



# JAHRESBERICHT 2024

# Inhaltsverzeichnis

## Überblick

<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>3</b>
Vision und Ansatz	3
Gegenstand des Berichts	3

## Das Angebot von Little World

<b>DAS GESELLSCHAFTLICHE PROBLEM UND DER LÖSUNGSANSATZ</b> .....	<b>4</b>
Das gesellschaftliche Problem	4
Die Lücken in bisherigen Lösungsansätzen	4
Der Lösungsansatz	5
<b>RESSOURCEN, LEISTUNGEN UND WIRKUNGEN IM BERICHTSZEITRAUM</b> .....	<b>6</b>
Zielgruppen	6
Eingesetzte Ressourcen (Input)	8
Erbrachte Leistungen (Output)	8
Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)	9
Darstellungen der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum	10
Maßnahmen zur begleitenden Evaluation und Qualitätssicherung	12
Vergleich zum Vorjahr: Grad der Zielerreichung, Lernerfahrungen und Erfolge	12
<b>PLANUNG UND AUSBLICK</b> .....	<b>13</b>
Planung und Ziele	13
Einflussfaktoren: Chancen und Risiken	13
<b>ORGANISATIONSSTRUKTUR UND TEAM</b> .....	<b>14</b>
Organisationsstruktur	14
Vorstellung der handelnden Personen	15
Ehrenamtliches Team	16

## Die Organisation

<b>ORGANISATIONSPROFIL</b> .....	<b>17</b>
Allgemeine Angaben	17
Governance der Organisation	18
Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften und verbundene Organisationen	18
<b>FINANZEN UND RECHNUNGSLEGUNG</b> .....	<b>19</b>
Buchführung und Rechnungslegung	19
Einnahmen und Ausgaben	19
Finanzielle Situation und Planung	20

# Überblick

## EINLEITUNG

Bei Little World legen wir großen Wert auf **Transparenz**, weil wir überzeugt sind, dass wahre Wirkung nur durch Offenheit und Konsistenz erreicht werden kann. Als Start-up im sozialen Bereich, das mit einer innovativen technologischen Lösung arbeitet, befinden wir uns in einem **schnellen Lernprozess**. Jeden Tag wachsen wir mit unseren Aufgaben, verbessern uns und lernen aus unseren Fehlern. Mit Herausforderungen gehen wir offen um – und genau deswegen überprüfen wir unsere Daten regelmäßig. Nur so stellen wir sicher, dass wir unsere Lernkurve schnell und zielgerichtet voranbringen. Dadurch verstärken wir kontinuierlich unsere Wirkung. Unsere **Partner, Förderer** und die **Öffentlichkeit** können sich auf unsere offene und ehrliche Kommunikation verlassen. Wir sind überzeugt, dass echte Veränderung durch **Zusammenarbeit** entsteht – nicht durch isolierte Maßnahmen. Durch offene Kooperationen und gemeinsames Handeln schaffen wir eine Zukunft, in der Vielfalt geschätzt und gelebt wird.



## VISION UND ANSATZ

Gegründet wurde Little World, eine gemeinnützige Unternehmergesellschaft (gUG), im Jahr 2022. Unser Ziel ist es, durch den Einsatz **digitaler Technologien** den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu fördern und **Menschen zusammenzubringen**. Die Vision unserer Organisation ist eine Gesellschaft, in der Vielfalt gefeiert wird und unerwartete, langfristige Freundschaften entstehen. Wir bieten mit einer digitalen Plattform eine innovative Möglichkeit, Menschen miteinander zu verbinden und den **interkulturellen Austausch** zu fördern. Unser Fokus liegt dabei auf niederschweligen Angeboten, die den Zugang zu sozialen Engagements erleichtern.

## GEGENSTAND DES BERICHTS

Geltungsbereich	Dieser Bericht informiert über die Arbeit der Little World gUG und ihre Plattform Little World.
Berichtszeitraum und Berichtszyklus Anwendung des SRS	Dieser Bericht umfasst das Kalenderjahr 2024.  Dieser Bericht ist unser erster nach dem SRS-Standard und basiert auf der SRS-2014-Vorlage und dem Leitfaden.
Ansprechpartner	Oliver Berlin, CEO, <a href="mailto:oliver.berlin@little-world.com">oliver.berlin@little-world.com</a>



# Das Angebot von Little World

## DAS GESELLSCHAFTLICHE PROBLEM UND DER LÖSUNGSANSATZ

### DAS GESELLSCHAFTLICHE PROBLEM

Zahlreiche globale Krisen stellen eine wachsende Belastung für die deutsche Demokratie dar. Viele Menschen erleben Unsicherheit und fühlen sich machtlos, was den Aufstieg von Rechtspopulismus und -extremismus begünstigt.<sup>1</sup> Die Ablehnung von Migrant:innen als Nachbarn stieg in Umfragen zwischen 2017 und 2023 von 21 % auf 40 % an.<sup>2</sup> 56 % der Erwerbsmigrant:innen berichten nach eigener Aussage von **Diskriminierung**.<sup>3</sup> In Krisenzeiten wird oft nach Sündenböcken gesucht, anstatt sich auf die strukturellen Ursachen zu konzentrieren. Diese negativen Erfahrungen von Menschen mit Migrationshintergrund können langfristig den gesellschaftlichen Zusammenhalt gefährden und die wirtschaftliche Situation beeinträchtigen.<sup>4</sup> In diesem Kontext darf auch das Thema Einsamkeit nicht übersehen werden: Einsamkeit kann nicht nur die geistige und körperliche Gesundheit beeinträchtigen, sondern auch zu geringerer politischer Teilnahme führen und das Vertrauen in demokratische Institutionen schwächen.<sup>5</sup> Deshalb ist es dringend notwendig, soziale Begegnungen und den Austausch zu fördern. Zuletzt stellen wir fest, dass sich die Anforderungen an das Ehrenamt in den letzten Jahren stark verändert haben. Die Bereitschaft, sich langfristig und zeitintensiv zu engagieren, sinkt kontinuierlich.<sup>6</sup> Heute suchen viele Menschen flexiblere Möglichkeiten, sich zu engagieren, um das Ehrenamt besser mit Familie und Beruf zu vereinbaren. Umso wichtiger ist es, neue Wege zu finden, wie wir das Ehrenamt für alle **zugänglich und attraktiv** gestalten können.<sup>7</sup>

### DIE LÜCKEN IN BISHERIGEN LÖSUNGSANSÄTZEN

Sprachkenntnisse sind entscheidend für die **Integration**, und Sprachschulen spielen dabei eine zentrale Rolle. Um die Sprache wirklich aktiv zu nutzen, benötigen die Lernenden Gelegenheiten, sie im Alltag anzuwenden. Dadurch verlieren sie die Angst vor dem Sprechen. Oft haben Migrant:innen in ihrem sozialen Umfeld nur wenige oder keine Muttersprachler:innen, mit denen sie sprechen können. Es gibt bereits einige Lösungsansätze, um diese **Gesprächsgemeinschaften** zu fördern. Dazu gehören zum Beispiel Sprachcafés und Organisationen, die „**Buddy-Systeme**“ für Migrant:innen anbieten. Diese Ansätze sind zwar hilfreich und wichtig, aber oft nur an bestimmte Orte und Zeiten gebunden, was ihre Nutzung erschwert. Ehrenamtliche Arbeit vor Ort ist heute weniger attraktiv, da viele Menschen sich bei Treffen mit unbekanntem Personen unsicher fühlen oder wenig Zeit haben. Außerdem erreichen diese Angebote häufig nur größere Städte oder Menschen, die flexibel sind. Hier kommt Little World ins Spiel: Wir bieten eine **digitale Plattform**, die einen einfachen und unkomplizierten Austausch ermöglicht – unabhängig von geografischen oder zeitlichen Einschränkungen.

