Herzlich willkommen zum **Seminar**

Fund-raising

für Projekte Kultureller Bildung

Fundraising

…ist die gezielte, auf Marketing-Prinzipien beruhende Einwerbung von Fördermitteln:

Öffentliche Mittel

der Kommunen, der Länder, des Bundes, der EU
sowie öffentlich-rechtlicher Stiftungen

Private Mittel

- Sponsoring
- Spendengelder von Unternehmen wie Privatleuten
- Stiftungsgelder
- Sonderformen, wie Crowd-Funding, Matching-Funds, Erbschaftsmarketing, Bußgeldmarketing
- Fundraising-Events
- Mäzenatentum

Fundraising

Grundlagen, Motive und Erwartungen

Öffentliche Förderung	Erfüllung eines (öffentlichen) Kultur- oder Bildungsauftrags; mehr oder weniger konkret in den „Förderrichtlinien“ definiert
Spendenwesen	Erfüllung von Spendermotiven und -erwartungen; Gegenleistung in Form von Spendenquittung und ggf. (öffentlicher) Honorierung (Dankstrategien)
Stiftungswesen	Erfüllung von Stiftungszwecken und -zielen; Mitwirkung an der Profilierung der Stiftungsziele
Sponsoring	Entwicklung eines Marketingkonzeptes; beruhend auf Leistung und Gegenleistung; Geschäftspartner statt „Bittsteller“
Mäzenatentum	Altruistische Motive; Interesse an einer speziellen Kunstsparte; wenig öffentliches Interesse

Öffentliche Förderung

Kommunen

Kulturförderung ist in erster Linie eine kommunale Aufgabe (Art. 28 GG, Abs. 2 „Gewährleistung der kommunalen Selbstverwaltung“) und sie folgt dem **Subsidiaritätsprinzip**.

Zuständige Ämter:

- Kulturamt/-dezernat
- Schulamt/-dezernat
- Jugendamt/-dezernat
- ggf.: Sozialamt/-dezernat, Sportamt/-dezernat, Gleichstellungsstelle

Geldersetzende Hilfen (Sachleistungen)

googeln: *Kulturförderung der Stadt ….*

Öffentliche Förderung

Land Rheinland-Pfalz

Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung und **Kultur** Rheinland-Pfalz

www.mwwk.rlp.de/kultur/ www.kulturland.rlp.de/service/foerderprogramme/

11 Referate, u.a.

- Staatstheater, kommunale Theater, freie Theater
- Musikpflege, Orchester
- Bildende Kunst, Film, Funk, Fernsehen
- **Kulturelle Bildung**, Soziokultur, Literaturförderung, Leseförderung
- Kommunale Kulturprojekte KKP, Kultursommer, Kulturtourismus
- Landesmuseum
- Bibliotheken, Archive, nichtstaatliche Museen

„Jedem Kind seine Kunst“

Mit dem von der Landesregierung Rheinland-Pfalz initiierten Programm wird Kulturschaffenden des Landes Rheinland-Pfalz im Rahmen einer Kooperation mit interessierten Einrichtungen wie Schulen, Kindertagesstätten, Jugendzentren, Vereinen oder anderen Institutionen die Möglichkeit geboten, Projekte aus dem Bereich der kulturellen Bildung mit Kindern und Jugendlichen zu gestalten.

Eine Künstler-Datenbank enthält neben persönlichen Angaben von Kulturschaffenden des Landes Rheinland-Pfalz, Beschreibungen möglicher Projekte. Interessierte Einrichtungen werden gebeten, Kontakt mit der jeweiligen Künstlerin oder dem jeweiligen Künstler aufzunehmen.
Künstler wie Einrichtungen haben die Möglichkeit, bis zu drei Projekte à 71 UE pro Schulhalbjahr zu realisieren.

www.kulturland.rlp.de/de/kultur-vermitteln/jedem-kind-seine-kunst/

Jedem Kind seine Kunst - Beispiel

Künstlerprofil:

Berufsausbildung / Studium:
Bühnentanz (B.A), Bühnenfachreife; Hochschule für Musik und Tanz CodARTS , Rotterdam
Heilpraktiker für Psychotherapie, personenzentrierte Beratung

Pädagogische Qualifikation:
tiefenpsychologische Ausdrucks- und Tanztherapie (DITAT, Bonn)

Künstlerische Schwerpunkte:
ich ziele in meiner künstlerischen und kulturellen Arbeit auf die Anwendung und Vermittlung von kreativen Verfahren, um verdichtete Bilder in Bewegung zu gestalten, die mir und/oder den Teilnehmern ermöglichen, Facetten IHRER Wahrnehmung, Ihrer Bedeutungen einzubringen und zum Ausdruck zu bringen.

Kategorien:
Tanz

zeitliche Verfügbarkeit:
für regelmäßige Wochentermine : Mo-Fr. 08 - 16 Uhr
Wochenenden oder Projektwochen : nach Absprache

Erfahrungen in der kreativen Arbeit mit Kindern und Jugendlichen:
seit 2015: ChanceTanz, Jugendtanzproduktion in Kooperation mit dem Staatstheater Mainz
2014 und 2017 ChanceTanz, Jugendtanzproduktion in Kooperation mit dem Verein für Jugendkulturarbeit Oldenburg
Jedem Kind seine Kunst: seit 2015 u.a. an der Goetheschule Mainz, Leibnizschule Mainz, Projekte in Kooperation mit dem "Abenteuerland", Ober-Olm und der Peter-Härtling Grundschule Mainz-Finthen. Pädagogische Mitarbeit (Leitung von 3 Grundschulgruppen) im Forschungsprojekt zur kreativen Bewegungserziehung der Universitäten Mainz und Münster. Angebot eines freien Tanz-Angebots an der Eisgrubschule Mainz

Fuststr. 17
55116 Mainz
Mobil: 0176-43642991
kontakt(at)marcojodes.de
Internet:
www.marcojodes.de

Projekte

STOP! Tanz!	Tanz	Vorschulalter 6 bis 10 Jahre 10 bis 14 Jahre 14 bis 17 Jahre Junge Erwachsene
König von Deutschland	Tanz	6 bis 10 Jahre 10 bis 14 Jahre 14 bis 17 Jahre Junge Erwachsene
Aussage? KRÄFTIG!	Tanz	6 bis 10 Jahre 10 bis 14 Jahre 14 bis 17 Jahre

Nick-Nachlass in der Stiftung Rheinland-Pfalz für Kultur

Im Jahr 1995 hat die Stiftung Rheinland-Pfalz für Kultur den Nachlass des Ehepaares Nick erhalten, der dem Stammkapital zugeführt wurde. Die Zinserträge werden seitdem zweckgebunden dem Schultheater gewidmet. Seit vielen Jahren ist der Landesverband Theater in Schulen wertvoller Kooperationspartner, der verschiedene Projekte mithilfe der Stiftung Rheinland-Pfalz für Kultur im Rahmen des Nick-Nachlasses realisieren konnte. Zwei dieser Projekte sind das jährlich stattfindende Schultheatertreffen und die Aktion "Künstler in die Schulen".

KÜNSTLER IN DIE SCHULEN

Das Förderprojekt der Stiftung „Rheinland-Pfalz für Kultur" ***Künstler in die Schulen*** hat zum Ziel, rheinland-pfälzische Theatergruppen an Schulen und Kurse im Fach „Darstellendes Spiel" sowie als Theaterpädagogen tätige Künstler aus allen Bereichen der Theaterkunst (Schauspiel, Musik, Tanz, Improvisation etc.) zusammenzubringen und so Impulse zum eigenen Weiterarbeiten in die Schulen hineinzutragen.

Quelle: LV.TS

SCHULTHEATER-FÖRDERUNG IM RAHMEN DES NICK-NACHLASSES

SCHULTHEATERTREFFEN

Theatertreffen bilden ein Forum für alle Theaterschaffenden in Schulen, sie sind eine Kommunikationsplattform, eine Ideenbörse und natürlich auch und insbesondere eine Basis für die Weiterentwicklung des Faches. Theatertreffen sind institutionelle Einrichtungen auf regionaler, landesweiter oder bundesweiter Ebene. Sie wollen Schultheatergruppen und DS-Gruppen die Möglichkeit bieten ihre Produktionen vorzustellen, andere Theatergruppen kennenzulernen und über einen Ideen- und Gedankenaustausch neue Ausdrucksformen auf der Bühne zu finden.

