

Kapitel 5 – Wie kommt man an die Förderung?

1) Ausarbeitung eines Budgets

Bei der Ausarbeitung eines Budgets ist wichtig, sich die Antragsformulare der Förderer, an die Sie sich wenden möchten, genau anzusehen. Vielleicht enthalten diese Ausgabenposten, an die Sie nicht gedacht haben oder verlangen, dass die Ausgaben bestimmten Überschriften zugeordnet werden. Wenn Sie dies bereits in der Planungsphase tun, wird es für Sie einfacher sein, Ihr Budget in die erforderliche Form zu bringen. Dies gilt auch für nicht förderfähige Kosten.

Wenn Sie bereits ein ähnliches Projekt durchgeführt oder Zugang zu der Abrechnung eines Projektes haben, das von jemand anderem durchgeführt wurde, kann dies ein guter Ausgangspunkt für die Haushaltsplanung sein. Seien Sie jedoch vorsichtig und nehmen Sie keine Posten auf, nur weil andere das so gemacht haben. Sie müssen sicher sein, dass Sie jeden Ausgabenposten rechtfertigen und Prioritäten setzen können, wenn das Geld nicht ausreicht.

Vier Schritte der Planung

1) Berechnung der Ausgaben

Mögliche Posten-Überschriften für Ausgaben in Ihrem Budget können sein:

- Reisekosten = für welche Kosten müssen Sie aufkommen?
- Mietkosten = wie viel geben Sie für die Miete von Ausrüstung, Räumen etc. aus?
- Kosten für Aktivitäten = wie viel kostet die Durchführung des Projektes, z.B. eines Jugendaustausches?
- Verwaltungskosten = welche Kosten fallen an für Gehälter, Telefon usw.?
- Essen und Unterbringung = vergessen Sie nicht die An- und Abreisetage, die Besucherinnen/Besucher und Gäste.
- Gebühren = wie viel müssen Sie Experten, Dolmetscherinnen usw. bezahlen?
- Personal und andere Unkosten = gibt es Extrakosten, die den Mitarbeiterinnen/ Mitarbeitern oder Mitgliedern zu erstatten sind?
- Diverse Unkosten = kleinere Barbeträge, die Sie benötigen.
- Außergewöhnliche Kosten = gibt es verdeckte Kosten?

2) Berechnung der Einnahmen

Einnahmen bestehen aus garantierten Einnahmen, d.h. Einnahmen, die bereits mit den Förderern vereinbart wurden und nicht-garantierten Einnahmen, d.h. Einnahmen, die Sie noch beschaffen wollen bzw. müssen. Im Allgemeinen kommen die Einnahmen aus den drei Hauptquellen, die in Teil Eins dargestellt wurden: Eigenmittel, Einnahmen, Einzelpersonen – öffentliche Quellen (lokale, regionale, nationale, europäische, internationale) – unabhängige Förderer.

Mögliche Überschriften für Einnahmen in ihrem Budget können sein:

- Gebühren (von den Mitgliedern, Teilnehmerinnen und Teilnehmern)
- Einnahmen aus eigenen Veranstaltungen und Fundraising-Aktionen
- Öffentliche Zuwendungen, z.B. Kommune
- Europäische Zuwendungen, z.B. das Youth in Action-Programm
- Unternehmensspenden
- Private Schenkungen
- Gegenwert der Sachspenden und freiwilligen Arbeitsleistungen

Erstellung eines Budgets



3) Gegenüberstellung von Einnahmen und Ausgaben

Das Gesamteinkommen und die Ausgaben sollten nun einander gegenüber gestellt werden, um fest zustellen, ob es einen Überschuss oder ein Defizit gibt. Es wird empfohlen, einen Überschuss von etwa 5% einzuplanen (d.h. die Einnahmen sollten die Ausgaben um etwa 5% übersteigen). Dadurch wird sichergestellt, dass auch unvorhergesehene Ausgaben getätigt werden können. Dieser Überschuss ist unter dem Namen Reservefonds bekannt. Sie sollten prüfen, ob ihre potentiellen Förderer dies erlauben.

