

Kneipe:

Ernst ist das Leben, heiter die Kunst:

Von Ernst & Heiterkeit des Kultur-Fundraisings

Referentinnen: Wiebke Doktor &

Dr. Anna Punke-Dresen

Los geht es um 18.40 Uhr





Agenda

Digitaler Check-in

Definition Fundraising: Übersicht Kulturförderung, Abgrenzung Fördermittel

Strategie-Aufbau: Warum macht ihr denn Fundraising, Mission, Ansprache, Botschaften

Überblick Fundraising-Instrumente

Beispiele und praktische Arbeit

Zeit für Fragen



Die Referentinnen

Dr. Anna Punke-Dresen

arbeitet seit über fünfzehn Jahren in verschiedenen Funktionen im gemeinnützigen Sektor, im Stiftungs- und Kulturbereich, u.a. als Programmleitung Fundraising für die Stiftung Deutsch-Russischer Jugendaustausch, als Vorstand für den Hamburger Verein HAMBURGER MIT HERZ und im Leitungsteam des Kreises Junge Menschen und Stiftungen.

Wiebke Doktor

ist Theaterwissenschaftlerin, Fundraising Managerin und Systemische Organisationsentwicklerin. Seit 15 Jahren berät sie als Geschäftsführerin des Conversio Institutes gemeinnützige Organisationen beim Auf- und Ausbau von Fundraising. Daneben ist sie als Leiterin der Fachgruppe Kulturfundraising des Deutschen Fundraising Verbandes aktiv.



Digitaler Check-in

Umfrage:

Wer macht bereits aktiv Fundraising?

Skala im Raum:

Wie gut seid ihr aufgestellt für Fundraising?
(links: grottig bis rechts: hervorragend)

Wie viel Zeit habt ihr für FR im Monat?
(2 Std., 10 Std., 20 Std., mehr als 20 Std.)



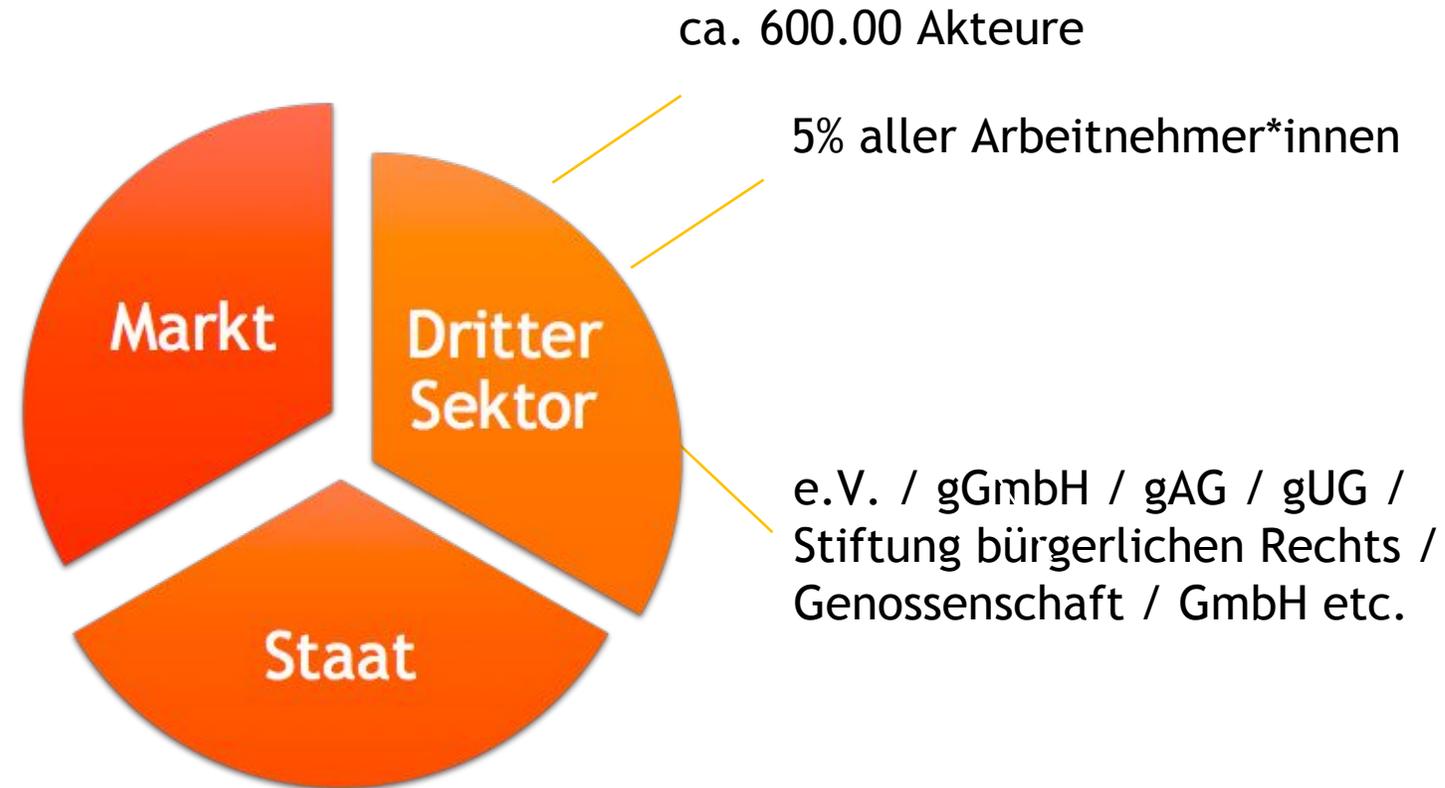
Was ist überhaupt Fundraising?