Quelle: LV.TS

Alexandra Lang Jugendkunstpreis

Der Alexandra-Lang-Jugendkunstpreis wird seit 2008 vergeben, gestiftet in Erinnerung an die Künstlerin Alexandra Lang (1970-2000). Der Jugendkunstpreis Rheinland-Pfalz ist eine Talentauswahl zum Förderseminar des BDK für kunstbegabte Schüler/innen aller Schulformen ab 8. bis 12. Klasse.

Kunstlehrende aus Schulen und Jugendkunstschulen in Rheinland-Pfalz regen besonders talentierte Jugendliche zur Zusammenstellung einer Kunstmappe an und können Hilfe bei Bildauswahl (Zeichnung, Grafik, Malerei, Plastik, Foto) und Versand anbieten.
Es steht frei, was in die Mappe kommt; denn es gibt keine Motiv- oder Themenvorgabe.

www.jugendkunstpreis-rlp.de/

Aufführungsförderung LaProfth

Hochwertiges professionelles Theaterprogramm der freien Theater zu finanzierbaren Preisen für Schulen, Kindergärten, kommunale und alle nicht kommerziellen Einrichtungen in Rheinland-Pfalz.

Das erfolgreiche Fördermodell des Landes Rheinland-Pfalz, bei dem die professionellen freien Theater die Möglichkeit haben, eine Förderung für ihre Aufführungen zu beantragen, wenn sie bei nicht kommerziellen Einrichtungen und Veranstaltern in RLP auftreten, wird auch im Jahr 2018 aufgelegt.
Im neu erschienenen Katalog **„Aufführungsförderung 2018“** stellen **40 professionelle freie Theater aus Rheinland-Pfalz insgesamt 110 Produktionen** vor.

Ihr Wunschprogramm für das Kalenderjahr 2018 können Sie ab sofort direkt bei den Theatern buchen.

www.laprofth.de/auffuehrungsfoerderung-rlp/aff2018.html

Förderung Land Rheinland-Pfalz

Kultursommer Rheinland-Pfalz

1. Mai bis 3. Oktober
„Kultur vor Ort Projekte“: bis zu 4.000.- Euro
Thema 2019: „Heimat(en)“

Antragschluss: 31. Oktober 2018

Das Gastspielförderprogramm **ECHT JETZT!** hat zum Ziel, das Theaterangebot für Kinder und Jugendliche in Rheinland-Pfalz um Gastspiele von professionellen Gruppen aus anderen Bundesländern oder dem Ausland zu erweitern. Das Förderprogramm richtet sich an freie und kommunale Veranstalter*innen in Rheinland-Pfalz, die im Kultursommer-Zeitraum innovative Gastspiele im Bereich Kinder- und Jugendtheater planen.

Antragschluss auf Gastspielförderung: 1. Dezember 2018

www.kultursommer-rlp.de

Landesschultheatertreffen

Der Landesverband Theater in Schulen, Rheinland Pfalz ist der Fachverband aller Lehrerinnen und Lehrer an den Schulen des Landes Rheinland-Pfalz, die Theater an Schulen unterrichten und sich für die ästhetische Bildung der Schülerinnen und Schüler einsetzen.

Im Jahr 2018 findet das **Landesschultheatertreffen** vom Montag, 28.05. bis Mittwoch, 30.05. im Theater Trier und in der Tuchfabrik Trier (TUFA) Trier statt. Die Bewerbungsfrist endet am 15. April 2018.

Teilnehmen können Schultheatergruppen und DS-Gruppen aller Schularten. Drei Tage mit Aufführungen, Workshops, Nachgesprächen und Fachgesprächen.

www.ts-rlp.de/?page_id=143

Öffentliche Förderung

Bund

Kulturelle Bildung:

1. „Kultur macht stark - Bündnisse für Bildung“
2. Förderperiode startet 2018

2. Wettbewerb **„Kinder zum Olymp“**
Kulturstiftung der Länder – Kinder zum Olymp

3. Mixed Up-Wettbewerb
Gesucht werden grundsätzlich Kooperationen,

- die den Lernort Schule weiterentwickeln,
- die die Schüler/innen in den Mittelpunkt stellen,
- die einen Beitrag zu mehr Bildungschancen und Teilhabe leisten,
- die Impulsfunktion für weitere Kooperationen haben und
- die sich durch ihren Netzwerkcharakter auszeichnen.

Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e. V.

Bundesweite Wettbewerbe und Preise

- **Theatertreffen der Jugend** - Schüler machen Theater
- **Treffen Junge Musik-Szene** - Schüler machen Lieder
- **Treffen Junger Autoren** - Schüler schreiben
- **Bundeswettbewerb "Komposition“** - Treffen junger Komponisten
- **Bundeswettbewerb "Jugend musiziert“**
- **Vorlesewettbewerb** des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V.
- **up-and-coming -** Deutscher Nachwuchsfilmpreis für Schüler und Jugendliche
- **Deutscher Rock- & Pop-Preis**
- **Deutscher Jugendfotopreis**
- **Deutscher Jugend-Video-Preis** - Video der Generationen

Weitere Ausschreibungen für Wettbewerbe, Preise und Fortbildungen:
www.kultnet.de

Der Deutsche Klang.Forscher!-Preis

Was ist der Sound unseres Lebens?
Die Jugendlichen forschen nach charakteristischen Klängen des Lebens, nach Sprache und Sprechweisen, Umgebungsgeräuschen, die uns beeinflussen, nach Menschen und Musik. Wir suchen Hörstücke, die die Vielfalt von Identität hörbar machen.

Aus allen Bewerbungen werden zehn Schulklassen ausgewählt, die ihre Ideen mit Unterstützung eines Mediencoaches in einem professionellen Tonstudio umsetzen dürfen. Die Aufnahmen und die Endproduktion finden an der Schule statt.
Mitte Juni 2018 werden alle Klang.Forscher!-Klassen zu einer gemeinsamen Preisverleihung im Hessischen Rundfunk nach Frankfurt am Main eingeladen. Die produzierten Hörstücke werden dem Publikum vorgestellt und gewürdigt. Eine hochkarätige Jury wählt die Gewinner, die mit Preisen geehrt werden.

Wer kann mitmachen?
Bis zum **30. November 2017** können Schulklassen der 6. - 10. Jahrgangsstufe aller Schularten und aus ganz Deutschland ihr AudioSelfie-Thema und ihre Produktionsidee bei uns einreichen. Die Schülerinnen und Schüler können die Form frei wählen, z.B. Klangcollagen, Kurzfeatures oder Hörspiele produzieren.

www.klang-forscher.de/Wettbewerb

Schultheater der Länder 2018 in Kiel

Der Bundesverband Theater in Schulen (BV.TS), die Stiftung Mercator und der Förderverband für das Darstellende Spiel an den Schulen Schleswig-Holsteins e.V. laden zum 34. Bundeswettbewerb Schultheater der Länder (SDL*18) vom 16. - 22. September 2018 in Kiel ein.

Wer kann sich bewerben?

Schultheatergruppen aller Schulstufen und Schulformen, die nicht mehr als 25 Teilnehmer/innen umfassen und deren Aufführung mindestens 30, aber maximal 60 Minuten lang sein sollte.

Wer wird gesucht?

Jede Schultheatergruppe mit einer künstlerisch überzeugenden und altersangemessenen Produktion. Bevorzugt werden Gruppen, die sich mit dem thematischen Akzent »Theater und Politik« auseinandersetzen.

Bewerbungsschluss: 31. April 2018.

www.bvts.org/1/schultheater-der-länder-(sdl)/schultheater-der-länder-2018/

Kulturförderung Bund – Staatsministerin für Kultur und Medien

…ist für kulturelle Einrichtungen und Projekte von **nationaler Bedeutung** zuständig.