Wenn das Budget einen ausreichenden Überschuss zeigt, müssen Sie „die Zahlen aufschlüsseln“ oder einen Zahlungsplan erstellen: d.h. analysieren, wann die verschiedenen Posten bei Einnahmen und Ausgaben anfallen werden.

4) Aufschlüsselung des Budgets (Erstellung eines Zahlungsplans)

Die zeitliche Aufschlüsselung ist bei der Erstellung eines Budgets am wichtigsten, um den „Cashflow“ zu gewährleisten. Hierzu gehört die Analyse der Einnahmen und Ausgaben nach Monat gegliedert (wahlweise auch vierteljährlich oder wöchentlich, je nach Notwendigkeit detaillierter Einzelplanung oder der Gesamtdauer des Projektes). Diese zeitliche Budgetierung ist wichtig, weil es auch bei ausgeglichenem oder positivem Gesamtetat durchaus möglich ist, dass es in einzelnen Monaten oder zu bestimmten Zeitpunkten des Projektes beträchtliche Defizite geben kann.

Sollte es in einem bestimmten Monat ein Defizit geben, kann man sich mit den Förderern verständigen, damit diese früher zahlen oder bestimmte Ausgaben oder Zahlungen auf einen späteren Zeitpunkt verschieben. Wenn es einen bedeutenden Überschuss in einem bestimmten Monat gibt, wäre es angebracht, die Finanzmittel auf einem Bankkonto mit einem hohen Zinsertrag anzulegen.

Es ist wichtig, dass das Budget für das Projekt von den Finanzverantwortlichen und -expert/innen in Ihrer Organisation genehmigt wird. Sie sollten wissen, was passieren wird, wenn das Projekt Verlust macht: Wer bezahlt die Rechnungen oder erstattet die Zuwendungen an die Förderer zurück, wenn sich das Projekt nicht so entwickelt wie geplant?

2) Übersetzen des Projekts in die Sprache der Förderer

Die Sprache und das Programm der Förderer zu kennen ist entscheidend für einen erfolgreichen Antrag - ebenso wie die gute Informationen über die Bedingungen, wie die Anträge zu stellen sind. Jeder erfolgreiche Fundraising-Verantwortliche sollte auf folgende Punkte achten:

1. Sobald Ihre Projektidee klare Formen angenommen hat, können Sie beginnen darüber nachzudenken, wer Ihr Projekt unterstützen könnte. Während Sie einen Projektplan erstellen, können Sie bereits anfangen, Informationen über Finanzierungsquellen zu sammeln, die ein Interesse daran haben könnten, für die in Ihrem Projekt behandelten Fragen Unterstützung zu gewähren (oder Sie können Ihre Fundraising-Person bitten, dies zu tun).
2. Wenn kein Förderer in Sicht zu sein scheint, geben Sie nicht auf. Sie können eine Projektbeschreibung ausarbeiten (zum Beispiel nach dem Modell, das im T-Kit „Projektmanagement“ auf den Seiten 70 und 71 vorgeschlagen wird). Prüfen Sie die Folgen einer Verschiebung des Projektzeitraums (was ist, wenn das Projekt erst später beginnen kann als geplant?), suchen Sie weiter nach Finanzierungsmöglichkeiten. Wirklich wichtige Projekte werden früher oder später Fördermittel erhalten.
3. Wenn Sie entsprechende Finanzierungsquellen bereits in der Planungsphase finden, können Sie deren Anforderungen in Ihre Planung aufnehmen (z.B. Partner/innen, zeitlicher Rahmen, Budgetüberschriften) und Sie können die Projektinformationen in der vorgeschlagenen Form strukturieren. Die „Kodierung“ wird dadurch erleichtert.