*Fundraising ist die strategisch geplante Beschaffung sowohl von finanziellen Ressourcen als auch von Sachwerten, Zeit und Know-how zur Verwirklichung von am Gemeinwohl orientierten Zwecken unter Verwendung von Marketingprinzipien.
(Fabisch, 2002, dtv)*

*„Fundraising is the gentle art of teaching the joy of giving.“
(Henry Rosso)*



Wo wird Fundraising verortet?





Dreieck der Kulturfinanzierung





Die Förderwelt

Fundraising für Verbände, Vereine und Stiftungen

Fundraising beinhaltet vier Säulen:

- ✓ Akquise öffentlicher Fördermittel (Drittmittel)
- ✓ Lotterien und Stiftungsanträge
- ✓ Spenden (Privatpersonen und Unternehmen), Mitgliedschaften, Schwarm-Investitionen
- ✓ Unternehmenskooperationen und Sponsoring



Was gibt es in der Förderwelt zu beachten?

Oft muss man die Fundraising-Arten miteinander kombinieren:

z.B. fördert eine Stiftung zu 80% und die anderen 20% müssen als Eigenmittel nachgewiesen werden.

→ Dies können z.B. Mittel sein, die über einen Förderverein reinkommen oder über andere Förderer.

Manchmal kann auch ehrenamtliches Engagement angerechnet werden oder Räume, die man angemietet hat.



Kann jede*r Fördermittel beantragen?

Welche grundlegenden Anforderungen muss eine Initiative erfüllen?

- Privatpersonen oder Gruppen ohne Rechtsform werden häufig nicht oder nur sehr eingeschränkt gefördert.
- Bei vielen Einrichtungen sind nur juristische Personen antragsberechtigt, also Vereine oder GmbHs.
- Ein weiteres Kriterium ist weiterhin häufig die Gemeinnützigkeit. Der klassische Zuwendungsempfänger ist der gemeinnützige Verein.
- Wenn eine Gruppe eine solche Organisationsform nicht hat oder nicht will, dann besteht die Möglichkeit, ein Projekt in Zusammenarbeit mit einer bestehenden Organisation zu beantragen (**Kofinanzierung bzw. Finanzierungsmix!**) - Wichtig ist, dass man sich vertraut und eben gut zusammenarbeiten kann.



Wie funktioniert Projektförderung?

