

## BAUSTEIN 9

# Finanzen

### Leitfragen des Kapitels:

Wie bekommen wir finanzielle Mittel zur Umsetzung unserer Vorhaben?

Wie können wir unseren Verein langfristig auf finanziell sichere Füße stellen?



## BAUSTEIN 9

# Finanzen

Ideen und Pläne habt ihr zur Genüge, jetzt fehlen nur noch die Mittel zur Umsetzung. In diesem letzten Baustein beschäftigen wir uns mit der Finanzierung eurer ehrenamtlichen Vorhaben. Eine Gretchenfrage? Vielleicht.

Auf den folgenden Seiten werden wir uns mit dem sogenannten Fundraising, also der Beschaffung finanzieller Mittel, und seinen verschiedenen Formen auseinandersetzen. Fundraising ist der Oberbegriff für alle Formen der Geldbeschaffung – strategisch und operativ. Das Wort kommt aus dem Englischen und setzt sich aus zwei Worten zusammen: *fund* – Kapital, *to raise* – beschaffen.

### ? Was verstehen wir unter

#### → FUNDRAISING im Vereinsalltag

Vermutlich wollen sich die meisten von euch viel lieber mit direkten Engagement-Tätigkeiten, also dem eigentlichen Grund und Zweck für euer Engagement auseinandersetzen. Wie ihr sicherlich auch wisst, ist es aber wichtig, dass ihr die Thematik der Finanzen, je nach eurer Größe und Vision, strategisch in eurem Verein fest verankert. Die Beschaffung von Mitteln kann eine sehr zeitaufwendige Angelegenheit sein. Aber sie kann auch viel Spaß machen, denn sie beinhaltet verschiedene Aufgabenfelder und ihr könnt eure Vorhaben am Ende auch wirklich in die Tat umsetzen. Beim Fundraising geht es genau genommen nicht nur um die Beschaffung finanzieller Mittel, sondern auch um die Planung des Einsatzes, die letztendliche Verwendung sowie die Kontrolle über das Gesamtbudget.

Fundraising ist immer auch eine Kommunikationsaufgabe, wobei der Kommunikationsanteil meist sogar mehr Raum einnimmt, als der planende und buchhalterische Anteil. Denn Fundraising richtet sich an verschiedene Zielgruppen, die als Förderer in Frage

kommen. Diese sind wichtige strategische Partner für euren Verein und ihr solltet versuchen, mit ihnen langfristige Beziehungen aufzubauen. Wenn es um den Aufbau langfristiger Beziehungen und Partnerschaften geht, möchten wir euch empfehlen, einen Blick in den Baustein 8 – *Partner, Netzwerke & externe Kommunikation* auf Seite 133 zu werfen.

Die Aufgaben in diesem Bereich sind sehr vielfältig. Es kann mitunter sinnvoll sein, dass nicht nur eine Person das gesamte Finanzthema in einer Rolle verantwortet, sondern ihr je nach Fähigkeiten und Kapazitäten zum Beispiel kommunikative, strategische und buchhalterische Aufgaben auf zwei bis drei Schultern in Form von verschiedenen Rollen verteilt. Werft zum Thema Rollen doch gern einen Blick in den Baustein 3 – *Rollen & Führung* auf Seite 29.

Im Folgenden möchten wir euch einige Finanzierungsformen vorstellen, die für euch eine Rolle spielen können.

### ! Ein Tipp für euch

Die Ehrenamtsstiftung MV fördert ehrenamtliche Vorhaben ideell und finanziell – ganz einfach und unkompliziert, ohne Fristen das ganze Jahr hindurch. Oft reichen für ein Projekt schon 1.000 Euro, in besonderen Fällen beträgt die Fördersumme auch schon mal bis zu 3.000 Euro. Sollten diese Mittel nicht ausreichen, gibt es viele weitere Fördertöpfe für engagierte Leute. Kommunen, Land, Bund, die EU und viele weitere Stiftungen fördern den Einsatz für das Gemeinwohl in vielfältigster Weise. Geeignete Fördertöpfe findet Ihr – sortiert nach Förderzwecken von A-Z unter [www.ehrenamtsstiftung-mv.de/gutes-tun-in-mv/foerdern](http://www.ehrenamtsstiftung-mv.de/gutes-tun-in-mv/foerdern)

## Öffentliche Hand

### WAS

Je nachdem wie ihr als Verein oder Initiative aufgestellt seid, könnt ihr finanzielle Mittel von der öffentlichen Hand beziehen, also von Gemeinde, Land, Bund oder gar EU. Schaut da am besten nach Beauftragten für Ehrenamt oder entsprechende Ressorts.