Kunst- und Kulturförderung allgemein:

- Stiftungen und Bundeseinrichtungen
- Musikförderung
- Bsp.: „Initiative Musik“ zur Förderung der deutschen Rock-, Pop- und Jazz-Musik
- Literaturförderung
- Förderung von Tanz und Theater
- Bsp.: Deutsches Forum für Figurentheater und Puppenspielkunst e.V.
- Förderung der Bildenden Kunst
- Denkmalschutz und Baukultur
- Unterstützung Nationale Minderheiten: Dänen, Friesen, Sinti und Roma

Kulturförderung Bund – Staatsministerin für Kultur und Medien

Kulturelle Bildung:

- Kultur für alle

  Bsp.: „NEUE HEIMAT - Mehr Demokratie tragen!“ - netzwerk junge ohren e.V.;
  „zwölf.orte/Klassik in deinem Kiez“ – TONALI gGmbH Hamburg

Modellprojekte

  Bsp.: Die Berliner "Kulturloge", die Geringverdiener mit Migrationshintergrund am kulturellen Leben teilhaben lässt

- BKM-Preis Kulturelle Bildung
- Kultur und Integration
  - Modellprojekte für den interkulturellen Austausch

  Bsp.: „Elbkinder auf Spurensuche“ – eine künstlerisch-kreative Reise durch die Menschheitsgeschichte mit Kita-Kindern der Vereinigung der Hamburger Kitas.
  - Initiative „Kultur öffnet Welten“

Bsp.: Modellprojekt kulturelle Bildung

Biografische Liederwerkstatt

des Büros für Konzertpädagogik e.V./Köln

Kinder begegnen Senioren. Migranten begegnen Alteingesessenen. Musikalische Alltagsästhetik begegnet philharmonischer Kultur. Das Medium dieser Begegnungen sind biographisch verankerte „Lebenslieder“ und ihre ganz persönlichen Geschichten.
Viele Menschen haben ein Lieblingslied – und manche haben sogar ein „Lebenslied“: Eine Melodie, die für die Betreffenden mit einer ganz besonderen Geschichte, Stimmung oder Erinnerung verknüpft ist. Stärker als im bloßen Erzählen und Erinnern ist in solchen „Lebensliedern“ kulturelle Identität gespeichert – oft verbunden mit intensiven Emotionen: Uralte Menschen fühlen sich in ihre Jugend zurückversetzt, gestandene Erwachsene werden plötzlich ausgelassen oder verletzlich. Das Modellprojekt „biographische Liederwerkstatt“ verbindet Elemente aus Musik, Fotokunst, Literatur und journalistischer Recherche zu einer neuen Form von generationsübergreifender Kulturvermittlung.

Kulturförderung Bund - Fonds

Fonds Soziokultur

Der Fonds Soziokultur fördert solche Modelle kultureller Praxis, **die die alltägliche Lebenswelt in die Kulturarbeit einbeziehen** und zugleich eine Rückwirkung der so entstehenden Formen von Kunst und Kultur in unserer Gesellschaft anstreben.

Förderschwerpunkte:

- Innovationsförderung
- Impulsförderung
- Strukturförderung
- Kooperationsförderung
- **Sonderfonds Junge Kulturinitiativen** (18 - 25 Jahre)
- **„Jonge Kunst“** – Deutsch-niederländische Kooperationsprojekte
- **Innovationspreis Soziokultur,** zweijährig zu einem Schwerpunktthema; 2017: Flucht und Flüchtlinge

Antragsfristen: 1. Mai, 1. November; **Volumen**: ca. 1.000.000.- €/jährlich

Bsp. Fonds Soziokultur

»Unser Weg zum Schulabschluss« – ein Videotagebuch **migrantischer Schüler** ; Kulturpunkt im Barmbek-Basch, Hamburg

»Die taube Zeitmaschine – The Deaf Time Tunnel«. - Ein Projekt mit **gehörlosen und hörenden Jugendlichen** für Gehörlose und Hörende; Possible World e.V., Berlin

»Zwischen da und hier und morgen« - ein Theaterprojekt mit **jungen Roma**; Lalok libre, Gelsenkirchen

»OLD SCHOOL – VON **ALTEN** LERNEN«; Kampnagel Hamburg, Hamburg

»heim (AT) marienfelde« – ein Theaterprojekt mit (**Flüchtlings-)Kindern**; Kulturbewegt e.V., Berlin

»**Gender** Vision 2020« – Tanztheater und Schulprojekt; KABAWIL e.V., Düsseldorf

»Ha Zwei O« – Wasser in **Kunst und Wissenschaft**; kontiki Kunst- und Kulturwerkstatt für Kinder und Jugendliche, Ulm

Förderprogramm der jungen Kulturinitiativen:

»Projekt Blickfang – Farbkultur im **Betongrau**«; Team Blickfang, Dresden

»**Geocache** en vogue – neuzeitlich auf den Spuren der **Edelweißpiraten**«; Iken Vander in Kooperation mit zakk GmbH

Bsp. Fonds Soziokultur

Hajusom in Bollyland

Musiktheater von und mit jungen Flüchtlingen und Migranten

Die Formensprache der populären Bollywoodfilme zum Ausgangspunkt der neuen Produktion zu machen, wurde auf einer Ensembleversammlung von Hajusom einstimmig beschlossen. Negar brachte es auf den Punkt, warum gerade für MigrantInnen und Flüchtlinge dieses Genre großen Reiz hat: »Ich habe kein Heimatland, es kann nicht Iran, es kann auch nicht Deutschland sein. Aber es gibt Orte für mich, die ein zu Hause sind – z. B. Bollywood. Da wird durch verschiedene Vehikel das Unmögliche möglich. Total übertrieben gespielte Emotionen sind so ein Vehikel.«

Bsp. Fonds Soziokultur

Culture Clash: Die Entführung

Rap meets Oper – Oper meets Rap. In einer ein-jährigen Projektphase haben 70 Jugendliche aus Hannover im Alter von 14 bis 20 Jahren, insbesondere aus sozial benachteiligten Verhältnissen, »Culture Clash: Die Entführung«, eine RapOper nach W. A. Mozarts Singspiel »Die Entführung aus dem Serail«, erarbeitet. Bei dem Projekt konnten die Verantwortlichen vom MusikZentrum die Staatsoper Hannover als Partner gewinnen, der die personelle (Orchester, Opernsänger) und materielle Infrastruktur einschließlich der Bühne für die Aufführungen bereitstellte – eine Kooperation, bei der beide Partner Neuland betraten.

EU-Jugendförderung

ERASMUS + „Jugend in Aktion“ 2014-2020

1. Jugendbegegnungen

   Bi-, tri- und multilaterale Begegnungen

   Gefördert werden Jugendbegegnungen zwischen Gruppen aus mindestens zwei Programm- oder Partnerländern

2. Europäischer Freiwilligendienst im kulturellen Bereich
3. Mobilitätsmaßnahmen für Fachkräfte der Jugendarbeit
4. Strategische Partnerschaften
5. Transnationale Jugendinitiativen
6. Capacity Building in the Field of Youth
7. Strukturierter Dialog

www.jugend-in-aktion.de

Bsp. EU-Jugendförderung

Horbruch - Learning Lab Art Square e.V

30 junge Menschen aus Deutschland, Belgien. Luxemburg, Polen, Italien und Großbritannien – viele mit erhöhtem Förderbedarf - wurden zusammengebracht, um andere Kulturen zu entdeckte, Vorurteile zu durchbrechen und voneinander zu lernen. Verknüpfung von Urban Art/Graffiti und bürgerschaftliches Engagement.

„Wir machen's selbst - Das Theater“, Altenkirchen/Westerwald

Das Projekt ermöglichte Jugendlichen mit Migrationshintergrund, die im ländlichen Raum (Westerwald) leben, die Auseinandersetzung mit dem Medium Straßentheater. Teile des Projekts waren eine Fahrt nach Avignon zum Internationalen Straßentheaterfest, Workshops, Auftritte und eine Fotoausstellung.

