

Strategieplan 2014 - 2018

Ausgangslage

Der Strategieplan basiert auf dem Leitbild, welches vom Stiftungsrat 2013 überarbeitet wurde. Grundlage für die Überarbeitung des Leitbildes und der Strategie waren externe Evaluationen von Interface¹ und dem Centre for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel². Wir bleiben unseren Grundsätzen treu und positionieren uns als Förderstiftung, die Best-Practice-Beispiele unterstützt und damit die Entwicklung zum Thema Wohnen und Altern voranbringt. Die neue Strategie dient dazu, unseren Fokus zu schärfen. Die Aussenwahrnehmung ist geprägt von Kontinuität. Wir unterscheiden drei Themenbereiche: Projektförderung; Themenförderung und Engagement.

Ziele

Projektförderung Mittels finanzieller Unterstützung ermöglichen wir die Umsetzung von Wohn-, Betreuungs- oder Dienstleistungsmodellen, die weiterführende und inspirierende Lösungsansätze enthalten. Dadurch leisten wir einen Beitrag zur Entwicklung des Themas Wohnen und Altern.

Wir setzen uns dafür ein, dass neuartige Lösungsansätze oder Angebote sichtbar gemacht und für ein Fachpublikum nachvollziehbar werden. Durch Evaluation und andere Dokumentations- oder Auswertungsformen wird Wissen generiert, welches zielgruppengerecht multipliziert wird.

Themenförderung Wir setzen thematische Akzente, indem wir gesellschaftlich relevante Fragestellungen zum Thema Wohnen und Altern aufgreifen, ihre Entwicklung fördern und den Diskurs anregen.

Mit Programmbeiträgen werden Entwicklungsprojekte zu den thematischen Akzenten angeregt und gefördert.

Durch gezieltes Generieren, Sammeln und Verteilen von Wissen werden relevante Zielpublika sensibilisiert und informiert.

Engagement Wir engagieren uns für eine qualitative Weiterentwicklung des Themas Wohnen und Altern, indem wir Netzwerke und Organisationen sowie situativ Multiplikationsvorhaben unterstützen.

¹ Interface: Evaluation Bereich Förderbeiträge der Age-Stiftung 13. Mai 2013

² CEPS: Ergebnisse der SWOT-Analyse 18. Juni 2013 / 360°-Analyse (Experteninterviews) 18. Juni 2013

Instrumente

Projektförderung	Finanzielle A-fonds-perdu-Beiträge dienen dazu, Projekte umzusetzen und Wissen zu generieren.
	Begleitmassnahmen dienen dazu, Wissen zu sammeln, zu sichern und zu systematisieren.
	Kommunikationsmittel Age-Impuls, Age-Dossier, Fokusthema etc. dienen dazu, das Wissen zielgruppengerecht aufzubereiten und zu verteilen.
Themenförderung	Forschungsaufträge dienen dazu, Informationen zu einem Thema zu generieren und zu systematisieren.
	Programmbeiträge dienen dazu, Entwicklungen und Initiativen anzuregen und zu fördern.
	Kommunikationsmittel dienen dazu, das Thema zu dokumentieren und zielgruppengerecht zu kommunizieren. Dazu gehört auch der Age Report.
	System Netzwerk Das Zusammenstellen einer Programmkommission involviert andere Akteure und dient der Multiplikation und Differenzierung des Themas.
Engagement	Teilnahme an Netzwerken dient dazu, Wissen und Erfahrungen auszutauschen und somit die Professionalität zu stärken.
	Mitgliedschaften dienen dazu, wichtige Akteure zu unterstützen und die Branche zu fördern.
	Situative Unterstützung von Multiplikationsvorhaben dient dazu, andere Akteure in der Multiplikation von Themen, die uns wichtig sind, zu unterstützen.

Controlling / Erfolgsmessung

Projektförderung	<ul style="list-style-type: none">· Es werden nach Möglichkeit pro Jahr mindestens 15 Projekte gefördert, die den Grundsätzen der Age-Stiftung (vgl. Leitbild) entsprechen.· Jedes unterstützte Projekt verfügt über einen definierten Erkenntnisgewinn, den es dem Themenfeld Wohnen und Altern beisteuert.· Jedes Projekt wird dokumentiert, und die Kontaktdaten werden bis zum Projektabschluss (Schlussbericht) aktuell gehalten.· In der Regel wird 2 Jahre nach Abschluss bei jedem Projekt eine Nachbefragung durchgeführt.· Monatlich werden die 10 am meisten besuchten Projekte auf der Webseite eruiert, um zu erkennen, was unser Zielpublikum interessiert.
Themenförderung	<ul style="list-style-type: none">· Eine externe Feldanalyse zum gewählten Thema, die vor und nach dem Programm durchgeführt wird, soll Einflüsse des Programms sichtbar machen.· Der Absatz der Kommunikationsmittel wird festgehalten.
Engagement	<ul style="list-style-type: none">· Ein Mapping des Sektors Wohnen und Altern wird jährlich aktualisiert.· Mitgliedschaften, Partnerschaften und situative Unterstützung von Multiplikatoren wird jährlich dokumentiert.

Das vorliegende Strategiepapier wurde vom Stiftungsrat am 20. August 2013 erlassen.