<sup>1</sup> Demokratie besser machen, 2024 PHINEO <sup>2</sup> Gesellschaftlicher Zusammenhalt, Bertelsmann Stiftung 2024 <sup>3</sup> Kurzbericht, IAB 2024 <sup>4</sup> More in Common, 2024 <sup>5</sup> Einsamkeitsbarometer 2024 <sup>6</sup> BMI - Die Bedeutung von Ehrenamt und bürgerschaftlichem Engagement 2019 <sup>7</sup> Sinus-Jugendstudie 2024

## DER LÖSUNGSANSATZ

Little World stellt eine **innovative, digitale und agile** Lösung dar, die den interkulturellen Austausch und die Sprachförderung in den Mittelpunkt stellt. Die geschaffene Plattform bietet eine sichere und benutzerfreundliche Umgebung, die es Ehrenamtlichen und Deutschlernenden ermöglicht, über integrierte Chat- und Videotelefonie **Funktionen** miteinander zu kommunizieren – ohne dass sie persönliche Daten austauschen müssen. Mit der Plattform sollen Sprachbarrieren abgebaut, kulturelle Missverständnisse verringert und eine nachhaltige, integrative Gesellschaft gefördert werden. Basierend auf einem durchdachten Algorithmus werden Teilnehmende mit ihren Bedürfnissen und Erwartungen miteinander gematcht. **Einführungsgespräche** und ein regelmäßiger **1:1-Support** gewährleisten, dass sie dabei begleitet werden und maximale Lernerfolge erzielen.

Unsere Plattform legt großen Wert auf **Datensicherheit**. Daher sind Videocalls so verschlüsselt, dass niemand von außen mithören kann. Unser Sicherheitskonzept folgt den Best Practices der **Server- und Netzwerksicherheit**, und im Jahr 2024 haben wir einen vollständigen Sicherheits-Audit der Plattform-Software sowie unserer Server durchgeführt. Wir erheben ausschließlich statistische Daten, um die automatisierten Funktionen der Plattform zu steuern.

Unsere Arbeit umfasst verschiedene Maßnahmen, die sicherstellen, dass die Plattform **effektiv** und **benutzerfreundlich** bleibt. Wir betreiben die Plattform als einen sicheren Raum, der sich kontinuierlich weiterentwickelt. Durch Einführungsgespräche mit allen Teilnehmenden stellen wir sicher, dass sie die Community-Regeln und die Abläufe auf der Plattform verstehen. Gleichzeitig lernen wir ihre Erwartungen und Bedürfnisse von Anfang an kennen, um sie langfristig individuell zu unterstützen. Ein **smarter Algorithmus** übernimmt das Matching der Gesprächspartner, sodass jeder Teilnehmende mit den passenden Personen in Kontakt tritt.

Den Algorithmus überprüfen wir dabei kontinuierlich durch eine **menschliche Instanz**. Unser Community Manager gibt die vorgeschlagenen Matches frei und priorisiert in besonderen Fällen auch den zweiten Vorschlag des Algorithmus, wenn dieser besser passt. So stellen wir sicher, dass die Matches den **individuellen Bedürfnissen** der Teilnehmenden gerecht werden.

Zudem erhalten die Teilnehmenden einen regelmäßigen **1:1-Support**, der sie in ihrem Match-Prozess begleitet. Zusätzlich unterstützen wir Gespräche mit Fragekarten, einem Chat sowie einem integrierten Übersetzer in der Videotelefonie. Diese Tools helfen **Sprachbarrieren zu überwinden** und den Dialog zu fördern. Außerdem können die Teilnehmenden optionale Gruppengespräche, Trainings und Workshops in Anspruch nehmen, um ihre Sprach- und interkulturelle Kompetenzen weiterzuentwickeln.

## FAZIT

Little World bietet eine durchdachte, digitale Lösung, die es Ehrenamtlichen und Deutschlernenden ermöglicht, nicht nur Sprachbarrieren zu überwinden, sondern auch kulturelle Missverständnisse zu reduzieren und eine integrative Gesellschaft zu schaffen.

# RESSOURCEN, LEISTUNGEN UND WIRKUNGEN IM BERICHTSZEITRAUM



## IMPACT

7 Gesellschaft verändert sich

6 Lebenslage der Zielgruppen ändert sich

## OUTCOME

5 Zielgruppen ändern ihr Handeln

4 Zielgruppen verändern Bewusstsein bzw. Fähigkeiten

3 Zielgruppen akzeptieren Angebote

## OUTPUT

2 Zielgruppen werden erreicht

1 Aktivitäten finden wie geplant statt

Quelle: Kursbuch Wirkung, Phineo gAG

## ZIELGRUPPEN

### DIREKTE UND INDIREKTE ZIELGRUPPEN

1 Unser Projekt richtet sich einerseits an **eingewanderte und geflüchtete Menschen ab 18 Jahren**, besonders an sozial benachteiligte Personen, die selten die Gelegenheit haben, die Sprache praktisch anzuwenden. Durch regelmäßige Gespräche sollen ihre Sprachkenntnisse verbessert und ihr Verständnis der deutschen Kultur und Gesellschaft erweitert werden. Dadurch fühlen sich die Teilnehmenden **stärker integriert und zugehörig**, was ihr Selbstvertrauen stärkt und sie sicherer Deutsch im Alltag sprechen lässt. Sie meistern beispielsweise Bewerbungsgespräche oder offizielle Termine besser und nehmen aktiver am gesellschaftlichen Leben teil. Mit verbesserten Sprachkenntnissen finden sie qualifikationsgerechte Arbeit, haben bessere Chancen auf dem Wohnungsmarkt und schließen Freundschaften mit Einheimischen, was Ihre **langfristige Integration** fördert.

2 Gleichzeitig sind auch **deutschsprachige Menschen ab 18 Jahren** – mit und ohne Migrationserfahrung – als Ehrenamtliche angesprochen, die sich regelmäßig engagieren möchten. Besonders profitieren dabei jene, die bisher noch nie oder nur unregelmäßig ehrenamtlich tätig waren. Auch Personen, die wenig Zeit haben und Flexibilität benötigen, darunter **„Corporate Volunteers“**, werden gezielt angesprochen. Durch ihr Engagement erweitern die Ehrenamtlichen ihr Verständnis für die Kultur und die Herausforderungen ihrer Gesprächspartner:innen und bauen Schritt für Schritt Barrieren ab. Sie gewinnen an Selbstvertrauen und setzen ihr Engagement bei positiven Erfahrungen fort. Dabei überwinden sie Ängste vor anderen Kulturen und entwickeln eine **Neugier** sowie **Offenheit** für Neues. Ihre Wirkung stärkt ihr Gefühl der Wertschätzung und motiviert sie, aktiv Veränderungen zu bewirken.

## LEISTUNGEN (OUTPUT)

**Diese Funktionen und Maßnahmen bieten wir an, um die Zielgruppen zu erreichen und die Bedürfnisse der Nutzer:innen zu bedienen:**

**Einführungsgespräche vor dem Matching** Alle Teilnehmenden werden in einem von vier wöchentlichen Gruppengesprächen vorbereitet. Diese Gespräche dienen dazu, die erste Begegnung zu üben, die Werte hinter und Verhaltensweisen auf Little World zu erklären sowie offene Fragen zu beantworten.