Fundraising

Fundraising is the principle of asking, asking again and asking for more

Fundraising ist die sanfte Kunst des Lehrens der Freude am Spenden

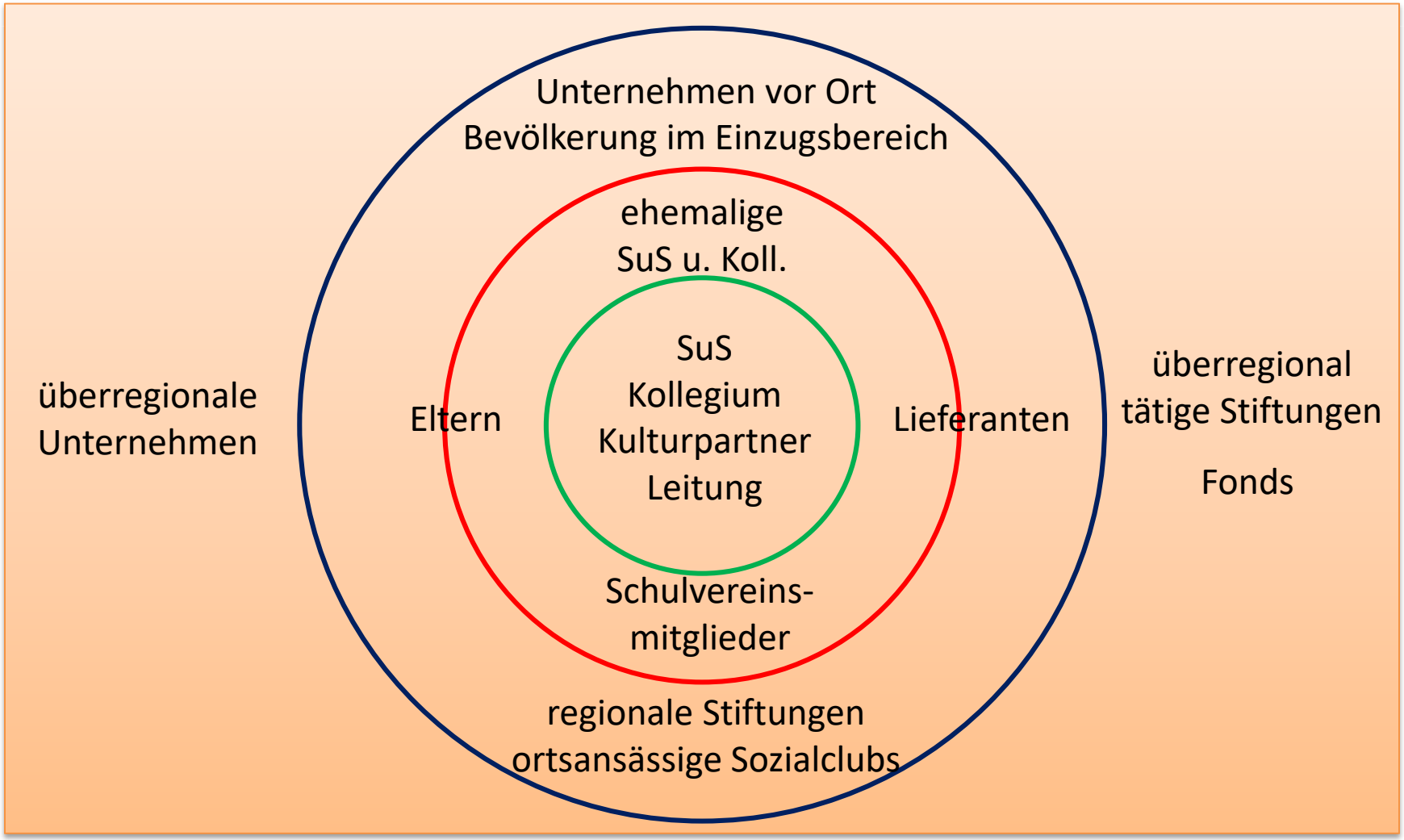
Open their minds, open their hearts and than open their cheque-books

Fundraising

- ist die Kunst, für mein Anliegen von anderen Unterstützung zu erhalten, indem ich sie dafür gewinne, dieses Anliegen auch zu dem ihren zu machen;
- ersetzt den Zufallstreffer durch ein systematisches, langfristig angelegtes Verfahren;
- ist ein Gestaltungsprozess, der im wesentlichen aus Marketing-Elementen, gefühlvoller Kommunikation und solidem Management besteht;
- erfordert das unbedingte Engagement für die Sache, Geduld, Beharrlichkeit und Ausdauer.

(Dr. jur. Jens Uwe Böttcher, Dozent für Fundraising)

Fundraising geschieht vor Ort



Fundraising allgemein

Das Rechtliche Umfeld des Fundraising:

Gemeinnützigkeitsrecht, Sammlungsrecht, Datenschutzrecht, Stiftungsrecht, Erbschaftssteuerrecht, Wettbewerbsrecht

Aufgabenbereiche im Fundraising:

- Bedarfsfeststellung
- Identifizierung von Fördergründen
- Verantwortlichkeiten festlegen
- Entwicklung einer Kooperationsstrategie zur Einwerbung von Fördermitteln
- Identifikation von potentiellen Förderern und Förderinnen
- Marketing
- Umsetzung
- Wirkungskontrolle/Evaluation

Fundraising-Aktivitäten

Fundraising-Instrumente:

- der regelmäßige Spendenaufruf
- die besondere Spendenkampagne/Großspenden
- die Benefiz-/Wohltätigkeitsveranstaltung (Galas)
- Jubiläums- und Kondolenzspenden („statt Geschenke/Blumen/Kränze....“)
- die individuelle persönliche Ansprache
- Verkauf von Waren mit Spendenaufschlag (Devotionalienvertrieb/Merchandising)

Fundraising-Aktivitäten

Wege zu den Spender/innen:

- Brief:
  - persönlicher Brief
  - Mailing (personalisierter Brief, nichtpersonalisierter Brief)
- E-Mail
- Telefon-Fundraising (persönlicher Anruf, nichtpersonalisierter Anruf, Telefonaktion)
- Fundraising-Gespräch
- Haus- und Straßensammlungen
- Spendenaktionen der Medien (Anzeigen, redaktionelle Beiträge, Reportagen)
- Internetaufruf

Gewinnung potentieller SpenderInnen:

„Warme Adressen“ – „Kalte Adressen“

Der Spendenbrief

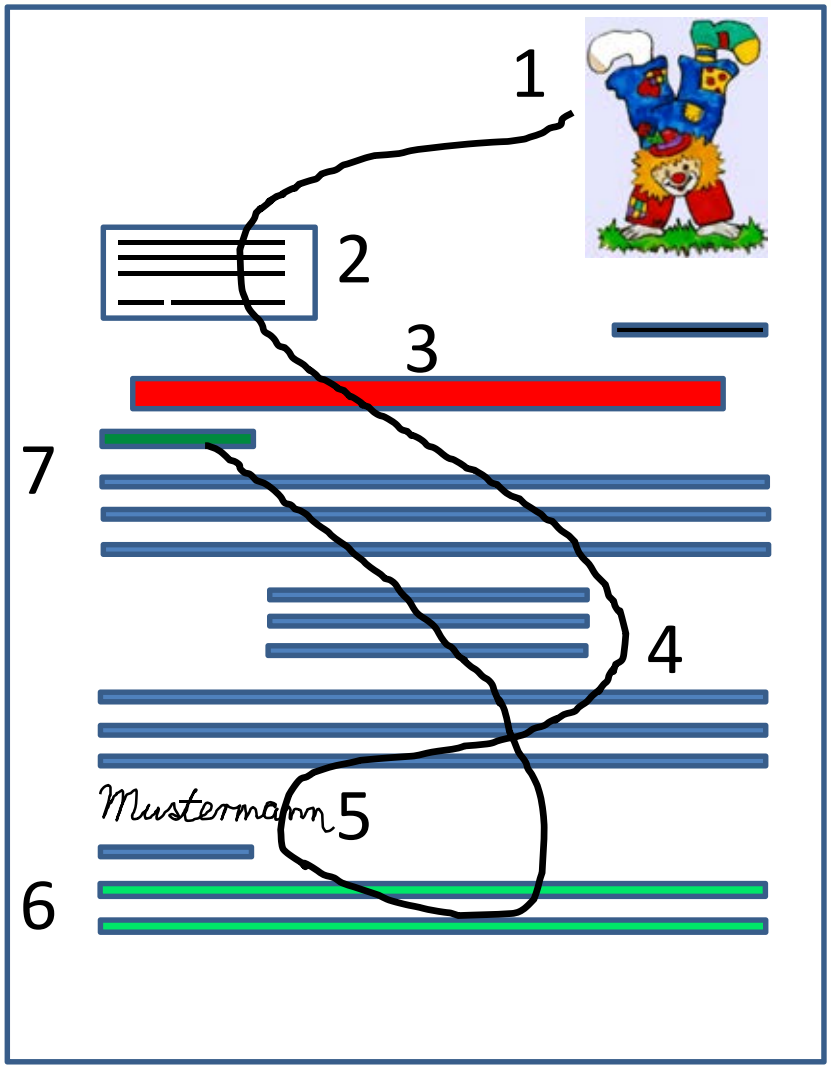
Checkliste Spendenbrief:

1. Reizt der Umschlag zum Öffnen?
2. Ist der Brief nicht zu lang?
3. Ist eine persönliche Anrede sinnvoll?
4. Ist die Überschrift / das Betreff einladend?
5. Fesselt der Beginn des Briefes?
6. Wer hat den Brief unterschrieben?
7. Gibt es ein Foto?
8. Haben sie ein Postscriptum (P.S.)?
9. Hat der Brief Anlagen?
10. Ist der Brief in einfach und gut lesbaren Stil geschrieben?
11. Ist es ein persönlicher Brief?
12. Haben sie um Antworten, Anregungen jenseits der finanziellen Spende gebeten?