### WER

Eure spezifischen für euch zuständigen Kommunen, Gemeinden sowie Landkreise, kreisfreien Städte.

Gegebenenfalls lohnt sich auch ein Blick in die Fördertöpfe des Bundes oder der EU.

## Stiftungen

Stiftungen, wie die Ehrenamtsstiftung MV, sind wichtige Partner und Förderer von ehrenamtlichem Engagement. Wichtig ist, dass ihr euch mit den Stiftungszwecken, Themen sowie Förderkriterien der jeweiligen Stiftungen auseinandersetzt, um zu wissen, wer zu euch passt. 92 Prozent der deutschen Stiftungen verfolgen gemeinnützige Zwecke und sind in ganz verschiedenen Feldern unterwegs wie z. B. Bildung, Kultur, Umwelt, Demokratie, Wissenschaft, u.v.m..

Die Ehrenamtsstiftung MV ist eure erste Anlaufstelle und hilft euch gerne weiter:  
[ehrenamtsstiftung-mv.de](http://ehrenamtsstiftung-mv.de)

Eine breite Übersicht über alle Stiftungen in Deutschland mit ihren jeweiligen Stiftungszwecken findet ihr hier:  
[stiftungen.org](http://stiftungen.org)

## Sponsoring

Unter Sponsoring verstehen wir die finanzielle Förderung von euren Projekten und Vorhaben durch Unternehmen. Dies können Zuwendungen in Form von Geldern oder auch Sachmittel, Bereitstellung technischer Infrastrukturen oder andere Dienstleistungen sein. Schaut auch hier, wer zu euch passen könnte und regional und auch thematisch zu euch passt.

Unternehmen

## Crowdfunding

Auch kleine Beträge helfen, wenn es viele sind. Auf sogenannten Crowdfunding-Portalen könnt ihr eure Projekte und Ideen (co-)finanzieren lassen. Ihr bewirbt dort meist euer Vorhaben über einen Aufruf mit Video und legt ein Finanzierungsziel fest.

Große Crowdfunding-Portale sind z.B.:

- [betterplace.org](http://betterplace.org)
- [startnext.com](http://startnext.com)

oder auch landeseigene Portale wie:

- [crowd.wemag.com/](http://crowd.wemag.com/)
- [99funken.de/](http://99funken.de/)

**HILFSTELLUNG**

# Förderstrategie

Diese Hilfestellung soll euch dabei unterstützen, eure Projekte und Vorhaben in die Tat umsetzen zu können. Ihr könnt eine Förderstrategie für einzelne Projekte oder für euren Verein als Ganzen entwickeln.

**Gut zu haben:**

2 - 5 Personen



90 Minuten bis ?



Blatt Papier oder  
Notizbuch, Klebe-  
zettel, Stifte,  
Optimismus,  
Knabbernüsse

## ? Was sich dahinter verbirgt

Der Bereich des Fundraisings ist eine strategische und operative Aufgabe. Deshalb ist es wichtig, dass ihr frühzeitig damit beginnt, eine Förderstrategie für ein neues Projekt oder Vorhaben zu entwickeln. Viele Förderer haben mitunter lange Vorlaufzeiten, ihr müsst Antragsfristen und auch längere Kommunikationswege bedenken. Diese Hilfestellung unterstützt euch dabei, wesentliche Punkte eurer Förderstrategie zu durchdenken und ein planvolles Vorgehen zu entwickeln. Wir gehen auch diese Hilfestellung wieder schrittweise durch. Ihr werdet aber an der ein oder anderen Stelle mal vor und zurückspringen müssen, da sich die einzelnen Punkte gegenseitig bedingen. Wir empfehlen euch, diese Hilfestellung in Kombination mit der nachfolgenden Hilfestellung *Pitch-Präsentation* auf Seite 155 anzuwenden, bei der es um die Präsentation und Kommunikation eures Vorhabens für mögliche Förderungen geht.