### **Smartes Matching**

Die Teilnehmenden werden basierend auf gemeinsamen Interessen, zeitlicher Verfügbarkeit und weiteren Präferenzen mit passenden Ehrenamtlichen verbunden.

### **Selbständige 1-zu-1-Gespräche**

Die Plattform erleichtert die eigenständigen Gespräche durch Funktionen wie Fragekarten und einen integrierten Übersetzer. Die Maßnahmen helfen insbesondere bei anfänglichen Unsicherheiten auf beiden Seiten und fördert fließende Unterhaltungen.

### **1-zu-1-Support**

Während der Teilnahme bietet unser Team gezielte Unterstützung, um Fragen zu beantworten und mögliche Herausforderungen zu lösen.

### **Optionale Gruppengespräche**

Moderierte Gruppengespräche bieten den Teilnehmenden Raum, um weitere Teilnehmende kennenzulernen, Deutsch in der Gruppe zu üben sowie Erfahrungen auszutauschen.

### **Trainings, Workshops**

Eine aufgezeichnete Workshop-Reihe zur interkulturellen Kommunikation steht allen zur Verfügung. Auch in Zukunft werden weitere Workshops & Trainings stattfinden.

### **Ressourcen**

Zusätzlich finden die Deutschlernenden auf unserer Plattform Links zu weiteren externen Hilfsangeboten sowie zu externen Deutschlernangeboten.



# RESSOURCEN, LEISTUNGEN UND WIRKUNGEN IM BERICHTSZEITRAUM

## INGESETZTE RESSOURCEN (INPUT)

### Finanzierung

Im Jahr 2024 wurden Eigen- und Fremdmittel für den Betrieb und die Weiterentwicklung der Plattform verwendet.

Weitere Details finden sich im Punkt Finanzen und Rechnungslegung, S. 19

### Team

Das Team besteht aus 5 hauptamtlichen und 9 ehrenamtlichen Mitarbeitenden. Es arbeitet remote aus verschiedenen Regionen Deutschlands, darunter Aachen, Berlin, Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg, Hessen, Bayern, Sachsen, Thüringen und Rheinland-Pfalz zusammen.

Weitere Details finden sich im Punkt Organisation, S. 15, 16



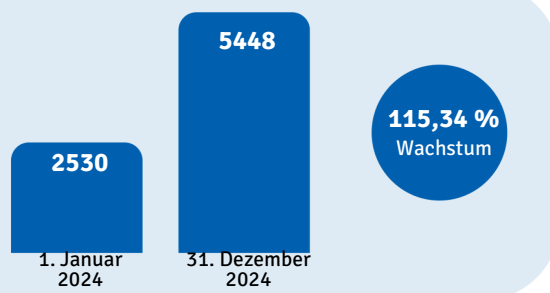
## ERBRACHTE LEISTUNGEN (OUTPUT)

Im vergangenen Jahr konnten wir zahlreiche Aktivitäten umsetzen, die die Integration und den interkulturellen Austausch förderten. Dazu gehörten Gespräche, die den Teilnehmenden halfen, ihre Sprachkenntnisse zu verbessern und mehr Vertrauen in die Anwendung der Sprache im Alltag zu gewinnen. Der Matching-Prozess ermöglichte es den Teilnehmenden, Gesprächspartnerschaften zu bilden, die einen **kontinuierlichen Austausch** und **gegenseitiges Lernen** förderten. Außerdem erhielten alle Teilnehmenden individuelle Unterstützung während ihrer gesamten Teilnahmezeit.

Monatliche Community Calls boten eine Gelegenheit, um das Projekt transparent zu gestalten und Feedback von den Teilnehmenden zu sammeln. Regelmäßige Gruppengespräche ermöglichten es, Themen zu reflektieren und voneinander zu lernen. Zudem wurden interkulturelle **Trainings** angeboten, die den Teilnehmenden halfen, ein besseres Verständnis für die interkulturelle Kommunikation zu gewinnen. Ein weiterer Fokus lag darauf, unsere digitale Plattform technisch weiterzuentwickeln. Dabei ergriffen wir Maßnahmen, um die Nutzererfahrung zu verbessern und den Fortschritt einer App vorangetrieben.

## NUTZER:INNENZAHLEN

Das Projekt erreichte bisher eine **breite Zielgruppe**, darunter eingewanderte und geflüchtete Menschen sowie ehrenamtliche Helfer:innen. Diese Zahl wird durch die eigene Nutzerverwaltungsplattform erfasst und regelmäßig aktualisiert.



Durch Little World konnten sich die Teilnehmenden in ihrer Lebenslage und ihrem Verhalten **weiterentfalten**. Deutschlernende berichteten von einer verbesserten Sprachkompetenz, einem tieferen Verständnis der deutschen Kultur und mehr Selbstvertrauen in herausfordernden Alltagssituationen. Sie fühlten sich zunehmend in ihrer neuen Heimat angekommen und willkommen. Auch die Ehrenamtlichen berichteten von einer positiven Entwicklung ihres interkulturellen Verständnisses und zeigten weiterhin ein **hohes Engagement**.

**Insgesamt ist die Zufriedenheit der Teilnehmenden hoch und viele gaben an, das Projekt weiterempfehlen zu wollen.** Die positiven Rückmeldungen, die auch in sozialen Medien geteilt wurden, trugen zur Bekanntmachung des Projekts bei. Insofern leistet unser Projekt einen bedeutenden Beitrag, um die Integration und Vielfalt in der Gesellschaft zu fördern. Die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Plattform basiert auf **datengestützten Entscheidungen** und dem **regelmäßigen Austausch** mit den Teilnehmenden. Feedback fließt direkt in die Optimierung der Plattform und der angebotenen Aktivitäten ein, sodass das Little World stets auf die Bedürfnisse der Zielgruppen angepasst wird.

# RESSOURCEN, LEISTUNGEN UND WIRKUNGEN IM BERICHTSZEITRAUM

## ERREICHTE WIRKUNGEN (OUTCOME/IMPACT)

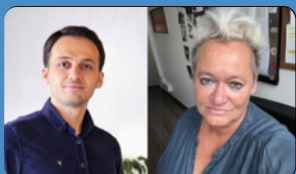
Little World leistet einen bedeutenden Beitrag dazu, eine offene und bewusste **Einwanderungsgesellschaft** in Deutschland zu fördern. Mit unserer Arbeit stärken wir die Akzeptanz von Vielfalt als gesellschaftliche Bereicherung und unterstützen die Integration von Eingewanderten. Auf unserer Plattform knüpfen Nutzer:innen neue soziale Verbindungen, bauen Vertrauen zueinander auf und gewinnen neue Perspektiven hinzu. Zudem profitieren – langfristig gesehen – verschiedene gesellschaftliche Bereiche wie Wirtschaft, Wissenschaft und Politik von den vielfältigen Erfahrungen und Talenten der Eingewanderten.