Menschen für Menschen spenden und nicht für Institutionen

Testen des Spendenbriefs mit Unbeteiligten

Wahrnehmung eines Spendenbriefs



Spenderbindung und -betreuung

- Spendenbescheinigung
- Dankstrategien:

  - jede Spende sofort bedanken -

  mögliche Anerkennungsformen: schriftlich, telefonisch, persönlich
- Formelle Bindung
- Veranstaltungen für Förderer
- Pins, Anstecknadeln
- Abdruck des Namens
- Dankurkunden, Danktafeln
- Gebäudebenennung
- regelmäßige Kommunikation

Stiftungen

Ca. 25.000 Stiftungen in Deutschland, davon ca. 6.000 speziell für Bildung und Kultur

- Trägerstiftungen
- Operative Stiftungen
- Förderstiftungen (mit oder ohne Antragsmöglichkeit)
- Bürgerstiftungen

www.stiftungssuche.de/

Bevorzugte Förderaktivitäten:

- Anschubfinanzierung
- innovative Vorhaben
- Modellprojekte
- Objekte mit investivem Charakter
- Veranstaltungen
- Veröffentlichungen/Publikationen
- Stipendien
- Wettbewerbe und Preise

Die Stiftungssuche

Stiftungssuche

Basic

- 11.694 Stiftungsporträts
- Suchfelder: Stichwort, Ort und Bundesland
- Ausschließlich Stiftungen mit Internetseite
- Darstellung der Suchergebnisse als Liste

Stiftungssuche

Plus

- 26.631 Stiftungsporträts
- Suchfelder: Stichwort, Ort, Bundesland, Themen, Verwirklichung, Antragsmöglichkeit, Gesamtausgaben
- Stiftungen mit und ohne Internetseite
- Ausführliche Stiftungsporträts
- Speichern von Suchkriterien
- Lesezeichen und Notizen
- Darstellung der Suchergebnisse als Liste und auf der Deutschlandkarte

Jetzt Abonnement auswählen

Die Stiftungssuche

Konzer-Doktor – Bürgerstiftung

Zweck der Stiftung ist insbesondere die Förderung von Bildung, Ausbildung und Integration junger Menschen aus Stadt und Verbandsgemeinde Konz. Die Stiftung verfolgt ihre Ziele im Interesse [..]

Stiftung des Landkreises Bad Dürkheim für Kultur, Soziales, Umwelt, Bildung, Unterricht und Erziehung

Zweck der Stiftung ist die Förderung kultureller und sozialer Betätigungen, Umweltschutz, Bildung, Unterricht und Erziehung im Landkreis Bad Dürkheim. Insbesondere kulturell: die [..]

Stiftung des Landkreises Bad Dürkheim für Kultur, Soziales, Umwelt, Bildung, Unterricht und Erziehung

Zweck der Stiftung ist die Förderung kultureller und sozialer Betätigungen, Umweltschutz, Bildung, Unterricht und Erziehung im Landkreis Bad Dürkheim. Insbesondere kulturell: die Förderung von Kunst, Kultur, Heimatkunde, Heimatgeschichte, nationaler und internationaler Partnerschaften sowie der Erwerb und die Sicherung von Kulturgütern; sozial: die Förderung karitativer Einrichtungen, Gruppen. Förderung von Maßnahmen des Umweltschutzes, Bildung, Unterricht und Erziehung, des Jugendaustausches, Bildungsreisen, Jugendfahrten und europäischen Bildungsprojekten der Schulen sowie die Unterstützung der Partnergemeinden und Kreise bei der Jugendarbeit.

Kontakt

Kreisverwaltung Bad Dürkheim

Philipp-Fauth-Straße 11, 67098 Bad Dürkheim

www.kreis-bad-duerkheim.de

Stiftungsbeispiel

Volksbank Eifel eG Stiftungen

Unsere Stiftungen geben ihr Geld besonders gerne an Förderprojekte, die Kindern und Jugendlichen zugutekommen, die Freude bereiten bei Spiel und Sport, oder Interesse schüren bei der Ausbildung.

In einer Feierstunde in der Volksbank Eifel in Prüm konnten sich zehn Spendenempfänger über die Ausschüttungen der Volksbank-Stiftungen freuen. Mit 42.700,00 Euro hat der Stiftungsvorstand 2017 ein breit gefächertes und engagiertes Wirken in der Region honoriert.

Ein Verein, **drei Kindertagesstätten** sowie **sechs Schulen** präsentierten ihre Projekte mit Bildern, Collagen, Vorführungen und einem Lied. Gemeinsam ist allen das Zusammenwirken engagierter Lehrer, Eltern, Betreuern und Kindern, die sich über ihre Umwelt, gesunde Bewegung oder auch um kurze Schulwege durch die Errichtung eines Privaten Gymnasiums die Würdigung der Stifter verdient haben.

Die Stiftungsarbeit

Erster Schritt: Das **Konzept**

Zweiter Schritt: Die **Suche** nach dem Stiftungspartner

Recherche und Rechercheauswertung

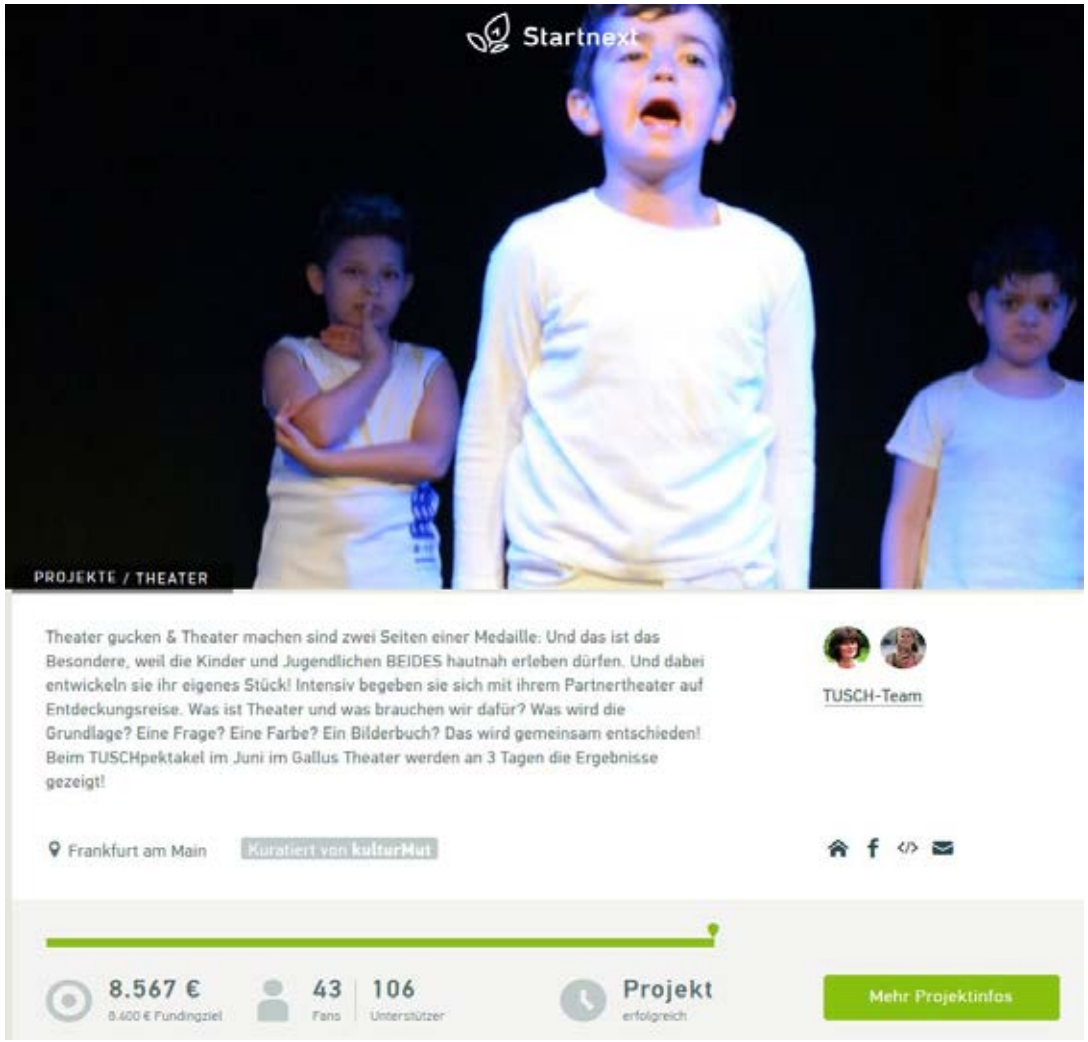
Dritter Schritt: Der **Förderantrag**

- Eindeutiges Projekt-Thema in der Überschrift
- Prägnante Kurzdarstellung des Vorhabens
- Projektbeschreibung im Detail
- Methodik, Mittel
- Zielsetzung, Zielgruppe
- Kosten- und Finanzierungsplan
- Zeitplan
- Angaben über den verantwortlichen Projektbetreuer
- Angebot zusätzlicher Informationen und eines persönlichen Gesprächs