Zu beachten sind:

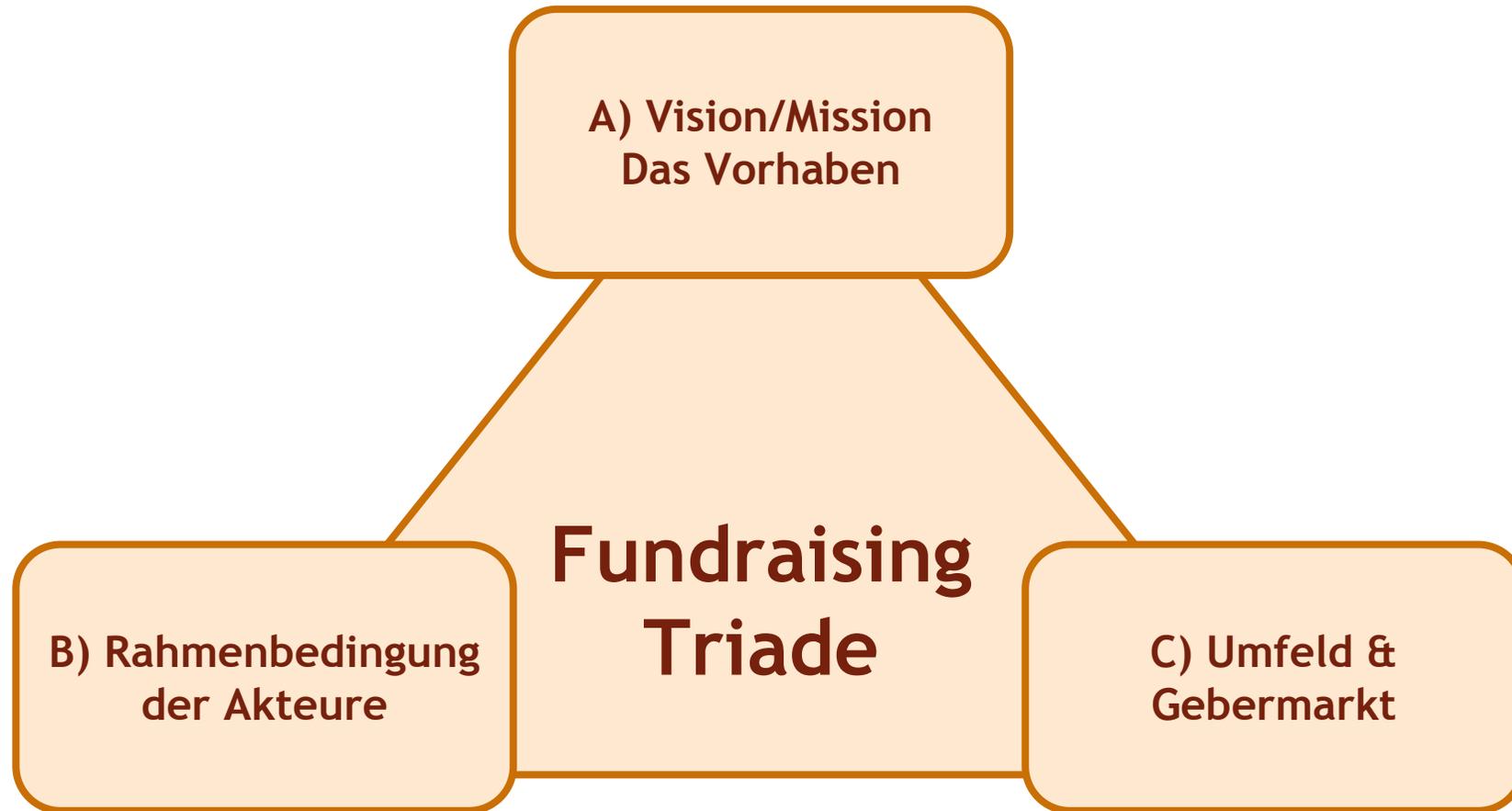
- Institutionelle Geber und ihre Ziele
- Förderschwerpunkte und -prioritäten
- Förderbedingungen, z.B. eine Einrichtung fördert nur (vom Finanzamt anerkannte) gemeinnützige eingetragene Vereine oder ein anderer Geber fördert niemals Personalkosten oder in dritter Geber fördert bestimmte Projekte nur, wenn mindestens drei verschiedene Organisationen am Projekt beteiligt sind und gemeinsam den Antrag stellen.
- Ausschreibung, Aufrufe, Calls, Deadlines

Ein Fördermittelantrag ist eine Bewerbung!

Ein Fördermittelantrag ist die schriftliche Bewerbung einer Organisation um Fördermittel. Zentraler Gegenstand der Bewerbung ist die Darstellung des Projekts, das mit den Fördermitteln durchgeführt werden soll.



