 Prozent sind sehr gut, 15 bis 25 Prozent sind gut.

2012: 20 Prozent (15.523,40 EURO zu 76.998,74 EURO Gesamtausgaben)

2013: 21 Prozent (20.949,71 EURO zu 97.685,68 EURO Gesamtausgaben)

2014: 22 Prozent (28.803,44 EURO zu 131.371,66 EURO Gesamtausgaben)

Werbeausgaben

Wie stehen sie im Verhältnis zu den Gesamtausgaben? Bis 10 Prozent werden als sehr gut bewertet. In den vergangenen Jahren hat die Stiftung in der Regel 2 Mailings pro Jahr mit Spendenaufrufen durchgeführt. Die 2013 und 2014 gestiegenen Ausgaben kamen durch PR-Beratungsleistungen und die Beschäftigung einer Mitarbeiterin für soziale Medien im letzten Quartal 2014 zustande.

2012: 2 Prozent (1.299,11 EURO zu 76.998,74 EURO Gesamtausgaben)

2013: 8 Prozent (8.040,01 EURO zu 97.785,68 EURO Gesamtausgaben)

2014: 10 Prozent (12.765,96 EURO zu 131.371,66 EURO Gesamtausgaben)

Werbeeffizienz

Sie wird definiert als der Werbeaufwand in EURO, um 1 EURO Fördergeld zu bekommen. Von 0 bis = 0,10 EURO wird als sehr gutes Ergebnis angesehen.

2012: 0,02 EURO (1.299,11 EURO zu 76.212,75 EURO Spenden)

2013: 0,12 EURO (8.040,11 EURO zu 66.665,00 EURO Spenden)

2014: 0,14 EURO (12.765,96 EURO zu 91.777,35 EURO Spenden)