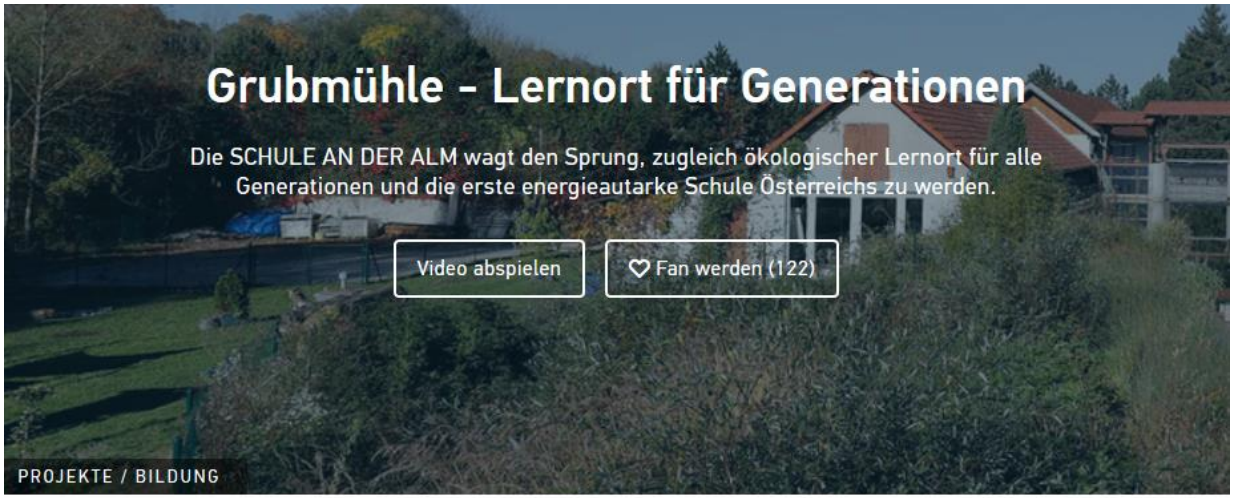
besondere Fundraisinginstrumente

- Database-Fundraising
- Crowdfunding - www.crowdfunding.de/plattformen/
- Matching Funds
- Lotterie/Tombola
- Versteigerung/Auktion
- Bußgeldmarketing
- Erbschaftsmarketing
- Benefiz-Veranstaltungen
- Events, z.B. Sponsoren-/Spendenlauf; Carwashing

Crowdfunding „startnext“



Crowdfunding „startnext“



Mit vielen tausenden Stunden Einsatz haben Eltern eine freie Schule geschaffen. Ihr neuer Standort ist die jahrhundertealte Grubmühle. Ganzheitliches Lernen mit der Natur wird hier real. Und zukünftig auch der Traum, ein (energieautarkes!) Leuchtturmprojekt für ganzheitliche Bildung und Ökologie zu entwickeln: die GRUBMÜHLE – LERNORT FÜR GENERATIONEN. Wo erfahrbar wird, wie sich ressourcenschonendes und energiebewusstes Leben positiv auf unsere Zukunft und die der nächsten Generationen auswirkt.

Grubmuehle

Pettenbach

53.540 €
53.000 € Fundingziel

122 Fans | 204 Unterstützer

5 Tage

Projekt unterstützen

Crowdfunding „visionbakery“

< Widgets >

Gefällt mir 26 Personen gefällt das. Registriere dich, um sehen zu können, was deinen Freunden gefällt.

Twittern G+ Weiterempfehlen 3

Was wir wollen

Das Angebot an Ganztagsschulen steigt stetig. Im Schuljahr 2015/2016 nahmen zum Beispiel fast die Hälfte aller Schülerinnen und Schüler in Nordrhein-Westfalen am Ganztags Schulbetrieb teil – Tendenz steigend. Zu einer guten Ganztagsschule gehört ein gutes, gesundheitsfördernes Schulessen: das gemeinsame Mittagessen und weitere Verpflegung im Schulalltag. Leider stehen immer noch Nudeln, Fleisch, Pizza und Co. ganz oben auf dem Speiseplan vieler Mensen. Mit dem Projekt Schulgarten möchte der *Verein SpringinsFeld e.V.* Kindern und Jugendlichen einen neuen Zugang zu Natur, Garten und damit auch gesunder Ernährung vermitteln.

Gegenleistungen

Einen Dankesbrief von einem der Kinder die einen Garten finanziert bekommen haben * *ab 10,00 €*

Wenn wir unser Projekt finanziert bekommen und der erste Garten steht, würden wir euch gerne einen Dankesbrief zukommen lassen, der von einem der Kinder geschrieben wurde.

196 von 200 verfügbar — jetzt unterstützen

Persönliche Video Botschaft von den Kindern die den Garten bauen konnten * *ab 20,00 €*

Wenn wir es schaffen das Geld zusammen zu bekommen und die Kinder den Garten wirklich bauen dürfen, dann bekommt jede Person die spendet eine persönliche Video Nachricht von den jeweiligen Kindern zugesandt.

49 von 50 verfügbar — jetzt unterstützen

Crowdfunding „visionbakery“

Bereits abgelaufen!

0,00 €

0 % von 839,25 € Ziel

0

Unterstützer

Leider nicht finanziert!

Dieses Projekt erreichte die benötigte Summe bis zum 08.10.16 MEZ nicht und konnte in 30 Tagen nicht finanziert werden.

< Widgets >

Gefällt mir 3 Personen gefällt das. Registriere dich, um sehen zu können, was deinen Freunden gefällt.

Twittern G+ Weiterempfehlen 3

Das Projekt

Mein Name ist Andrea Ehlebracht und ich bin eine von zahlreichen musikliebenden Eltern, die den Musikunterricht an Schulen für essentiell halten.

Zusammen mit einigen engagierten Eltern diverser Schulen in Bielefeld möchten wir den Musikunterricht auch für Kinder an Schulen möglich machen, denen die finanziellen Mittel für die Bereitstellung von Instrumenten fehlt.
Hierzu arbeiten wir gemeinsam mit Schuldirektoren, Lehrern und selbstständigen Musiklehrern, die alle darauf bedacht sind, einen für die Schulen und vor allem Kinder kostenfreien Musikunterricht nach der Schule zu verwirklichen.

Ziel des Projekts ist nicht nur das Lernen eines oder mehrerer Instrumente, auch erzieherische und bildende Maßnahmen stehen hierbei im Vordergrund. So wird jede Stunde von einem ehrenamtlichen, pädagogisch geschulten Musiklehrer geführt.
Die Kinder lernen dabei das Notenlesen, ein allgemeines Verständnis von Instrumenten und Musik, das harmonische ineinanderfließen mehrerer Instrumente, die selbst spielen. Der Spaß darf dabei natürlich nie vergessen werden.

Die Teilnahme am Musikunterricht soll selbstverständlich freiwillig sein. Die Nachfrage ist bisher unfassbar groß.

Gegenleistungen

Informationen * *ab 10,00 €*

Wir informieren Sie regelmäßig über den Stand des Projekts und alle Neuigkeiten per E-Mail.

100 von 100 verfügbar — jetzt unterstützen

Informationen + Fotos * *ab 25,00 €*

Wir informieren Sie regelmäßig über den Stand des Projekts und alle Neuigkeiten per E-Mail. + Zusätzlich erhalten Sie aktuelle Fotos der stattfindenden Unterrichtsstunden.

100 von 100 verfügbar — jetzt unterstützen

Informationen + Fotos + Videos * *ab 50,00 €*

Wir informieren Sie regelmäßig über den Stand des Projekts und alle Neuigkeiten per E-Mail. + Zusätzlich erhalten Sie aktuelle Fotos der stattfindenden Unterrichtsstunden. + Zusätzlich erhalten Sie aktuelle Videos der stattfindenden Unterrichtsstunden.