Die Sprache
der Förderer



Finanzierung und
Finanzmanagement
T-Kit

4. Überprüfen Sie, ob Ihre Informationen über den Förderer noch aktuell sind. Viele Förderer vergeben ihre Mittel in regelmäßigen Abständen: Zwischenzeitlich können sich die Kriterien, Regeln, Formate usw. geändert haben. Vergeuden Sie keine Zeit mit veralteten Antragsformularen.
5. Lesen Sie zuerst die Richtlinien. Selbst wenn sie langatmig, langweilig, voller Wiederholungen oder banal erscheinen, finden sich hier immer nützliche und entscheidende Informationen wie:
 - Allgemeine Ziele, Zielsetzungen und Prioritäten des Förderers /des Finanzierungsprogramms
 - Antragsverfahren und -fristen
 - Förderkriterien für die antragstellende Organisation: Welche Art von Organisationen sind förderfähig, welche Partnerschaften sind Bedingung für eine Förderung?
 - Minimum und Maximum der beantragbaren Finanzierung
 - Mindesthöhe des Eigenbeitrags.

Sie sparen Zeit und Geld, wenn Sie keine Anträge für Förderer ausarbeiten, deren Richtlinien die Förderung Ihres Projekts äußerst unwahrscheinlich machen.

6. Verwenden Sie das Vokabular des Förderers. Sie können sich damit vertraut machen, indem Sie dessen Publikationen lesen (Richtlinien, Pressemitteilungen, Broschüren, Jahresberichte usw.). Wählen Sie Begriffe aus der Sprachwelt des Förderers anstelle von Synonymen, besonders wenn Sie wichtige Elemente beschreiben (Zielsetzungen, Zielgruppen, Haupttätigkeiten). Gehen Sie nicht davon aus, dass es offensichtlich ist, dass Sie über das Gleiche sprechen wie das, für das sich auch die Geldgeber/innen interessieren: Erwarten Sie nicht, dass der Förderer Ihre Worte „übersetzt“, tun Sie das selbst.
7. Wenn die Förderer ein bestimmtes Format wünschen, verwenden Sie es. Versuchen Sie nicht zu originell zu sein, indem Sie eine andere Struktur verwenden – das wird in der Regel nicht geschätzt. Stellen Sie sicher, dass Sie alle Fragen beantworten und alle erforderlichen Anhänge beifügen.
8. Seien Sie kohärent: Bedarf-allgemeine Ziele-operative Zielsetzungen-Methoden-Aktivitäten-Ressourcen sollten logisch ineinander fließen. Geben Sie alle notwendigen Informationen, um den Wert des von Ihnen angestrebten Ziels zu verdeutlichen, aber füllen Sie keine Seiten mit Informationen, die für das Projekt nicht relevant sind. Die Zielsetzungen sollten relevant und an das allgemeine Ziel angepasst sein. Die Methoden/Aktivitäten sollten für die operativen Zielsetzungen angemessen und angebracht sein und Ihr Bedarf an Ressourcen sollte möglichst genau eingeschätzt und gerechtfertigt sein. Wenn Ihre Strategie absichtlich ungewöhnlich oder originell ist, weisen Sie darauf hin und erklären Sie, warum Sie diese gewählt haben. Innovation wird nur dann gewürdigt, wenn sie auch gut verstanden wird, andernfalls schafft sie nur Verwirrung.
9. Seien Sie spezifisch: Sagen Sie, was Sie tun wollen. Vermeiden Sie vage Aussagen und unklare Beschreibungen. Reden schwingen mag eindrucksvoll klingen, ist aber nicht immer besonders sinnvoll.
10. Fassen Sie sich kurz: Nutzen Sie den Platz auf dem Antragsformular (falls vorhanden) aus und versuchen Sie, die angemessene bzw. Mindestanzahl von Worten zu verwenden. Vermitteln Sie Ihre Botschaft, aber fassen Sie sich kurz und knapp.
11. Seien Sie sie selbst: Täuschen Sie keine Sachkenntnis vor, die Sie nicht besitzen. Reichen Sie ein Projekt ein, das in das Profil Ihrer Organisation passt und erklären Sie, warum Ihre Organisation für die Durchführung genau die richtige ist.
12. Seien Sie gut informiert: Überzeugen Sie Ihren Förderer, dass Sie wissen wovon Sie sprechen und dass Ihre Analyse stichhaltig ist, dass Sie Ihre Zielgruppe kennen und alle relevanten Beteiligten gefunden und eingebunden haben (einschließlich anderer Organisationen, die auf dem gleichen Gebiet aktiv sind wie Sie).
13. Gehen Sie sicher, dass Sie den „Oma-Test“ bestehen – seien Sie klar. Verwenden Sie eine leicht verständliche Sprache. Vermeiden Sie, allzu technisch zu sein – Förderer haben oft kein Experten-Wissen auf Ihrem Gebiet. Verwenden Sie keine Abkürzungen oder Umgangssprache, die Ihrer Organisation eigen ist ohne zusätzliche Erklärung. Bitten Sie eine am Projekt unbeteiligte Person (oder noch besser an Ihrer Organisation unbeteiligte Person, zum Beispiel ihre Oma...) den Vorschlag zu lesen und Ihnen zu sagen, worum es ihrer Meinung nach bei dem Projekt geht. Vergleichen Sie dies mit Ihrem ursprünglichen Plan und versichern Sie sich, dass beide Versionen übereinstimmen.