Die sozialen Auswirkungen auf die Teilnehmenden, wie Veränderungen in Einstellung, Verhalten und Lebenslage, lassen sich durch Umfrageergebnisse und qualitative Interviews belegen. Wissenschaftliche Studien bestätigen ebenfalls die Bedeutung von kultureller Diversität, etwa die Bertelsmann-Studie „Faktor Vielfalt – Die Rolle kultureller Vielfalt für Innovationen in Deutschland“ (2018), die zeigt, dass kulturelle Vielfalt die Innovationskraft von Unternehmen fördert. Auch McKinsey weist in „Diversity Matters Even More“ (2023) nach, dass Unternehmen mit kulturell vielfältigen Teams erfolgreicher sind. Angesichts dieser Studien lässt sich davon ausgehen, dass auch Little World vergleichbare positive gesellschaftliche Effekte erzielt.



## WAHRE WIRKUNG ZEIGT SICH IN LEBENSGESCHICHTEN

In unserem Blog teilen Menschen aus der Community, wie Little World ihr Leben bereichert hat. Lesen Sie hier, wie Vielfalt und Zusammenhalt spürbar werden.  
<https://home.little-world.com/stories>



### Technische Entwicklung

Wie es in der Softwareentwicklung üblich ist, wurde auch Little World bereits in einem frühen Entwicklungsstadium (Beta-Version) im Oktober 2022 veröffentlicht und anschließend iterativ weiterentwickelt. Anfang 2024 haben wir die Webanwendung in ihrer Vollversion veröffentlicht. So konnten wir die Plattform nutzerorientiert und kontinuierlich verbessern. Auch im Jahr 2024 wurden rund 50 % der Ressourcen in die technische Entwicklung investiert.

## DIE FOLGENDEN ENTWICKLUNGEN HABEN WIR 2024 UMGESETZT

### Abschluss der Beta-Version

Ein großer Teil der Webanwendung wurde refactored, um die Grundlage für die mobile App zu schaffen und zukünftige Entwicklungen schneller und fehlerfreier durchführen zu können. Das Ergebnis: Die Machbarkeit der Portierung auf iOS und Android wurde erfolgreich getestet, die Umsetzung folgt.

### Etablierung eines UI-Design-Systems

Um in der Zukunft Zeit zu sparen, haben wir ein wiederverwendbares UI-Design-System entwickelt.

### Umstellung der Videocall-Software

Da unsere bisherige Software, Twilio, Ende 2024 eingestellt wird, war eine zukunftssichere Alternative notwendig. LiveKit bietet präzise Tracking-Möglichkeiten für zukünftige Gamification-Features, wie z. B. Punktesysteme für aktive Teilnahme, und lässt sich problemlos in unsere geplante iOS- und Android-App integrieren.

### Sicherheitsprüfung

Wir haben eine externe IT-Sicherheitsprüfung durchgeführt, gefolgt von notwendigen Anpassungen.

### Terminbuchungsoptionen

Wir haben Terminbuchungsoptionen für Einführungsgespräche eingeführt, um den Prozess für die Teilnehmenden zu vereinfachen und eine bessere Organisation zu gewährleisten.

### Erweiterung interner Statistiksysteme

Wir haben die internen Statistiksysteme erweitert, um die Erfahrung der Benutzer:innen zu optimieren. Durch eine detaillierte Aufteilung der gesamten User-Journey und der Matching-Phase in sogenannte „Buckets“ können wir jeden Schritt im Prozess genau zuordnen und nachvollziehen. Neben qualitativem Feedback erhalten wir so eine fundierte, datenbasierte Grundlage, die uns hilft, spezifische Herausforderungen der Teilnehmenden zu identifizieren und zu lösen.

### Bestätigung von Matches

Wir haben eine „Match-Bestätigung“ für Deutschlernende implementiert, um die Qualität der Matches zu verbessern und sicherzustellen, dass die Teilnehmenden mit ihren Partner:innen zufrieden sind.

### Optimierung des Administrationsbereichs

Es wurden zahlreiche Anpassungen und ein Refactoring des Administrationsbereichs vorgenommen, um die Verwaltung der Teilnehmenden effizienter zu gestalten – ein wichtiger Faktor, um die Plattform erfolgreich zu betreiben. Dadurch können wir besser nachvollziehen, wer zu welchem Zeitpunkt Unterstützung benötigt und gleichzeitig tiefere Analysen durchführen, um gezielt Prioritäten für Verbesserungen zu setzen.

### Überarbeitung des E-Mail-Systems

Die E-Mails und die „Unsubscribe“-Funktion wurden benutzerfreundlich neugestaltet, um die Zustellbarkeit von E-Mails auf der Plattform zu verbessern. Zudem können Community Manager im neuen E-Mail-Editor jetzt einfach E-Mails erstellen und an Teilnehmerlisten versenden.

Überarbeitung und Neueinführung der **“Unmatch“- und Reporting-Funktionen**. Mit der Unmatch-Funktion können Nutzer:innen selbstständig entscheiden, wenn sie ein Match nicht weiterverfolgen möchten, und den entsprechenden Nutzer aus ihrer Match-Liste entfernen.

Reduktion der AWS Abhängigkeiten und Kosten durch **Umzug auf deutsche Netcup Server**.

Auch für Marketing und Kommunikation konnten wir eine hauptamtliche Stelle sichern.



### Branding und Strategie

Neue Brand-Strategie: Unter der Leitung von Melina Bosch wurde 2024 erstmals unsere Marke grundlegend neu definiert. Dabei kam das innovative Konzept der „Utopia Brand“ zum Einsatz, das auf den drei Säulen **Abundance, Community** und **Transparency** basiert.

### Webseite

- ▶ **Neugestaltung und Relaunch** unserer Website: Nach dem Redesign Ende 2023 wurde die neue Seite 2024 implementiert.
- ▶ **Launch** neuer Blog Stories, um die Vielfalt unserer Community und ihre Erfahrungen zu teilen
- ▶ **Erklärvideo** auf der Startseite dank der pro-bono Umsetzung der Motion Designerin Monika Cholewa

In Community Management haben wir ebenfalls große Verbesserungen geschaffen:

### Community Management und Nutzererfahrung

- ▶ Definition einer neuen **User Journey** (spiegelt die Vielfalt der Erlebnisse und Bedarfe unserer User wider und ermöglicht Automatisierungen sowie effizientes Plattformmanagement) April 2024
- ▶ Erstellung **automatisierter E-Mails und Nachrichten** – basierend auf der neuen User- und Match-Journey
- ▶ Einführung des „**Mach Mit**“-Bereichs für die Teilnehmenden: Dieser enthält eine Vielzahl von Möglichkeiten, Little World zu unterstützen – vom Teilen der Geschichte im Blog, dem Beitritt zu Social Media-Gruppen bis hin zum Verteilen von Postern vor Ort
- ▶ Implementierung eines „**Ressourcen**“-Bereichs in der Plattform – von ausgewählten Lernressourcen für Nutzer:innen mit A1 oder A2 Niveau bis zu Trainings in Bezug auf multikultureller Kommunikation

### Team und Engagement

Schaffung einer hauptamtlichen Stelle ab Januar 2024. Wachstum des Ehrenamtlichen Teams zu 6 Mitgliedern in Marketing und Kommunikation