## Wie ihr diese Übung anwenden könnt

1. Im ersten Schritt geht es darum, dass ihr noch mal beschreibt und konkretisiert, für was ihr finanzielle Mittel einsammeln wollt. Soll es zum Beispiel um ein neues Projekt gehen, eine Personalstelle oder eine Grundfinanzierung eurer Tätigkeit. Dabei helfen euch die folgenden Fragen:  
*Was haben wir vor?*  
*Welche und wie viele Mittel benötigen wir?*  
*Können es auch Sachmittel oder andere Zuwendungen außer Geld sein?*  
*Um welchen Zeitraum geht es?*

Nutzt gern unsere Vorlage für diese Übung oder erstellt euch selbst eine auf einem Blatt Papier, in einem Notizheft oder nutzt gern auch digitale Programme wie Word oder Excel. Wichtig ist, dass ihr eure Schritte gut und auffindbar dokumentiert.

2. Im nächsten Schritt beginnt ihr mit einem Brainstorming und gegebenenfalls einer kleinen Recherche, welche Finanzierungsmöglichkeiten ihr angehen könnt. Stellt euch hierfür folgende zwei Fragen:  
*Wer passt zu uns?*  
*Was sind hilfreiche Kontakte?*

Schaut euch dazu auch noch mal die Regeln der *Brainstorming*-Übung auf Seite 105 an. Auch die *Stakeholder-Analyse* auf Seite 136 kann euch hier weiterhelfen, wenn ihr über eure Kontakte nachdenkt. Ihr könnt an dieser Stelle erst mal in

die Breite gehen und später wieder aussortieren. Betrachtet dabei alle Finanzierungsformen, die wir euch eingangs vorgestellt haben und ergänzt gerne noch weitere, wenn euch noch welche einfallen.

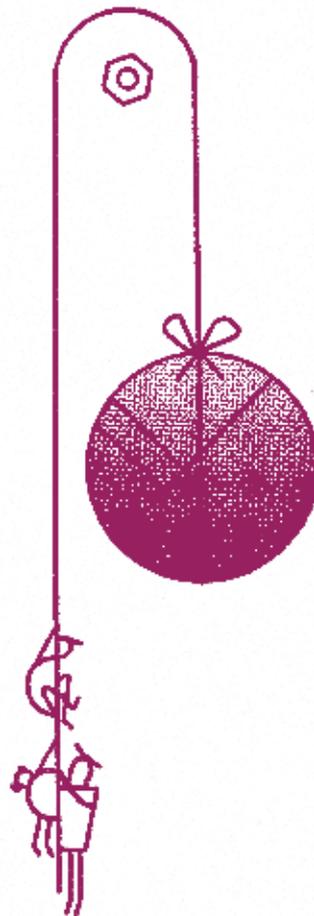
**3.** Jetzt geht es um die Verdichtung eures Brainstormings und eurer Recherche, die Synthese. Schaut euch dafür auch noch mal eure Niederschriften aus Schritt 1 an und diskutiert gemeinsam, welche möglichen Finanzierungsformen ihr angehen könnt und wen ihr konkret ansprechen wollt.

**4.** Wenn ihr eure potenziellen Fördergeber und Kontaktpersonen festgelegt habt, könnt ihr nun in die konkrete Planung gehen. Hier hilft euch die Frage:

*Wen müssen wir bis wann und wie ansprechen?*

Priorisiert hier gerne nach einem für euch sinnvollen Schema und schaut euch unbedingt die Fristen für mögliche Fördertöpfe an. Ein kleiner Tipp: Hier kann es durchaus sinnvoll sein, euch eine Excel-Tabelle anzulegen, die ihr nach und nach erweitern und für andere Projekte als Vorlage wiederverwerten könnt.