14. Seien Sie bereit: Es ist nie zu früh, eine Projektidee oder ein Vorhaben auszuarbeiten. Das Ausfüllen eines Antragsformulars verhält sich wie Gas: Es nimmt den gesamten Raum ein. Wichtig ist es, den Vorschlag noch einmal durchzulesen, bevor Sie ihn vorlegen. Schlafen Sie einige Nächte darüber, nachdem Sie den Vorschlag ausgearbeitet haben. Dadurch nimmt er in ihrem Kopf Gestalt an und Sie finden den notwendigen Abstand, um noch einmal nachzulesen, was Sie wirklich geschrieben haben, damit Sie nicht einfach nur davon ausgehen, dass das was Sie geschrieben haben, auch das ist, was Sie meinten.

3) Herantreten an (unabhängige) Förderer

Viele Vorschläge gelten gleichermaßen für das Herantreten an Stiftungen, Geldgeber/innen aus der Wirtschaft, individuelle Philanthropen und sogar staatliche Förderer. In den meisten Fällen ist es eine Frage des gesunden Menschenverstands und der Höflichkeit, welche Vorgehensweise Sie wählen. Das folgende Kapitel beschäftigt sich ausführlich mit den unabhängigen Geldgebern, obwohl vieles dort auch auf andere zutrifft.

Es war nie einfach, Förderung von unabhängigen Förderern zu erhalten, daher gibt es keine schnellen oder einfachen Wege zur erfolgreichen Förderung. Auch der Druck auf die Förderer ist heutzutage weitaus größer als vorher. Die Regierungen stellen der Gesellschaft weniger staatliche Dienstleistungen zur Verfügung und viele dieser Dienste werden jetzt häufig von gemeinnützigen Organisationen übernommen. Probleme wie soziale Einbeziehung, nachhaltige Entwicklung und Beschäftigung, um nur einige zu nennen, erfordern einen großen Aufwand und gewaltige Mittel. Daher wenden sich die gemeinnützigen Organisationen zur Förderung ihrer Arbeit in zunehmendem Maße an unabhängige Geldgeber/innen und dadurch erhöht sich die Zahl und die Qualität der Projekte – und die damit verbundenen Zuwendungsanträge.

Infolgedessen erweitert sich der Markt für professionelles Fundraising über den wirtschaftlichen Sektor hinaus. Viele Jugendorganisationen können es sich jedoch nicht leisten, eine Person für diese Tätigkeit einzustellen. Dieses Kapitel gibt eine Einführung in die Grundlagen des Fundraisings für gemeinnützige Organisationen, die entweder neu im Fundraising sind oder ihre gegenwärtige Anzahl an Förderern erweitern möchten. Mit diesen grundlegenden Richtlinien bekommt Ihre Organisation eine Methode zum erfolgreichen Fundraising bei unabhängigen Geldgebern in die Hand.

