Harte Zeiten für Non-Profit Organisationen

Ergebnisse des NPO-Stimmungsbarometers 2013

Seit 2007 werden von der NPO-Akademie Wien Mitarbeiter und Führungskräfte von Non-Profit Organisationen (NPO) zur Stimmungslage und zu den Erwartungen für die eigene Unternehmung sowie zur Einschätzung der gesamten Branche befragt. Die Ergebnisse sind dann im sogenannten NPO-Stimmungsbarometer nachzulesen – so auch jene von rund 170 Befragten und in NPOs tätigen Personen.

Zentrale Fragestellung der aktuellen Umfrage: „Welche Entwicklungen werden im österreichischen NPO-Sektor 2013 vor dem Hintergrund der Diskussion der zunehmenden Staatsverschuldung innerhalb der EU und den Unsicherheiten betreffend der weiteren wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen in Österreich und Europa erwartet?"

Mehr Kooperationen

Eines vorneweg: Über die Notwendigkeit und Bedeutung von NPOs in Österreich herrscht kein Zweifel. 94,2 Prozent der Befragten gehen von einer zunehmenden bzw. zumindest gleichbleibenden Bedeutung aus. Allerdings werden sich – so die Erwartungen der Befragten – die Rahmenbedingungen nicht verbessern. Im Gegenteil: 66,5 Prozent der Befragten NPO-Mitarbeiter gehen von einer Verschlechterung der politischen Rahmenbedingungen aus – der zweithöchste ermittelte Wert nach 2012. Damals waren sogar 73,5 Prozent dieser Ansicht, so die Studienautoren. Angenommen wird, dass die angespannte Situation der öffentlichen Hand und die Unsicherheit auf europäischer Ebene Auswirkungen auf den NPO-Sektor haben werden, heißt es weiter.

Auch die Finanzierungssituation wird extrem schlecht eingestuft: 60 Prozent der Befragten gehen von einer weiteren Verschlechterung aus. Leichter Optimismus zeichnet sich hinsichtlich der der Kooperationen mit dem Profit-Sektor ab – Stichwort Corporate Social Responsibility: 26,2 Prozent werden verstärkt mit dem Profit-Sektor kooperieren, so die Umfrageergebnisse, 15,7 Prozent glauben eher, dass die Anzahl der Kooperationen zurückgehen wird.

Seit Beginn der Erhebung 2007 war allerdings die Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung der eigenen NPO noch nie so schlecht wie in der aktuellen Erhebung: 27,1 Prozent der Umfrage-Teilnehmer befürchten eine wirtschaftliche Verschlechterung im Jahr 2013, 19,4 Prozent gehen von einer Verbesserung aus. Wie in den Jahren davor wird auch für das Jahr 2013 mit zunehmender hauptamtlicher Beschäftigung im Sektor gerechnet: 28,5 Prozent der Befragten gehen von mehr hauptamtlich beschäftigtem Personal aus, 15,5 Prozent denken, dass die Anzahl eher abnehmen wird. Das Image und die Bedeutung von NPOs seien anhaltend hoch. (haa)

www.npo-akademie.at

EINSTIEGUMSTIEGAUFSTIEG

Wilhelm Celeda (48) hat mit Jahresbeginn 2013 seine neue Funktion als Vorstandsmitglied der **Raiffeisen Centrobank (RCB)** aufgenommen. Celeda ist für Wertpapierhandel und -Sales sowie Strukturierte Produkte verantwortlich – der Bereich, den er seit 1994 als Direktor leitete.

Bernhard Painz (38) hat die Leitung der Gas-Abteilung in der **Energie-Control Austria** übernommen. Seit 2011 war der Jurist, der seine Laufbahn im Energiebereich im Jahr 2004 startete, stellvertretender Leiter der Rechtsabteilung der E-Control.

Andreas Ermacora (52) hat interimistisch die Präsidentenfunktion des **Österreichischen Alpenvereins (OeAV)** übernommen. Christian Wadsack legte sein Amt Ende 2012 zurück. Ermacora, bisher Stellvertreter Wadsacks, ist seit 20 Jahren im Führungsgremium des Alpenvereins.

„Notwendig, Geschäft un

Mit Jahresbeginn hat Helmut Bernkopf Vorstandsbereich Privat- und Firmenku Bank Austria UniCredit Group überno „Set-up", das größere Kundennähe bringen Anforderungen an Bankberater mit si

Heidi Aichinger

Getrieben von einer Vereinfachung der Governance, gehe man davon aus, dass mit der Bündelung des Privat- und Firmenkundenbereichs vor allem im Vertrieb sehr viel regionaler agiert werden könne, sagt Helmut Bernkopf, Vorstand des neu geschaffenen Bereichs der Bank Austria UniCredit. „Wir werden schnellere Entscheidungen für unsere Kunden treffen können, viel schneller als früher, wo wir noch in globalen Divisionen organisiert waren", sagt er. Seine Vision sei es, „Kundenbank Nummer eins" zu werden, Möglichkeiten und Strukturen zu schaffen, die – gegen den Trend einer Wirtschafts- und Finanzkrise – nahe am Kunden sind, so der Banker weiter. Und das mit dem Anspruch auf Profitabilität.

Das bringe für bestehende wie potenzielle Mitarbeiter auch andere und zum Teil neue Herausforderungen bez lifizierung, sagt in der Beratung

Weg vom „pro

Vorbei die Z nannten „produ versucht wurde setzen. Das he halten lasse da auch nicht mehr des Verkaufens" nannt – gebe d Produktziele m würden die Kun geschult, so Ber gen Fragen zu spielsweise her hoch der jewei ist". Neben ein treuung werde Kunden zur Ban wieder mehr i rückt.

Die Wege in sind vielfältig u klassischen Le