**5.** Beendet diese Übung am besten mit der *Wer/Was/Wann-Tabelle*, die ihr auf Seite 116 in Baustein 6 findet. Die Tabelle wird euch dabei helfen, möglichst konkrete Aufgaben und auch Fälligkeitsdaten vergeben zu können.



### Gut zu wissen

- Ihr könnt euch für diese Hilfestellung etwas Zeit nehmen und einzelne Punkte auf mehrere Tage verteilen.
- Je nachdem für was ihr eine Förderstrategie entwickelt, kann es unterschiedlich viel Zeit in Anspruch nehmen, da die Recherche mitunter aufwendig sein kann. Ihr könnt auch erst einmal ein paar potenzielle Fördermöglichkeiten angehen und bei Bedarf die Recherche und das Brainstorming ausweiten. Schaut einfach, wie es zu euch am besten passt.

Quelle: Die Hilfestellung basiert auf *Funding Strategy* in Field Guide to Human-Centered Design, S. 145

## ÜBUNG Förderstrategie

### Beschreibung Projekt/Vorhaben

Was haben wir vor?

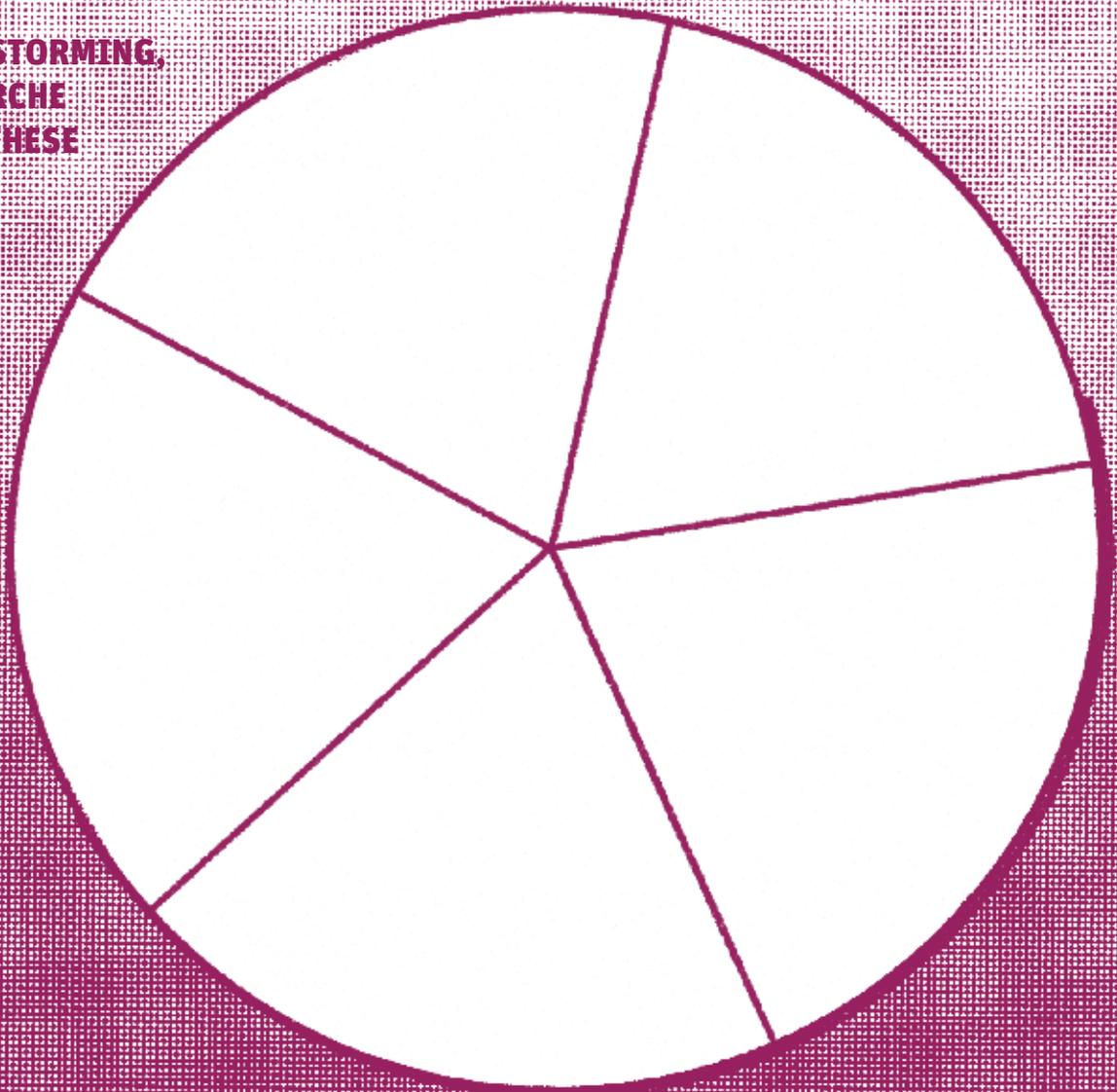
### Benötigte Mittel

Welche und wie viele Mittel benötigen wir (Gelder, Sachmittel, Bereitstellung technischer Infrastrukturen, Dienstleistungen, etc.)?

### Zeitraum

Um welchen Zeitraum geht es?

## BRAINSTORMING, RECHERCHE & SYNTHESE



## Planung

### Wen müssen wir ansprechen?

Konkrete potenzielle Förderer?

### Wie ansprechen?

Form wie Antrag, Präsentation, informell, etc. sowie Eigenheiten der Person falls bekannt

### Bis wann?

Fristen

## HILFSTELLUNG

# Pitch-Präsentation

Mit dieser Hilfestellung könnt ihr die Herzen – und hoffentlich auch die Geldbörsen – eurer potenziellen Unterstützer\*innen gewinnen.

