



Projektfinanzierung

## DIE KUNST DES FUNDRAISING

## FINANZIERUNGSPROBLEME?



## FINANZIERUNGSARTEN

Geld darf man nicht nachlaufen, man muss ihm entgegenkommen.

Aristoteles Onassis

- × Eigenfinanzierung
- × Spenden
- × Sponsoring
- × Stiftungsgelder
- × Landes- und Bundesmittel
- × Europäische Förderung



## EIGENFINANZIERUNG

- × Teilnehmerbeiträge
- × Verkauf
- × Publikationen
- × Dienstleistungen



## SPENDEN

- × Geldspenden
- × Sachspenden
- × Zeitspenden (ehrenamtliche Arbeit)
- × Fundgiving (entgeltlose Bereitstellung einer Leistung)
- × Einräumung von Rechten (z.B. Schirmherrschaft, Werberechte)
- × Bereitstellen von Informationen
- × Erbschaften und Vermächtnisse



## SPONSORING

- × Sponsoring muss und soll für die Öffentlichkeit erkennbar sein
- × Es ist keine Spende sondern ein Geschäft
- × Sponsoring setzt eine vertragliche Vereinbarung voraus
- × Leistung und Gegenleistung (Prinzip der Gegenseitigkeit)
- × Wirkung und Erfolg



## GRUNDLAGEN

- × Um Eigenmittel und Spenden einzuwerben oder einen Sponsor zu finden sollte ein Prozess in Ihrer Organisation angestoßen werden:
  - + Organisationsentwicklung (Projektleitbild)
  - + SWOT – Analyse (Umfeld)
  - + Planung
  - + Umsetzung
  - + Controlling und Evaluation



## ORGANISATIONSENTWICKLUNG

- × Welche Ziele hat Ihre Organisation?

*„Wer nicht weiß, in welchen Hafen er segeln will,  
für den ist kein Wind ein günstiger.“  
(Seneca)*



Fundraising-Ziele sind Sekundärziele und werden abgeleitet von (primären) Organisations-Zielen.

- × Ziele sollten SMART formuliert werden:
  - + Spezifisch, messbar, attraktiv, realisierbar, terminierbar

## ORGANISATIONSPROFIL

- × Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal, mit dem sich Ihr Angebot deutlich vom Wettbewerb abhebt?
- × Wofür stehen Sie?
- × Was unterscheidet Ihre Organisation von allen anderen?



## SWOT-ANALYSE

intern	<b>Stärken</b>	<b>Chancen</b>	extern
	<b>Schwächen</b>	<b>Gefahren</b>	

**Die SWOT Analyse verknüpft den Blick auf die interne Situation eines Projekts mit einer Umfelddiagnose und liefert Daten zur strategischen Planung.**

## PROJEKTENTWICKLUNG

- × Unsere Vision, was sich verbessert sich?
- × Was wollen wir erreichen?
- × Welche Werte leiten uns dahin?
- × Welche Werte begleiten uns in den Alltag?
- × Was brauchen wir dazu?
- × Woran sehen wir, dass wir erfolgreich waren?
- × Was können wir dazu beitragen?



## FUNDRAISING - KAPITALBESCHAFFUNG

- × Vielfalt von Geldgebern
  - + Principle of asking, asking again, and asking for more
  - + People give to people
  - + Friend-making comes first
  - + Open their hearts. Then open their minds. Then open their cheque books
- × Das wichtigste Wort ist DANKE!
  - + Ehrlichkeit, Offenheit, Wahrhaftigkeit



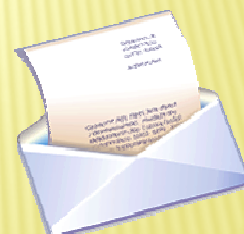
## MOTIVE VON SPENDERN

- × Werte und Glaubensgrundsätze
- × Zugehörigkeit
- × Einflussnahme
- × Das schlechte Gewissen beruhigen
- × Dem eigenen Leben einen Sinn geben
- × Über den Tod hinaus wirken
- × Steigerung des Selbstwertgefühls
- × Materielle Anreize (z.B. Steuerersparnis, VIP)
- × Lotteriegewinne, Waren mit Spendenaufschlag



## SPENDEN EINWERBEN?

- × Persönliches Gespräch
- × Spendenbrief
  - + Anlassschreiben
  - + Kondolenzspenden
  - + Patenschaften
- × Benefizveranstaltung
- × Erbschaften
- × Großspenden
- × Bußgeldmarketing