Die Verfahren, sich als gemeinnützige Organisation um Fördermittel unabhängiger Geldgeber/innen bemühen, sind oftmals langwierig und aufwändig. Hierfür sind die gemeinsamen Anstrengungen des Managements, des Vorstandes oder der Leiterinnen und Leiter Ihrer Organisation nötig, um eine allgemeine Strategie auszuarbeiten, die ein Projekt oder ein Programm untermauert, für das sie Fördermittel suchen. Durch eine sorgfältig geplante Strategie sollte erkennbar werden, dass eine Förderung keine einmalige Sache ist. Sie ist Teil einer Investition in die Zukunft der Organisation und der erste Schritt zum Aufbau einer Beziehung zu einem Förderer.

Erfolgreich im Fundraising zu sein – eine Organisation, die regelmäßige Spenderinnen und Spender hat, die an ihre Aufgabe und Philosophie glauben – dauert seine Zeit. Keine Organisation erhält Zuwendungen für jeden Antrag, den sie einreicht, aber mit zunehmender Erfahrung wird sich die Erfolgsquote verbessern. Es ist wichtig, von abgelehnten Anträgen zu lernen. Oftmals rechtfertigen Förderer, warum ein bestimmter Antrag abgelehnt wurde. Sollte der Grund darin bestanden haben, dass der Antrag außerhalb der Förderrichtlinien lag, dann hat sich die antragsstellende Organisation schlecht informiert.

Aber wenn ein Antrag gut ausgearbeitet und präsentiert wurde, kann man aus einer Ablehnung wertvolle Lehren ziehen. Wenn Sie sich die Zeit nehmen, mit einem Förderer zu sprechen, können Sie sich beraten lassen, wie der Antrag zu verbessern wäre oder können sogar darum bitten, ihn in abgeänderter Form erneut vorzulegen. Anträge können abgelehnt werden, weil sie außerhalb des Aufgabenbereichs der Förderer liegen, der Antrag schlecht ausgearbeitet und dargestellt ist oder es einfach nicht genügend vorhandene Mittel gibt, um jedes lohnende Projekt in diesem Jahr zu unterstützen.

Obwohl durchschnittlich etwa 90 % der Anträge an unabhängige Förderer abgelehnt werden, sind die Bemühungen hinter einem erfolgreichen Antrag nie umsonst. Lassen Sie sich nicht von der hohen Ablehnungsquote bei den Anträgen abschrecken. Bei sorgfältigen Recherchen zielgenauer potentieller Geldgeber/innen ist die Erfolgschance beträchtlich höher. Und die Organisationen, die erfolgreich sind und eine enge Beziehung zu ihren Geldgebern aufbauen, können sich dann auf ihre Hauptaufgabe konzentrieren.



Mit den folgenden Tipps und Richtlinien können Sie diese schnell wachsende Quelle als Unterstützung für Ihre Organisation anzapfen.

• Erster Schritt: Fundraising fängt zu Hause an

Damit meinen wir, dass ein erfolgreiches Fundraising in Ihrer eigenen Organisation anfängt. Die Basis eines erfolgreichen Fundraisings bei Stiftungen, Geldgeber/innen aus der Wirtschaft und individuellen Philanthropen ist die Mission Ihrer Organisation, die sich in Ihren Anträgen widerspiegelt. Der erste Schritt, bevor man versucht Förderer zu finden, ist, mit Hilfe Ihres Vorstandes oder der Leitung die allgemeine Strategie für Ihre Organisation festzulegen. So werden Prioritäten und mögliche Projekte aufgezeigt und auf dieser Grundlage kann eine Fundraising-Kampagne zusammengestellt werden.

Eine allgemeine Strategie ist wesentlich, um sicherzustellen, dass Ihre Organisation dauerhaft genügend Mittel erhält, damit Sie Ihre wichtige Arbeit fortsetzen und ausbauen können. Viele Organisationen verstricken sich in Tagesgeschäft und Terminen und haben keine klare Vorstellung davon, wo sie in Zukunft hinkommen möchten. Nur wenn eine Organisation sich die Zeit nimmt, über diese generelle strategische Ausrichtung nachzudenken, kann sie eine kohärente Strategie für ihr Fundraising entwickeln. Obgleich sich die Hauptaufgabe und die Philosophie einer Organisation selten, wenn überhaupt, ändern werden, werden ihre Programme und Projekte sich entwickeln und mit der Zeit verändern. Daher bedarf es regelmäßiger Überprüfungen der zukünftigen Richtung Ihrer Organisation, ebenso sollten Sie den Erfolg und die Relevanz aller gegenwärtigen Projekte untersuchen. Dadurch können die Ziele Ihrer Fundraising-Strategie kohärent festgesetzt und eine fokussierte Kampagne betrieben werden.