## ? Was sich dahinter verbirgt

Fundraising ist auch immer eine nicht zu unterschätzende Kommunikationsaufgabe. Finanzielle Mittel einzuwerben, bedeutet eben auch, dass ihr mit verschiedenen möglichen finanziellen Unterstützer\*innen aus verschiedenen Bereichen reden und eure Vorhaben gut präsentieren müsst.

Aber ihr habt eine gute Ausgangslage, denn mit eurem gemeinnützigen Projekt habt ihr den Zugang zu den Herzen anderer Menschen. Erzählt selbstbewusst und überzeugend, wofür ihr euch einsetzt und warum – und ihr gewinnt Unterstützer\*innen, die vielleicht nicht ihre Zeit einbringen können, euch aber mit einem Geldbetrag oder sonstigen Sachmitteln und Dienstleistungen unterstützen wollen.

## Wie ihr die Übung anwenden könnt

**1.** Anders als bei den anderen Übungen empfehlen wir euch hier direkt digital zu arbeiten. Startet damit, dass ihr euch ein für euch passendes Programm auswählt. Nutzt am besten eine Software wie Powerpoint oder alternativ auch Word zur Erstellung eurer Präsentation. Es gibt auch viele Alternativen zu Microsoft wie beispielsweise Google Slides und Docs, Canva oder WPS Office free oder Libre Office. Diese sind auch alle kostenfrei. Wenn ihr eure Pitch-Präsentation direkt digital erstellt, könnt ihr auch sehr gut an verschiedenen Orten und Zeiten zusammen daran arbeiten und diese am Ende direkt an potentielle Förderer verschicken. Zudem habt ihr eine gute Vorlage, die ihr später leicht anpassen und wiederverwenden könnt. Schaut, ob es schön gestaltete Vorlagen gibt, die eure Präsentation in eine ansprechende Gestaltung bringt, je nachdem welches Programm ihr nutzt. Viele Programme haben solche Vorlagen. Durch eine kurze Online-Recherche könnt ihr euch auch etwas Inspiration einholen.