## FUNDRAISING IST .....

- × **Beziehungsmanagement.** Jede Zielgruppe muss ihren Erwartungen nach betreut und angesprochen werden
- × eine **Darstellung ihrer Arbeit und Projekte** nach Erwartung der Zielgruppe
- × eine Leitungsaufgabe
- × erfolgreich mit eindeutiger **Kommunikation und Markenbildung**

## WEITERE FINANZIERUNGSQUELLEN

- × Sponsoring
- × Unternehmen – (Cause Related Marketing)
- × Serviceclubs (Lion, Rotary, Kiwanis, etc.)
- × Stiftungen
- × Öffentliche Gelder





## SPONSORING

- × Im Gegensatz zur Spende (vgl. § 10b EStG und § 9 Nr. 3 KStG) steht beim Sponsoring den Geld- / Sachleistungen des Sponsors eine *Gegenleistung* des Leistungsempfängers (Verein) gegenüber.
- × Beispiele hierfür sind Erwähnung des Sponsors auf Veranstaltungshinweisen, Ausstellungskatalogen, Fahrzeugen, Plakaten oder in audiovisuellen Medien, aber auch in der Verwendung des Logos des Empfängers durch den Sponsor. Es ist nicht notwendig, dass sich Leistung und Gegenleistung gleichwertig gegenüber stehen.
- × Zur zweckmäßigen Gestaltung von sog. Sponsorships sollten eindeutige vertragliche Vereinbarungen über Form, Zeitpunkt und Dauer der Leistung und Gegenleistung getroffen werden.

## CAUSE RELATED MARKETING

- × Produkte mit Projekten verkaufen sich besser
- × Förderung und Nutzen verbinden
- × Nicht nur für große Marken attraktiv – der Bäcker vor Ort verkauft Brötchen mit 5 Cent Aufschlag für Ihr Projekt
- × Vorsicht – Abwicklung genau dokumentieren um Ärger mit Wettbewerbern zu vermeiden



## STIFTUNGEN (WWW.STIFTUNGSINDEX.DE)

Stiftungsgelder sind meist ohne allzu viel Bürokratie für einmalige kleine und mittlere Pilotprojekte gut einzusetzen

- + Vorauswahl nach Förderrichtlinien und Programmschwerpunkten – Leitfragen
- + regionale Gesichtspunkte
- + Telefonische Voranfrage
  - × Antragsformulare
  - × Fristen



## PROJEKTKONZEPT FÜR STIFTUNGEN

- × Eindeutiges Projektthema
- × Prägnante Kurzdarstellung des Vorhabens
  - + Problembereich
  - + Notwendigkeit
  - + Lösungsvorschläge
- × Projektbeschreibung
  - + Kurz, prägnant
  - + Inhaltlich gegliedert
- × Methodik, Mittel
- × Zielsetzung, Zielgruppe
- × Kosten- und Finanzierungsplan
- × Zeitplan
- × Angaben zur Organisation, Angebot zu einem persönlichen Gespräch



## ÖFFENTLICHE GELDER REGIONAL

- × Kommune – Nürnberg
  - + Kulturreferat
  - + Jugendamt
  - + Wirtschaftsreferat
- × Bezirk – Mittelfranken
  - + Denkmalpflege
  - + Kunst und Kultur
  - + Soziales



## ÖFFENTLICHE GELDER ÜBERREGIONAL

- × Landes- und Bundesmittel
  - + Modellprogramme
    - × Beispiel: „Vielfalt tut gut“
      - Die Modellprojekte widmen sich vier Themen:
        - Auseinandersetzung mit historischem und aktuellem Antisemitismus
        - Arbeit mit rechtsextremistisch gefährdeten Jugendlichen
        - Präventions- und Bildungsangebote für die Einwanderungsgesellschaft
        - Früh ansetzende Prävention
  - + Preise
    - × Beispiel: Bayerischer Gesundheitsförderungs- und Präventionspreis
  - + Ministerien



## MINISTERIEN

- × Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) bzw. Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie
- × Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) bzw. Bayrisches Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen
- × Bundesministerium für Verkehr, Bauwesen und Stadtentwicklung (BMVBS) bzw. Bayrisches Staatsministerium
- × Bundesministerien für Bildung und Forschung (BMBF)
- × Bundesministerium für Umwelt (BMU)
- × Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)
- × Bayrisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus (StMUK)
- × Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF)

## ÖFFENTLICHE GELDER - EUROPÄISCHE UNION

### EU-Programm: JUGEND IN AKTION

- × Der zentrale Ansprechpartner für das EU-Programm JUGEND IN AKTION ist JUGEND für Europa – Deutsche Agentur für das EU-Programm JUGEND IN AKTION. Im Rahmen dieses Programmes werden unter anderem Jugendbegegnungen, Jugendinitiativen, der Europäische Freiwilligendienst, die Zusammenarbeit mit den Nachbarländern des erweiterten Europas und anderen Ländern, Unterstützungssysteme für junge Menschen sowie die europäische Zusammenarbeit im Jugendbereich gefördert.
- × Informationen zu den Richtlinien der Antragstellung für das Programm JUGEND IN AKTION unter <http://www.jugend-in-aktion.de>.