### Andere Kanäle

- ▶ **Artikel** über Little World in „Deutsch Perfekt“ erreicht über 500.000 Deutschlernende März 2024
- ▶ **Social Media-Kampagne** zum Thema Ehrenamt ab April 2024, was zu einer ca. 40 % günstigeren Cost-per-Conversion und mehr Wachstum führte.
- ▶ **SEA Maßnahmen** ab April 2024 für die Auffindbarkeit von „Little World“ und die Optimierung unserer Kampagne zur Gewinnung Ehrenamtlicher.
- ▶ Integration von **SEO-Maßnahmen** für die Positionierung auf verschiedenen Ehrenamtsportalen positioniert und die Optimierung von Texten auf unserer Website.
- ▶ Verbesserung unserer **Social Media Profile** auf Instagram, Facebook und LinkedIn anhand einer neuen Social Media-Strategie
- ▶ **Social-Media-Moderation Richtlinien:** Je sichtbarer wir in Social Media sind, desto mehr Kommentare erhalten wir – darunter leider auch Hassrede. Um unsere Community und Ehrenamtlichen im Team zu schützen, haben wir einen 43-seitigen Leitfaden erstellt, der nicht nur als Training benutzt wird, sondern auch Vorlagen, Quellen und Prozesse für Staff-Anzeigen aufzeigt.
- ▶ Launch des **monatlichen Newsletters** im Oktober 2024 hat über 1500 Abonnent:innen
- ▶ Erstellung **neuer Design-Vorlagen** für Social Media in Canva, um mehr Konsistenz, ein auffälligeres Auftreten und ein einfaches Handling für unsere Ehrenamtlichen im Social Media-Bereich zu ermöglichen.
- ▶ Erste **Spendekampagne** im Dezember 2024

### Onboarding und Gruppengespräche

- ▶ Pilot: Onboarding 1:1 für Matching-Qualitätsverbesserung im Zeitraum Februar - April 2024
- ▶ Einführung der Group Onboarding, da unsere Anmeldungen dank der Kampagnen exponentiell gestiegen sind – seit Mai 2024
- ▶ Gründung eines monatlichen Forums als Treffpunkt für Team und Plattformnutzer, um die Weiterentwicklung unserer Community zu fördern
- ▶ Kennenlernen und spontane Gespräche ab Oktober wöchentlich (mit einem großen positiven Effekt auf das Community-Gefühl)

### Workshops und Weiterentwicklung

- ▶ Abhaltung von 6 multikulturellen Workshops im Juni und Juli 2024
- ▶ Angebot von Workshops als Ressourcen in der Plattform verfügbar ab Juli 2024

### Team und Ressourcen

Schaffung einer halben hauptamtlichen Stelle ab Oktober 2024

## MASSNAHMEN ZUR BEGLEITENDEN EVALUATION UND QUALITÄTSSICHERUNG

Auch in Zukunft wollen wir uns kontinuierlich weiterentwickeln. Unsere Qualitätssicherung erfolgt durch eine enge Zusammenarbeit des gesamten Teams. In wöchentlichen Teamtreffen werden Verbesserungsvorschläge diskutiert, Maßnahmen überprüft und neue Initiativen geplant. Dabei wird die Expertise aus unterschiedlichen Bereichen wie UX-Design, Programmierung, Strategie, Community Management und Kommunikation eingebunden.

Ein wichtiger Bestandteil der Weiterentwicklung ist die datengestützte Entscheidungsfindung. Die Plattform erfasst automatisch Live-Statistiken, die eine präzise Analyse ermöglichen und so die Planung gezielter Maßnahmen unterstützen. So erhalten Teilnehmende automatische Nachrichten, in unterschiedlichen vordefinierten Situationen, die sie unterstützen, um ihre Erfahrung auf der Plattform zu verbessern. Umfragen sowie regelmäßige Rückmeldungen in monatlichen Gesprächen und Support-Chats liefern wertvolle Einblicke und Ideen zur Verbesserung.



Abbildung unseres KPI-Boards, auf dem wir die Kennzahlen der Plattform tracken, um die Qualität zu sichern und Weiterentwicklungspotenziale zu identifizieren.

## VERGLEICH ZUM VORJAHR: GRAD DER ZIELERREICHUNG, LERNERFAHRUNGEN UND ERFOLGE

Im Jahr 2023 war die Plattform bereits online, jedoch als **Beta-Version**. Dadurch konnten wir viel lernen, testen und verbessern. Diese Erfahrungen waren entscheidend für den Aufbau der **Vollversion**. 2024 haben wir unsere Ziele erreicht: Wir haben nicht nur die Vollversion gelauncht, sondern auch das Erlebnis für die Nutzer:innen auf der Plattform verbessert, die Kommunikation automatisiert, die Steuerung professionalisiert und unsere Community aufgebaut.

## PLANUNG UND ZIELE

Unsere Vision ist eine offene Gesellschaft, in der Vielfalt wertgeschätzt ist und unerwartete Freundschaften geschlossen werden. Um dieses Ziel zu erreichen, möchten wir der zentrale und niederschwellige Anlaufpunkt für Begegnungen zwischen der Aufnahmegesellschaft und Eingewanderten in Deutschland sein.

## WICHTIGSTE ZIELE DES PROJEKTS

### Förderung von Akzeptanz und Wertschätzung gesellschaftlicher Vielfalt

Little World trägt nachweislich zur **Reduzierung von Vorurteilen** und zur **Förderung von Toleranz** bei. In den Wirkungsumfragen berichten 98 % der Ehrenamtlichen und 85 % der Deutschlernenden von einem gestiegenen interkulturellen Verständnis. Die Plattform schafft bereits hunderte Begegnungen, die oft langfristig bestehen bleiben, und fördert so die Akzeptanz der kulturellen Vielfalt.

### Erhöhung der gesellschaftlichen Teilhabe

Auf Little World verbessern hunderte Eingewanderte regelmäßig ihre Deutschkenntnisse durch Gespräche mit ehrenamtlichen Partner:innen. Diese Begegnungen fördern nicht nur die Sprachkompetenz, sondern auch die soziale Integration und den Aufbau neuer Freundschaften. Beide Seiten – Eingewanderte und Ehrenamtliche – profitieren von einem gestärkten Gefühl der **Gemeinsamkeit** und **Teilhabe am gesellschaftlichen Leben**. Ehrenamtliche erkennen ihre Wirksamkeit und tragen aktiv zur Gestaltung einer offenen und vielfältigen Gesellschaft bei.

## EINFLUSSFAKTOREN: CHANCEN UND RISIKEN

Die politische Situation – geprägt von einem Rechtsruck und der negativen Verallgemeinerung von Migration als Gefahr in Wahlkampagnen – hat die Gesellschaft erschüttert. Daraus ergeben sich sowohl Risiken als auch Chancen.

Zu den Risiken gehört, dass sich viele Menschen radikalieren und einige Unternehmen, die uns sonst unterstützen würden, lieber Abstand vom Thema Migration nehmen.

Gleichzeitig entstehen Chancen: Viele Menschen und Organisationen setzen verstärkt auf die Förderung von Vielfalt, Integration und Demokratie.

# ORGANISATIONSSTRUKTUR UND TEAM



## ORGANISATIONSSTRUKTUR

Unser Team bei Little World besteht aus verschiedenen Expert:innen, die sich gemeinsam der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Plattform widmen. Jeder Bereich spielt eine entscheidende Rolle im Erfolg unseres Projekts und sorgt dafür, dass wir eine benutzerfreundliche sowie nachhaltige Lösung bieten können.

### IT-Entwicklung und Plattform-Management

Unsere IT-Entwicklung ist das Herzstück unserer Plattform. Mit einer starken Mischung aus Frontend- und Backend Expertise sorgt unser Development Operations-Team dafür, dass die Plattform stabil läuft und fortlaufend verbessert wird. So wird eine optimale Nutzererfahrung gewährleistet.