Fundraising-Triade





Die Vision

- Warum soll man euch / eure Einrichtung unterstützen?
- Was macht das Haus / die Einrichtung / den Verein besonders?
- Was würde fehlen, wenn es nicht da wäre?
- Was bewegt ihr für die Menschen in eurer Region?
- Wo seht ihr euch in 3-5 Jahren?



Organisationscheck

- Ressourcen (Zeit und Budget)
 - Know-How und Erfahrung
 - Technik und Verwaltung
 - Konzeption und Kostenplanung
 - Image und Bekanntheit
 - Motivation
-
- Wie sind die Erfahrungen bisher mit der Mittelakquise? (Abrechnung der Mittel, Verbuchung etc.)
 - Was sind Eure Stärken (z.B. Antragsformulierung, Kommunikation, Begeisterungsfähigkeit)?



Das Umfeld

- In welchem Umfeld setzt ihr das Fundraising auf? (PEST-Analyse)
- Wer ist die Konkurrenz? (z.B. Kultureinrichtungen, bekannte Spendenempfänger der Stadt)
- Was macht die Konkurrenz?
- Wer sind die aktuellen und potenziellen Geber*innen?



Definition von Spende

Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI e.V.

Freiwillige, d.h. ohne vertragliche Verpflichtung und unentgeltliche, d.h. ohne Anspruch auf Gegenleistung getätigte Wertabgaben, die aus Vermögen des Spenders zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke abfließen.

Fundraising Instrumente

- Anlass-Spenden (Hochzeit, Beerdigung, etc.)
- Benefizevents
- Bußgelder
- Digital-Fundraising
- E-Mail-Marketing
- Erbschaften
- Face-to-Face
- Flyer / Broschüren
- Großspendendfundraising
- Haustür-/Straßensammlungen
- Lotterien, Tombola
- Merchandise
- Mitglieder/Fördererwerbung
- Öffentliche Gelder
- Programme für Freiwillige
- Rundfunkspots u.a. PR-Arbeit
- Sachspenden
- Spendenbriefe
- Sponsoring
- Stiftungen
- Straßenfeste/Flohmarkt
- Telefon-Hotline
- Unternehmenskooperationen
- Zustiftungen

Fundraising-Instrumente im Kulturbereich

- Förderanträge (Stiftungen, Lotterien, Förderinstitutionen wie Lions und Rotary, Fördermittel wie Neustart)
- Freundeskreise und Fördermitgliedschaften
- Privatspenden
- Benefiz-Aktionen und Events
- Unternehmenskooperationen und Sponsoring
- Crowdfunding

Aktionen wie:

- Patenschaften
- Ankaufs-Kampagnen
- Kapital-Kampagnen

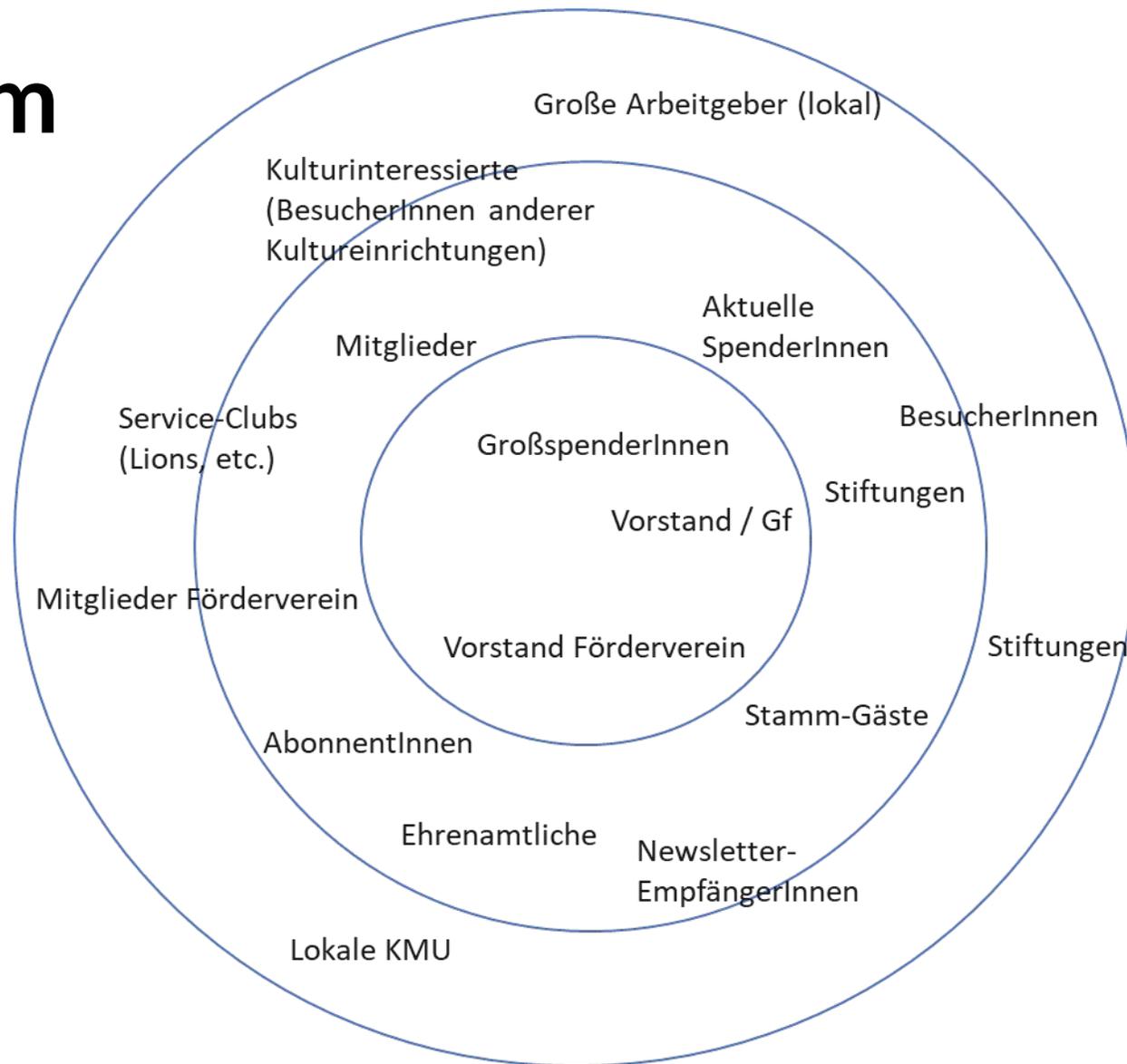


Im Zentrum des Fundraising stehen die Menschen

- Eine maximale Fokussierung auf die Zielgruppen ist die Basis für den Erfolg.
- Das Ziel ist es, die Spender*innen zufriedenzustellen, ihre Erwartungen zu erfüllen.
- Es geht im Fundraising nicht um Geld. Es geht um eine gesellschaftliche Teilhabe.



Das Sonnensystem





Beispiele

- Crowdfunding-Kampagne: Ensemble Twäng (<https://www.startnext.com/twaeng-goes-cd/projektwidget/>)
- Patenschaft (Beispiel des Landesmuseum BW)
- Freundeskreise (Junger Freundeskreis Nationaltheater Mannheim)
- Sponsoring (<https://www.art-sponsoring-solingen.de/>)



Links zu Kulturförderung

Bundesverband Deutscher Stiftungen (www.stiftungen.org)

Deutscher Fundraising Verband, Fachgruppe Kultur
(www.dfrv.de/arbeitsgruppen/fachgruppen/kultur/)

Fonds Soziokultur (www.fonds-soziokultur.de/)

Fonds Darstellende Künste (www.fonds-daku.de/)

Bundes-, Landeskulturstiftungen (www.kulturstiftung.de/;
www.kulturstiftung-des-bundes.de/de)

Aktion Mensch

(www.aktion-mensch.de/foerderung/foerderprogramme/kunst-und-kultur-fuer-alle)

Sparkassenstiftungen (www.sparkassenstiftungen.de/sparkassenstiftungen/)

Bürgerstiftungen in der Region (www.buergerstiftungen.org/)



DEUTSCHE STIFTUNG
FÜR ENGAGEMENT
UND EHRENAMT

Fragerunde





Kontaktiert uns gerne 😊

LinkedIn Profile:

Wiebke Doktor:

<https://www.linkedin.com/in/wiebke-doktor-aab09919/>

Anna Punke-Dresen:

<https://www.linkedin.com/in/dr-anna-punke-dresen-126b7311a/>

Alle reden übers Geld – Wir auch!

Herzlichen Dank!

Weiter geht es um 19.40 Uhr im Rathaus.