## ÖFFENTLICHE GELDER - EUROPÄISCHE UNION

### EU-Programm: Europa für Bürgerinnen und Bürger (Städtepartnerschaften)

Die Europäische Kommission fördert im Rahmen des Programms  
„Europa für Bürgerinnen und Bürger – Programm 2007–2013“  
zwei Arten von Aktivitäten:

- × Bürgerbegegnung im Rahmen von Städtepartnerschaften
- × Bildung thematischer Netzwerke zwischen Partnerstädten
  - + Thematische Konferenzen/Workshop
  - + Mindestens 3 Städte, 20 Teilnehmer, 1 Tag – 3 Tage
  - + Antragsteller
    - × Gemeinden und Partnerschaftsausschüsse
    - × lokale und regionale Verwaltungen
    - × Organisationen, die lokale Behörden vertreten



## ÖFFENTLICHE GELDER - EUROPÄISCHE UNION

### EIF - Förderung durch den Europäischen Integrationsfonds in Bayern im Zeitraum 2007 – 2013



#### Förderfähige Maßnahmen

- + die Vorbereitung der Integration in die Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland bereits im Herkunftsland (Vorintegration)
- + Integrationsmaßnahmen für neu zugewanderte und auch länger aufhältige Drittstaatsangehörige (insbesondere zielgruppenspezifische Maßnahmen)
- + die Deckung spezieller Integrationsbedarfe verschiedener Gruppen von Drittstaatsangehörigen auf lokaler oder regionaler Ebene
- + das Integrationsmanagement (Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren, inter- kulturelle Kommunikation, Schaffung von Plattformen mit Beteiligung von Drittstaatsangehörigen)
- + die Evaluierung der aus dem EIF geförderten Programme / Maßnahmen
- + die Entwicklung von Indikatoren und Leistungsvergleichen zur Messung der auf bundesdeutscher Ebene erzielten Fortschritte
- + die Entwicklung von Begleitungsinstrumenten und Bewertungssystemen für Integrationskonzepte und -maßnahmen
- + die Einbeziehung der Aufnahmegesellschaft in den Integrationsprozess durch Sensibilisierungskampagnen

**Fragen zum EIF:** Herr Guido Schroeder (StMAS)  
Tel.: 089 62029-231; Mobil: 0151 17448080

## ESF – EUROPÄISCHER SOZIAL FOND

- × Der **ESF** ist das wichtigste beschäftigungspolitische Instrument der EU. Sein Hauptanliegen besteht darin, Arbeitslose bei der Wiedereingliederung in den Arbeitsmarkt zu unterstützen und durch Bildungsmaßnahmen diejenigen zu fördern, die zwar einen Arbeitsplatz haben, aber dennoch ihre beruflichen Chancen verbessern müssen. Grundlage des ESF ist Artikel 146 EG-Vertrag: "...dessen Ziel es ist, innerhalb der Gemeinschaft die berufliche Verwendbarkeit und die örtliche und berufliche Mobilität der Arbeitskräfte zu fördern sowie die Anpassung an die industriellen Wandlungsprozesse und an Veränderungen der Produktionssysteme



## ESF SCHWERPUNKTE

- + Beschäftigung
  - × Verbesserung der Anpassungsfähigkeit von Beschäftigten und Unternehmen
  - × Verbesserung des Zugangs zum Arbeitsmarkt
- + Soziale Ziele
  - × Förderung der sozialen Eingliederung durch die Bekämpfung von Diskriminierung und durch die Erleichterung des Zugangs zum Arbeitsmarkt für benachteiligte Personengruppen
- + Bildung
  - × Förderung von Partnerschaften für Reformvorhaben



## EU PROJEKTERFOLGSFAKTOREN

- × Im großen Rahmen denken
- × Professionelles Management
- × Klare Ziel und Strategieplanung
- × Gute Kommunikation und Marketing
- × Netzwerkarbeit
- × Persönlichkeiten einbinden