### Organisation, Finanzen und Kooperationen

Das Team kümmert sich um die **organisatorischen Abläufe** sowie um die **finanziellen und administrativen** Aufgaben. Dies umfasst die Buchhaltung, Förderanträge und strategische Partnerschaften. Zudem kooperieren wir mit Stiftungen, NGOs, Ehrenamtsbüros und Unternehmen, um die finanziellen Ressourcen optimal zu nutzen.

### Community Management

Unser Community Management setzt den Fokus auf die Bedürfnisse der Nutzer:innen, **fördert den Dialog** und schafft eine unterstützende Gemeinschaft. Interkulturelle Workshops stärken das Verständnis zwischen Kulturen und fördern den Austausch innerhalb der Community.

### Marketing und Kommunikation

Dieser Bereich sorgt dafür, dass **Informationen klar und ansprechend** über verschiedene Kanäle verbreitet werden. Im Mittelpunkt steht die Erstellung von Inhalten, die Website, den Newsletter und die Pflege der Social-Media-Präsenz, um die Reichweite und Bekanntheit von Little World zu steigern.

### Strategie und Planung

Dieser Part ist entscheidend für den langfristigen Erfolg der Plattform. Das Core Team arbeitet gemeinsam daran, alle Bereiche - von der Plattformentwicklung bis zum Marketing - aufeinander abzustimmen, die Vision klar zu definieren und sicherzustellen, dass **die strategischen Ziele** erreicht werden.

# ORGANISATIONSSTRUKTUR UND TEAM

## VORSTELLUNG DER HANDELNDEN PERSONEN

### **Oliver Berlin** Geschäftsführung

Seit der Gründung von Little World hat Oliver Berlin als Geschäftsführer erfolgreich zahlreiche Projekte geleitet. Durch seine Arbeit konnte er bereits viele Menschen erreichen und wertvolle Erfahrungen im Umgang mit Zielgruppen wie Migranten und Geflüchteten sammeln. Seine ausgeprägte Führungskompetenz zeigt sich besonders in seiner Rolle als Geschäftsführer, die er seit 2022 innehat.

„**Chancengleichheit, insbesondere für besonders sozial benachteiligte Menschen wie geflüchtete und eingewanderte Menschen, ist mein Antrieb für die Arbeit bei Little World.**“



Oliver ist Wirtschaftsingenieur der RWTH Aachen und bringt vorherige Erfahrungen im Projektmanagement aus Frankreich mit.

### **Sean Blundell** Chief Community Officer (CCO)

Seine freiwillige Arbeit in Obdachlosenheimen und als Mentor bei CodeBar und SAYes sowie die Gründung der Non-Profit-Organisation „Mitein“ prägten seine Mission, digitale Lösungen für die Integration von Migranten und Flüchtlingen zu entwickeln.

„**Ich setze Technologie ein, um Brücken zwischen Menschen zu bauen. Bei Little World strebe ich eine inklusive, solidarische Gesellschaft an.**“



Sean bringt umfangreiche Erfahrung in Softwareentwicklung und Anwendungsdesign mit, gepaart mit der Leidenschaft für Gemeinschaft und digitale Lösungen. Nach einem Bachelor in Wirtschaftswissenschaften (Cum Laude) und über acht Jahren Erfahrung als Softwareentwickler konzentriert er sich auf benutzerzentrierte Lösungen.

### **Melina Bosch** Chief Marketing Officer (CMO)

Mit über 15 Jahren internationaler Expertise im strategischen Marketing und Teamführung treibt Melina das Wachstum von Little World voran. Sie kombiniert ihre Fähigkeiten in digitaler Kommunikation mit Storytelling, um nachhaltige Reichweite und Wirkung zu erzielen.

„**Die Plattform fördert interkulturellen Austausch und gesellschaftliche Teilhabe auf ganz niedrigschwelligem Niveau – genau das, was unsere Gesellschaft braucht, um endlich die Vorteile von Vielfalt zu erleben.**“



Geboren in Argentinien, hat Melina in Großbritannien, Frankreich, Spanien und Deutschland gearbeitet und dabei selbst Migrationserfahrungen gesammelt – sie kennt die Herausforderungen von Migrant:innen aus eigener Perspektive.

### **Tim Schupp** Chief Technology Officer (CTO)

Tim bringt umfangreiche Kenntnisse und Fähigkeiten aus verschiedenen Technologiebereichen mit. Er hat an zahlreichen Wettbewerben und Hackathons teilgenommen und einen Bachelor in Informatik. Mit Erfahrung in maschinellem Lernen und der Arbeit an Sprachmodellen für Spracherkennung hat er tiefgehendes Wissen in Computer Science erworben. Zudem sammelte er als wissenschaftlicher Mitarbeiter wertvolle Erfahrungen in Orchestrierung und Softwareentwicklung.

„**Mit meiner Leidenschaft für Technik und Programmierung verbinde ich Menschen und Technologie. Als Technischer Leiter bei Little World setze ich meine Überzeugungen direkt in die Praxis um.**“



Durch seine internationalen Erfahrungen in Mexiko, Edinburgh und Dublin hat er die Bedeutung von Sprache und interkulturellem Austausch erkannt.

### **Alice Massam** Community Managerin

Mit einem Bachelor in Europapolitik und Germanistik sowie einer Bachelorarbeit zur Zugänglichkeit von Sprachkursen für geflüchtete Frauen hat Alice tiefgehendes Fachwissen im Bereich Sprachförderung. Ihre langjährige Erfahrung in der Freiwilligenarbeit und als Deutschlernende gibt ihr zudem ein starkes Verständnis für die Bedürfnisse von Migranten.

„**Es motiviert mich, Menschen in ihrer Integration zu unterstützen und Teil ihrer Erfolge zu sein. Bei Little World kann ich wirklich etwas bewirken.**“



Alice ist selbst Nicht-Muttersprachlerin und kennt die Herausforderungen, die eine neue Sprache mit sich bringt. Als sie ohne Kontakte nach Berlin zog, erkannte sie, wie wichtig eine Plattform wie Little World ist. Ihr Ziel ist es, Menschen zu helfen, ihre Sprachkenntnisse zu verbessern und neue Kontakte zu knüpfen.

# ORGANISATIONSSTRUKTUR UND TEAM

## EHRENAMTLICHES TEAM



**Yannek Sommer**  
Content Moderator



**Isabell Simondes**  
Social Media & Volunteer



**Ahmet Sina Ustem**  
Programmierer & Volunteer



**Juliane Lo**  
Consultant & Social Media Manager



**Sabine Zink**  
Wortmeisterin & Volunteer



**Kübra Tekin**  
Social Media & Volunteer



**Laszlo Szabo**  
Buchhalter & Volunteer



**Annette Schwindt**  
Kommunikation & Volunteer



**Constantin Haag**  
Webentwickler & Volunteer



**Peter Schallenberg**  
Finanzprofi & Volunteer



[home.little-world.com/ueber-uns](https://home.little-world.com/ueber-uns)

# Die Organisation

## ORGANISATIONSPROFIL

### ALLGEMEINE ANGABEN

**Name**

A Little World gemeinnützige UG (haftungsbeschränkt)

**Sitz der Organisation gemäß Satzung**

Jülicher Straße 209d, 52070 Aachen, Deutschland  
(keine weitere Niederlassungen)

**Gründung**

3. September 2022

**Rechtsform**

gemeinnützige UG (haftungsbeschränkt)