100 von 100 verfügbar — jetzt unterstützen

Informationen + Fotos + Videos + Audioaufnahmen * *ab 80,00 €*

Wir informieren Sie regelmäßig über den Stand des Projekts und alle Neuigkeiten per

Matching-Funds

Spendenvervielfachung:

Eine Person oder Institution stellt einen großen Förderbetrag in Aussicht, unter der Voraussetzung, dass sich noch andere Personen oder Institutionen in mindestens gleicher Höhe beteiligen.

Oder eine Person oder Institution sagen zu, jeden gespendeten Betrag (ggf. bis zu einer bestimmten Höhe) durch eine eigene Spende zu verdoppeln, zu verdreifachen etc.

Sponsorenlauf

Schüler laufen für einen Zweck und lassen sich pro Runde sponsern. So können sie selbst zu Verbesserungen an „ihrer“ Schule beitragen. Als Erlös sind 10- bis 30.000 Euro möglich. Das gemeinsame Ziel festigt das Wir-Gefühl und die Identifikation mit der Schule steigt.
Die Grundidee ist einfach: Alle Schüler suchen sich Sponsoren: Freunde, Verwandte oder den Bäcker ums Eck, die bereit sind einen vereinbarten Betrag pro Runde zu spenden. Am Aktionstag laufen dann alle so viele Runden wie möglich.

www.das-macht-schule.net/projektvorlagen/finanzieren/sponsorenlauf

Sozialclubs der Unternehmer*innen

Rotary, Lions und Zonta

Rotary Club Trier

Aus dem Häuschen

Glühwein für den guten Zweck auf dem Weihnachtsmarkt in Trier

Wer sich mit einem Glühwein aufwärmen und dabei gleichzeitig Gutes tun wollte, war auf dem Weihnachtsmarkt in Trier am Holzhäuschen der Rotarier, Rotaracter und Inner Wheelerinnen genau richtig. Mit dem Erlös aus dem Verkauf des traditionellen Weingetränkes sollen auch dieses Mal wieder verschiedene Projekte unterstützt werden, unter anderem das Projekt „Lesen lernen – Leben lernen“ zur Förderung des **Leseverständnisses von Grundschülern in Trier** sowie die **Integrative Kindertagesstätte „Leuchtturm“ in Trier.**

Sozialclubs der Unternehmer/innen

Lions Club Kusel

Die Spendenempfänger sind im Jahr 2018 die acht Schulen im Landkreis Kusel, die Jugendliche bis zur Mittleren Reife, dem Abschluss der Sekundarstufe I bzw. bis zum Abitur führen:
Siebenpfeiffer-Gymnasium Kusel,
Veldenz-Gymnasium Lauterecken,
Realschulen plus in Kusel, Altenglan, Glan-Münchweiler und Lauterecken/Wolfstein,
IGS Schönenberg-Kübelberg/Waldmohr und
die Berufsbildende Schule Kusel.
Mit der Zuwendung von **je 2.500 Euro** können sie zusätzliche Einrichtungen im Rahmen der Digitalisierung beschaffen, besondere schulische Aktivitäten durchführen oder Exkursionen fördern.

Sozialclubs der Unternehmer/innen

Zonta Club Koblenz-Rhein-Mosel

Fünf erfolgreiche Teilnehmerinnen des Regionalwettbewerbs Jugend forscht, der am 24.02.2007 in Koblenz stattfand, konnte der Club mit Zonta-Sonderpreisen auszeichnen. Im Fach Chemie waren dies Felicitas Schwörer, Max-von-Laue-Gymnasium, Koblenz; Dominika Hobernik, Görres-Gymnasium, Koblenz; Britta Schütz und Esther Müller, Wiedtal-Gymnasium, Neustadt/Wied und im Fach Physik Sanja Holz vom Privaten Gymnasium Nonnenwerth, Remagen. Beeindruckend waren die Bandbreite der Themen, die von den Preisträgerinnen bearbeitet wurden, aber auch die Gestaltung der Stände sowie die Präsentationen.

Sponsoring aus Unternehmersicht

Instrumente der Unternehmenskommunikation:

- Direct-Marketing
- Medienarbeit
- Verkaufsfördernde Maßnahmen
- Öffentlichkeitsarbeit
- Interne Kommunikation
- Sponsoring

Sponsoring ist für den Unternehmer ein Marketinginstrument

Sponsoring aus Unternehmersicht

Vorteile des Sponsorings:

- geringe Streuverluste
- klar abgrenzbare Zielgruppen
- zielgruppengerechte Ansprache
- emotionale Ansprache der Zielgruppe durch das Kunstereignis
- Transfer von „Lifestiles“
- Sponsoringbotschaften werden über einen längeren Zeitraum wahrgenommen
- vielfältige Möglichkeiten der Unternehmensdarstellung

Hauptmotive für das Sponsoring:

- Imageverbesserung
- Mitarbeitermotivation

Sponsoring und Schulrecht

Maßgebliche Vorschrift für Schulsponsoring von Schulen in Nordrhein-Westfalen ist § 99 SchulG NRW:

§ 99 Schulsponsoring, Werbung

Schulen dürfen zur Erfüllung ihrer Aufgaben für den Schulträger Zuwendungen von Dritten entgegennehmen und auf deren Leistungen in geeigneter Weise hinweisen (Schulsponsoring), wenn diese Hinweise mit dem Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule vereinbar sind und die Werbewirkung deutlich hinter den schulischen Nutzen zurücktritt. Die Entscheidung trifft die Schulleiterin oder der Schulleiter mit Zustimmung der Schulkonferenz und des Schulträgers. Im Übrigen ist Werbung, die nicht schulischen Zwecken dient, in der Schule grundsätzlich unzulässig. Über Ausnahmen entscheidet das Ministerium.

Sponsoring und Schulrecht

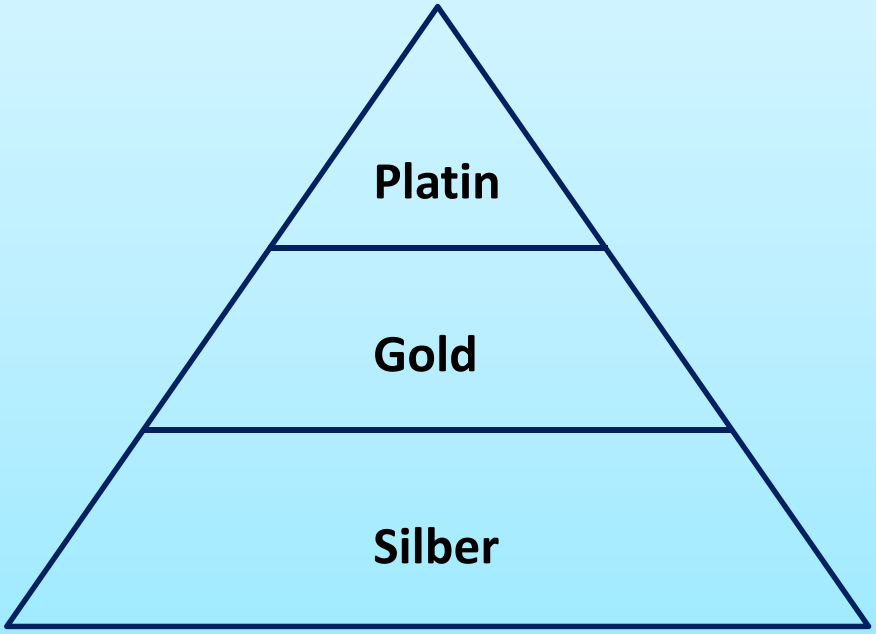
Rheinland-Pfalz	Werbung auf dem Schulgelände ist nicht zulässig. Zuwendungen Dritter sind erlaubt, wenn die Schule hierdurch bei der Erfüllung ihres Bildungs- und Erziehungsauftrages unterstützt wird; ein entsprechender Hinweis in geeigneter Form ist möglich. Bei Zuwendungen mit Folgekosten ist das Einvernehmen mit dem Schulträger herzustellen. Die Entscheidung trifft der Schulleiter nach Anhörung des Schulausschusses.	§ 89 Übergreifende SchulO vom 14.05.1989, zuletzt geändert durch VO vom 18.12.1998, GVBl. 1999, S. 5

Leistungen im Sponsoring

Finanzielle Leistungen:

- Einmalige Zahlungen
- Ausfallbürgschaften
- regelmäßige Zahlungen
- Exklusivsponsoring
- Sponsorenpool

Sponsorenpyramide:



Leistungen im Sponsoring

Sachleistungen

- Sachleistungen aus dem Programm des Unternehmens für die **laufende Arbeit**
- Sachleistungen aus dem Programm des Unternehmens für **einzelne Projekte**
- Übernahme von **Dienstleistungen** durch das Unternehmen
- **Kostenübernahme** von Sachleistungen anderer für das Projekt
- **Freistellung von Mitarbeitern** des Unternehmens zur Unterstützung der kulturellen Einrichtung („Secondment“)
- Ausschreibung von **Preisen** und **Wettbewerben**
- **Ankauf** von Kunstobjekten

Der Wert der Sachleistungen ergibt sich aus dem Buchwert

Schulspezifische Formen

Formen des Schulsponsorings

Das Schulsponsoring weist viele Facetten auf. Besonders häufig anzutreffen sind:

- Durchführung und Anleitung zu alltagsbezogenen physikalischen und chemischen Experimenten mit fachlichen und sachlichen Hilfen durch Experten aus Unternehmen
- Experimentalvorträge, Sammlungen von Beispielen für Versuche und Schülerexperimente für den Einsatz im Fachunterricht (Chemie, Physik und Technik)
- Einrichtung von Fachräumen, z.B. Labormaterialien, PC/EDV-Ausstattung, Geräte für den naturwissenschaftlich-technischen Unterricht, Musikinstrumente und Sportgeräte
- Betreuung von Facharbeiten
- Unterstützung von Projekten an Schulen, z.B. Vermittlung von Referenten
- Öffnung firmeninterner Fortbildungsmaßnahmen für Lehrerinnen und Lehrer
- Bereitstellung von Expertenwissen durch die Teilnahme von Unternehmensvertretern an Diskussionen mit Schülern und Lehrern, z.B. als Wirtschaftspaten
- Durchführung von Bewerbungstrainings für Schülerinnen und Schüler
- Betriebserkundungen und Praktika für Lehrer und Schüler
- Beratung, z.B. bei Schulmanagement- oder Organisationsentwicklungsfragen der Schule

Gegenleistungen im Sponsoring

- Erwähnung auf allen Werbeträgern
- Anzeigen/Versand
- Präsentations- u. Verkaufsflächen
- mediale Präsenz in Pressemitteilungen und -informationen
- persönliche Nennung des Sponsors
- Freikontingente
- Künstlerische/kulturelle Angebote für Zwecke des Sponsors
- komplette Veranstaltungen für den Sponsor
- künstlerische Gestaltung von Räumen u. Plätzen

Sponsoren-**Auswahl**

So wie jedes Kulturprojekt geeignet ist, durch Sponsoring gefördert zu werden, kommt beim regionalen Sponsoring auch grundsätzlich jedes Unternehmen vor Ort und in der Region als Partner in Betracht.

1. Schritt: alle **direkten und indirekten Geschäftskontakte**

2. Schritt: die **persönlichen**, teils **privaten Kontakte**

3. Schritt: **entscheidende Fragen:**

„Mit wem können und wollen wir?“

„Wie reagieren unsere Eltern, die Bevölkerung und die Politik, wenn wir uns von einem bestimmten Unternehmen fördern lassen?“

Sponsoren-**Auswahl**

Das Affinitäten-Konzept:

1. Regionalbezug

Unternehmen aus der Region fördern Veranstaltungen/Projekte/Einrichtungen vor Ort

2. Produktaffinität

indirekter Zusammenhang zwischen den Produkten bzw. Dienstleistungen des Unternehmens und dem Förderbereich

direkter Nutzen: das Know How, das Produkt, die Dienstleistung des Unternehmens wird im Rahmen von Sachleistungen direkt eingesetzt

3. Zielgruppenaffinität

Sponsor und Gesponserter sprechen die gleichen Zielgruppen an

4. Imageaffinität

a) es bestehen Übereinstimmungen zwischen dem Image des Sponsors und des Gesponserten;

b) das Image des Gesponserten soll sich positiv auf das Unternehmen auswirken

5. persönliche Interessen (besonders beim regionalen Sponsoring)

Checkliste Sponsorenauswahl

Auswahlkriterien Kategorie A

1. *Hat das Unternehmen bereits kulturelle Aktivitäten gesponsert?*
2. *Hat es Interesse am Sponsoring gezeigt oder geäußert?*
3. *Ist das Unternehmen neu in der Region und will seinen Bekanntheitsgrad steigern?*
4. *Hat das Unternehmen eine neues Produkt oder eine neue Dienstleistung eingeführt?*
5. *Will das Unternehmen neue Zielgruppen erschließen?*
6. *Hat das Unternehmen derzeit Schwierigkeiten (schlechtes Renommee, Absatzprobleme etc.), die durch Sponsoring-maßnahmen (z.B. mittels Imageverbesserung) gelöst werden können?*

Checkliste Sponsorenauswahl

Auswahlkriterien Kategorie B

Bezugspunkte: *1. Regionaler Bezug, 2. Produktaffinität, 3. Zielgruppenaffinität, 4. Imageaffinität, 5. persönliche Interessen des Sponsors*

Unternehmen	**A**						**B**					Summe
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	
1 Unternehmen A	X			X	X			X		X		5
2 Unternehmen B		X					X		X			3
3 Unternehmen C	X		X	X				X	X	X		6
4												
5												
6												

Sponsoren-**Ansprache**

Sponsoring beruht auf dem Austausch von Leistung und Gegenleistung. Der Nutzen des Sponsors ist in den Vordergrund zu stellen, nicht die eigene Bedürftigkeit.

1. Die direkte persönliche Ansprache

Bewährt im regionalen Sponsoring und wenn die Geschäftspartner bereits bekannt sind.

Bedingungen:

- günstige Tage
- gute Tageszeit
- Gute persönliche Verfassung
- Positive innere Einstellung
- Gute Vorbereitung auf das Verhandlungsgespräch

Sponsoren-**Ansprache**

2. Der klassische Weg: 4 Schritte

persönliches Gespräch/ Präsentation

1. telefonischer Kontakt

1. schriftlicher Kontakt

2. telefonischer Kontakt

Sponsoren-**Anschreiben**

Ein individuelles Marketingkonzept, auf den jeweiligen Geschäftspartner zurechtgeschnitten, bestehend aus:

- Projektkurzbeschreibung (max. 2 bis 4 Sätze)
- Projekt- und Sponsoringidee
- Zielgruppe(n)
- Einzugsgebiet/Reichweite/Wirkungsradius
- Projekt-Timing
- Gegenleistungen

auf max. einer Din A-4-Seite, alles andere gehört in die

- Anlagen

Sponsorenbindung, Sponsorenbetreuung

- Aufnahme in die Verteiler
- Einladungen
- spezielle Veranstaltungen für Sponsoren/ Förderer
- (Ehren-)Mitgliedschaften
- Danksagungen
- Erwähnung der Sponsoren

TIPPs für die Antragstellung

Formale Kriterien

- Antragsberechtigung
- Projektziele und Förderziele/-richtlinien
- Regionale Einschränkungen
- Einschränkungen bei der Projektdauer/Projektlaufzeit
- Verhältnis Antragssumme zu den Gesamtausgaben
- Höchstfördersumme/Mindestfördersumme
- Antragsfristen
- Alle Felder ausfüllen (Maximale Zeichenvorgaben)

TIPPs für die Antragstellung

Formale Kriterien:

- Schlüssiger Kosten- und Finanzierungsplan
- Verbot der „Doppelförderung“
- „förderfähigen Kosten“
- Förderzusagen (Absichtserklärung, „Letter of intent“)
- Vollständige Angaben
- Alle Kooperationspartner benennen (Kooperationszusage)
- Unterschrift der richtigen Person
- Alle erforderlichen Unterlagen beifügen

TIPPs für die Antragstellung

Inhaltliche Kriterien:

- abstrakte Ziele als auch deren Umsetzung in der Praxis
- Vermeiden Sie Antragslyrik:
  - keine kunsttheoretische Abhandlungen,
  - keine Übertreibungen,
  - begründen, warum etwas „innovativ, modellhaft, einmalig...“ ist,
  - keine Konjunktive,
  - aktiv statt passiv,
  - “Ich“- oder „Wir“-Form statt dritte Person,

TIPPs für die Antragstellung

Inhaltliche Kriterien:

- keine Abkürzungen,
- keine Schachtelsätze,
- keine Füllwörter,
- Sprache des Geldgebers nutzen,
- fehlerfrei schreiben.

- Zahlen/Statistiken
- Zitieren: Studien, Berichte, Positionspapiere, Zeitungsartikel...
- „angefragt“ kommt bei vielen Förderinstitutionen nicht gut an
- überzeugende Selbstdarstellung der Organisation.