**2.** Legt nun eine hauptverantwortliche Person für die Präsentation fest. Diese achtet darauf, dass alle Fäden zusammen laufen, gerade wenn mehrere Mitstreiter\*innen daran arbeiten. Diese Person macht am Ende auch das Lektorat und achtet auf eine ansprechende Gestaltung des Ganzen. Wenn es eine gestaltungs-affine Person bei euch im Team gibt, kann auch diese den letzten Part übernehmen.

Gut zu haben:



1 bis 5 Personen



ca. 60 - 120 Min.



Laptop/PC mit eurem Präsentationsprogramm, Tee oder Kaffee

**3.** Startet nun mit eurer Projektbeschreibung oder der Beschreibung eures Vorhabens. Was habt ihr vor? Was zeichnet euch aus und was macht euch besonders, vielleicht auch abgrenzend zu anderen Projekten, die ähnlich sind? Schreibt hier selbstbewusst und aus vollem Herzen, was euer Anliegen ist und warum ihr euch in eurem Verein engagiert.

**4.** Im nächsten Schritt führt ihr eure Zielgruppen auf, an die sich euer Projekt wendet und eure Ziele, was ihr bewirken und erreichen wollt.

**5.** Wenn ihr euch an Sponsoren oder die öffentliche Hand wendet, dann ist es sinnvoll, wenn ihr schon mögliche Vorteile für jene beschreibt. Hier hilft euch die Frage: Welchen Mehrwert haben sie davon?

Bei Stiftungen müsst ihr das meist nicht tun, da sie einen spezifischen Stiftungszweck haben, der sich mit eurem Anliegen decken sollte. Schaut da aber noch einmal genau nach, was die Förderkriterien der jeweiligen Stiftungen sind. Diese sind meist gut auf deren Webseiten beschrieben. Ihr könnt auch immer ein direktes Gespräch vorab suchen.

**6.** Idealerweise integriert ihr auch schon eine grobe Kostenkalkulation. Viele Geldgeber verlangen das, aber nicht alle beim ersten Aufschlag. Je konkreter ihr sein könnt, desto besser.

**7.** Wenn ihr euch an Sponsoren richtet, ist es hilfreich, dass ihr schon eure konkreten Vorstellungen benennt oder Sponsoringpakete schnürt, aus denen sie auswählen können. Benennt in den Paketen mögliche Leistungen und Gegenleistungen. Eine Leistung, die ihr euch wünscht, kann beispielsweise eine Summe von 500,-€ sein und als Gegenleistungen könntet ihr die Einbindung des Sponsor-Logos auf Flyer und Plakate anbieten sowie die Einladung zu einer eurer Veranstaltungen. Seid hier kreativ und überlegt, was zu euch und euren möglichen Sponsoringpartnern passt und verhältnismäßig ist.

**8.** Am Ende solltet ihr noch einen groben Zeitplan eures Vorhabens integrieren und ein bis zwei Ansprechpartner\*innen für evtl. Rückfragen benennen.



### Gut zu wissen

- Diese Hilfestellung ist aus der Marketingbranche entlehnt, wo Pitch-Präsentationen eine gängige Praxis sind, um an Aufträge zu kommen. Marketingfachleute haben so die Möglichkeit, vor Auftraggebern innerhalb kürzester Zeit ihre Ideen zu präsentieren und sie davon zu überzeugen.
- Arbeitet nach der Prämisse: *So lang wie nötig, so kurz wie möglich*. Eure Präsentation sollte am Ende nicht länger als 12 Seiten sein, bei einem Word-Dokument eher 8.
- Achtet darauf, dass ihr nicht nur Fließtext habt, sondern eure Punkte bebildert, wenn möglich und eine ansprechende Gestaltungsvorlage wählt. Ihr werdet sehen, das wirkt Wunder.
- Wenn ihr euch für Crowdfunding entscheidet, müsst ihr wahrscheinlich ein Präsentationsvideo erstellen. Auch da helfen euch die Punkte 3 bis 5 als Leitlinie, die ihr natürlich für die jeweilige Zielgruppe anpassen müsst. Auf den Plattformen findet ihr meistens auch gute Hilfestellungen zur Einreichung eurer Projekte.