**Kontaktdaten**

**Adresse** Oliver Berlin  
Little World  
Jülicher Straße 209d  
52070 Aachen  
**Telefon** +49 152 34 777 471  
**E-Mail** oliver.berlin@little-world.com  
**Website** https://little-world.com

**Link zur Satzung**

Aktuelle Satzung & mehr jederzeit kostenlos  
im Handelsregister herunterladbar  
[www.handelsregister.de](http://www.handelsregister.de)

**Registereintrag**

**Registergericht** Amtsgericht Aachen  
**Registernummer** HRB 26050

**Datum der Eintragung** 03. September 2022

**Gemeinnützigkeit**

Die Körperschaft fördert im Sinne der §§ 51 ff. AO  
ausschließlich und unmittelbar folgende gemeinnützige  
Zwecke:

**Angabe über Gemeinnützigkeit gemäß §52****Abgabenordnung**

- ▶ Förderung von Wissenschaft und Forschung (§ 52 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 AO)
- ▶ Förderung der Volks- und Berufsbildung, einschließlich der  
Studentenhilfe (§4 52 Abs. 2 Satz 1 Nr. 7 AO)
- ▶ Förderung der Hilfe für politisch, rassistisch oder religiös  
Verfolgte, für Flüchtlinge und Vertriebene (§ 52 Abs. 2 Satz 1  
10 AO)
- ▶ Förderung der Hilfe für Kriegsoffer, Kriegshinterbliebene  
Kriegsbeschädigte und Kriegsgefangene (§ 52 Abs. 2 Satz 1  
10 AO)
- ▶ Förderung der Hilfe für Zivilgeschädigte und behinderte  
Menschen (§ 52 Abs. 2 Satz 1 Nr. 10 AO)
- ▶ Förderung des Andenkens an Verfolgte, Kriegs- und  
Katastrophenopfer (§ 52 Abs. 2 Satz 1 10 AO)
- ▶ Förderung internationaler Gesinnung, der Toleranz auf allen  
Gebieten der Kultur und des Völkerverständigungsgedankens  
(§ 52 Abs. 2 Satz 1 Nr. 13 AO)
- ▶ Förderung der Entwicklungszusammenarbeit (§ 52 Abs. 2  
Satz 1 Nr. 15 AO)
- ▶ Förderung des bürgerschaftlichen Engagements (§ 52 Abs. 2  
Satz 1 Nr. 25 AO)

**Datum des Feststellungsbescheids**

23.04.2024

**Ausstellendes Finanzamt**

Finanzamt Aachen-Stadt (Veranlagungsbezirk 050)

**ArbeitnehmerInnenvertretung**

Besteht nicht auf Grund der geringen Unternehmensgröße

**Anzahl in Köpfen**

In Klammern: umgerechnet  
in Vollzeitstellen

**Anzahl MitarbeiterInnen****davon hauptamtlich****davon Honorarkräfte****davon ehrenamtlich****2023**

8

1 (0,5 Vollzeitäquivalente)

25.835,72 Euro

7 (einige Ehrenamtliche aus  
2023 sind zu Angestellten in  
2024 geworden)**2024**

14

5 (4,5 Vollzeitäquivalente)

23.909 Euro

9

**Patenmatch:**

Little World hat 2024 die Verwaltung der Plattform Patenmatch.de von der ProjectTogether übernommen. Patenmatch.de verbindet seit 2022 Geflüchtete und ehrenamtlichen Pat:innen mit lokalen Patenschaftsorganisationen deutschlandweit. Mit der Übernahme wird Patenmatch.de in die bestehenden Infrastrukturen von Little World integriert und weiterentwickelt, um auch in Zukunft Menschen mit Fluchterfahrung zu unterstützen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken.

## GOVERNANCE DER ORGANISATION

### Leitungs- und ggf. Geschäftsführungsorgan

Das Leitungsorgan des Unternehmens wird durch den CEO, Oliver Berlin, in Einzelvertretung wahrgenommen. Er ist verantwortlich für die gesamte Unternehmensführung und trifft die Entscheidungen im engen Austausch mit dem Team.

### Aufsichtsorgan

Wegen der kleinen Unternehmensgröße von Little World gibt es kein separates Aufsichtsorgan. Die nötige Kontrolle und Übersicht werden direkt durch die Unternehmensführung sichergestellt, sodass keine zusätzlichen Strukturen notwendig sind. So bleibt alles unkompliziert und effizient.

### Interessenskonflikte

Keine

### Internes Kontrollsystem

Gesellschaftsversammlungen, insbesondere nach Erstellung des Jahresberichtes. Finanzen für alle die Interesse haben transparent zugänglich.



## EIGENTÜMERSTRUKTUR, MITGLIEDSCHAFTEN UND VERBUNDENE ORGANISATIONEN

### Eigentümerstruktur der Organisation

Die Eigentümerstruktur der Organisation setzt sich aus drei Gesellschaftern zusammen, die jeweils ein Drittel der Anteile halten: Sean Blundell, Tim Schupp und Oliver Berlin.

### Mitgliedschaften anderer Organisationen

Unser Verein ist seit 2024 Fördermitglied im Bundesverband für soziales Mentoring e.V. (Fördermitglied) und seit 2025 Mitglied in der Deutschen Gesellschaft für Personalführung (DGFP). <https://bundesverband-mentoring.social>



### Kooperationen mit anderen Organisationen

Little World ist Teil der **Welcome Alliance**, einem von ProjectTogether initiierten Bündnis aus zivilgesellschaftlichen Organisationen, Stiftungen, staatlichen Institutionen und Unternehmen. Ziel der Alliance ist es, eine menschenwürdige, bedürfnisorientierte und nachhaltige Integration sowie die Teilhabe aller neu zugewanderten Menschen in Deutschland zu fördern. <https://welcome-alliance.org/>



Darüber hinaus arbeiten wir eng mit **Lern-Fair** zusammen, um den Austausch von Erfahrungen zu fördern und sowohl Ehrenamtliche als auch Nutzer:innen zu erreichen. Diese Kooperation stärkt unsere digitalen Bildungsangebote und unterstützt die Teilhabe von benachteiligten Kindern und ihren Familien. Gemeinsam setzen wir uns für mehr Bildungschancen ein. <https://www.lern-fair.de>



Mit der Unterstützung von **Babbel** können wir besonders sozial benachteiligten Teilnehmenden kostenlos Babbel Premium-Angebote zur Verfügung stellen. Babbel ist eine Sprachlernplattform, die Nutzer:innen hilft, neue Sprachen durch interaktive Lektionen und praxisorientierte Übungen zu erlernen. Sie bietet Kurse in verschiedenen Sprachen, die auf unterschiedliche Lernniveaus und -ziele zugeschnitten sind. Nach einem erfolgreichen Testlauf mit 64 ausgefüllten Umfragen zur Wirkungsmessung können wir die Codes nun ohne Umfrage weitergeben.

Darüber hinaus erweitert sich unsere Arbeit international: Im Rahmen des Erasmus for Entrepreneurs Programms arbeitete unser Geschäftsführer Oliver Berlin mehrere Monate im Pariser Büro von **ShareAmi**, um unsere Idee von Little World **nach Frankreich** zu übertragen und Best Practices für den Transfer nach Deutschland zu sammeln.



# Die Organisation

## FINANZEN UND RECHNUNGSLEGUNG



### BUCHFÜHRUNG UND RECHNUNGSLEGUNG

Als Teil unseres Transparenz Versprechens veröffentlichen wir hier eine vereinfachte Darstellung unserer Finanzen, basierend auf unserem Jahresabschluss 2024 (Bonn, 11.09.2025 - PMPG Steuerberatungsges. PartmbB).

### VERMÖGENSRECHNUNG

<b>Aktiva</b> (Vermögen, Mittelverwendung)	<b>2023</b>	<b>2024</b>
I. Immaterielles Vermögen (z.B. Software)	0	0
II. Sachanlagen	1.448	2.284
III. Finanzanlagen	0	0
IV. Forderungen	0	0
V. Liquide Mittel (Kasse, Bankguthaben)	19.787	72.690
Summe Vermögen	21.235	75.023
<b>Passiva</b> (Mittelherkunft)		
Verbindlichkeiten		
I. Aufgenommene Darlehen	0	0
II. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	109	3.014
III. Sonstige Verbindlichkeiten	2.934	8.680
Summe Verbindlichkeiten	3.043	11.694
Saldo Aktiva abzgl. Verbindlichkeiten (= Eigenkapital + Rückstellungen)	18.192	63.329
davon zweckgebundene Mittel	2.019	3.420

### EINNAHMEN UND AUSGABEN

<b>Einnahmen</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
1. Erträge aus Spenden	20.017	12.218
2. Zuwendungen	42.177	315.683
davon aus öffentlicher Hand (Zuschüsse)	2.650	13.984
3. Beiträge	0	0
Summe Einnahmen	62.194	327.901
<b>Ausgaben</b>		
1. Personalkosten	10.037	223.351
2. Sachkosten	0	24.729
4. Finanzierungskosten	1	253
5. Steuern	0	0
6. Sonstige Ausgaben	38.207	34.436
Summe Ausgaben	48.244	282.769
Jahresergebnis (Einnahme abzgl. Ausgaben)	13.107	43.722

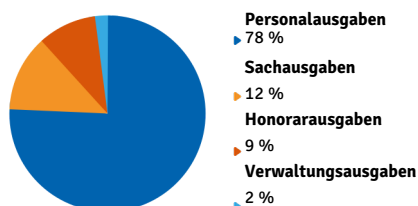
Die erzielte Wirkung der Plattform und Community wäre ohne die engagierte Mitwirkung zahlreicher Förderer und Unterstützer:innen kaum vorstellbar gewesen. Maßgeblich zur Realisierung dieser Erfolge hat die Unterstützung von Partnern wie der Deutschen Fernsehlotterie, Welcome Alliance, GLS Treuhand Stiftung, Accenture, der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE), Komm an NRW II, VINCI Stiftung, Althafen Stiftung, WEPA Stiftung sowie dem LIONS Club Aachen beigetragen. Ebenso haben zahlreiche Privatspender:innen – darunter Mitglieder des eigenen Teams – einen wertvollen Beitrag geleistet.

**Im Jahr 2024 machten die Personalkosten 78 % unserer Gesamtkosten aus.** Das ist sinnvoll, da wir unsere Plattform selbst entwickeln und gleichzeitig unsere Community eng begleiten.

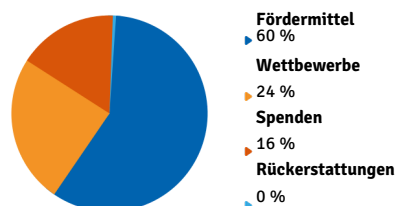
**Technologie im Dienst der Menschlichkeit** ist unser USP. Unsere Plattform eigenständig zu entwickeln bedeutet, die richtigen Bauteile sorgfältig auszuwählen, notwendige Anpassungen selbst vorzunehmen und dabei unsere IT-Werte – **Nutzerfreundlichkeit, Sicherheit, Stabilität, Skalierbarkeit und Open Source** – konsequent in den Mittelpunkt zu stellen.

Wir setzen Technologie gezielt ein, um menschliche Interaktionen zu ermöglichen, anstatt sie zu ersetzen. Statt eine ultrastandardisierte „One-size-fits-all“-Lösung zu schaffen, sammeln wir aktiv Erfahrungen, analysieren die individuellen Bedürfnisse verschiedener Menschen und entwickeln Optionen, die dieser Vielfalt gerecht werden. So entstehen unterschiedliche Wege, die Plattform zu erleben – **maßgeschneidert für eine diverse Community, die viel verbindet.**

#### AUSGABEN 2024



#### EINNAHMEN 2024



## FINANZIELLE SITUATION UND PLANUNG

**Bis Ende 2025 sind wir durch die Förderung der Deutschen Fernsehlotterie finanziell abgesichert**, insbesondere für die technische Weiterentwicklung der Kernfunktionen unserer Plattform. Dennoch stehen wir vor zwei großen Herausforderungen: Erstens müssen wir den **erforderlichen Eigenmittelanteil von 20 %** sicherstellen, was, als noch junge Organisation, in der **aktuellen Finanzlage** eine komplexe Aufgabe darstellt. Zweitens ist es entscheidend, bereits jetzt neue Finanzierungsquellen für 2026 zu erschließen, um die langfristige Nachhaltigkeit der Plattform zu gewährleisten.

Ab 2026 werden unsere **IT-Entwicklungskosten sinken**, da die Plattform dann den Status eines vollständig entwickelten Produkts erreicht. Dennoch bleibt kontinuierliche Wartung essenziell, um die Plattform aktuell und zukunftsfähig zu halten. Gleichzeitig wird das geplante Wachstum **ab 2026 verstärkt Investitionen in Kommunikation und Community-Management** erfordern. Um mehr Menschen zu erreichen, sie von unserer Plattform zu überzeugen und sie bestmöglich durch den gesamten Prozess zu begleiten, sind gezielte Maßnahmen und unterstützende Trainings essenziell. So schaffen wir die Grundlage für eine nachhaltige Wirkung – eine offenere und willkommen heißende Kultur in Deutschland, die echte Teilhabe ermöglicht.

**Stiftungen und Unternehmen spielen eine entscheidende Rolle bei der langfristigen Sicherung und Skalierung unserer Wirkung.** Ihre Unterstützung – sei es durch finanzielle Förderung, strategische Partnerschaften oder gemeinsame Projekte – hilft uns, den Zugang zur Plattform weiter auszubauen und nachhaltige Strukturen zu schaffen. Wir freuen uns über den Austausch mit interessierten Partnern und bieten flexible Modelle der Zusammenarbeit an, die wir individuell an gemeinsame Ziele und Möglichkeiten anpassen können.

**Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, die vielfältige Gesellschaft in Deutschland zu stärken**

**Herausgeber**

A Little World gemeinnützige UG (haftungsbeschränkt)

**Verantwortlich**

Oliver Berlin, Geschäftsführer  
oliver.berlin@little-world.com

**Bericht**

basiert auf dem SRS Standard der Social Reporting Initiative e.V.  
kontakt@social-reporting-standard.de

**Redaktion und Texte**

Sabine Zink und Melina Bosch

**Bilder und Lizenzen**

Bilder ohne spezifisches Copyright stammen entweder von Little World oder sind Stockfotos aus Canva (Pexels).

**Layout**

Judith Marek  
judithmarek.de  
mail@judithmarek.de

**Ein herzliches Dankeschön an alle, die zu diesem Jahresbericht beigetragen haben.**

**Kontakt**

Oliver Berlin  
Tel: +49 152 34 777 471  
Email: oliver.berlin@little-world.com