Bei der Ausarbeitung der Strategie der Organisation sollten Sie versuchen, folgende Fragen klar und direkt zu beantworten:

- Was ist der einzigartige und unverwechselbare Zweck Ihrer Organisation?
- Welches Publikum sprechen Sie an und erhält dieses Publikum bereits ähnliche Dienste von anderen Organisationen?
- Welches bedeutende Bedürfnis/Bedürfnisse versuchen Sie zu befriedigen?
- Unterstützt Ihr Vorstand oder Ihre Leitung voll und ganz diese Mission?

Obgleich es Tausende von gemeinnützigen Organisationen gibt, die in allen Bereichen der menschlichen Tätigkeiten aktiv sind, muss sich Ihre Organisation genau im Klaren über ihre Ziele sein. Gemeinnützige Organisationen, die sich auf einen kleinen Bereich konzentrieren, werden leichter gefördert, wenn sie zeigen können, dass die Probleme, die sie ansprechen, nicht von anderen Organisationen angesprochen werden. Selbst wenn Ihre Mission ein Thema von allgemeinem Interesse ist wie z.B. Umwelt, ist es notwendig zu zeigen, dass Ihre Organisation über Programme und Aktivitäten verfügt, die andere Organisationen nicht haben.

Schauen Sie sich Ihre Zielgruppe an und überprüfen Sie, ob sie Dienstleistungen oder Aktivitäten anbieten, die nicht vom Staat oder anderen Organisationen erbracht werden. Häufig bedeutet dies einen geographischen Fokus oder das Herausgreifen besonderer Probleme. Betrachten Sie auch die weiteren Auswirkungen Ihrer Arbeit und wie sie entweder mit der Arbeit anderer Organisationen interagiert oder auf andere geographische Gebiete übertragbar ist. Wenn Ihre Arbeit das Potential besitzt, erfolgreich woanders wiederholt zu werden, dann verleiht ihr das einen einzigartigen Charakter, den Sie bei den Förderern hervorheben sollten.

Sobald Sie mögliche Projekte identifiziert haben, müssen Sie Prioritäten setzen, damit die Fördermittel auf eine vernünftige Zahl von Projekten konzentriert werden. Dies sind jene Projekte, von denen Ihr Vorstand glaubt, dass sie die Arbeit Ihrer Organisation voranbringen werden und mit ihren Aufgaben und ihrer Philosophie übereinstimmen.

• Zweiter Schritt: Ausarbeitung Ihrer Projektidee

Der zweite Schritt besteht darin, die Projektidee auszuarbeiten. Obgleich Sie zu diesem Zeitpunkt noch keine spezifischen Förderer gefunden haben werden, an die Sie herantreten können, kennen Sie doch die Projekte, für die Sie sich um Fördermittel bemühen. Die Projektidee kann zu einem späteren Zeitpunkt auf spezifische Anforderungen der Förderer zugeschnitten werden, an die Sie schließlich herantreten werden, aber grundsätzlich bleibt der Vorschlag gleich.



Man sollte sich vor Augen halten, dass am Anfang durchschnittlich 9 von 10 Anträgen scheitern. Das heißt aber nicht, dass 9 von 10 gut recherchierten und gut verfassten schriftlichen Vorschlägen scheitern. Wir können natürlich keine 100 %-ige Erfolgsgarantie geben, aber wenn Sie unseren Ratschlägen folgen, versichern wir Ihnen, dass sich Ihre Erfolgchancen erheblich verbessern wenn Sie einen professionellen Projektvorschlag ausarbeiten und sich die Zeit nehmen, die 3 oder 4 passendsten Förderer zu finden, an die Sie angemessen herantreten.

Eine professionell ausgearbeitete Projektidee ist der Grundstein einer erfolgreichen Fundraising-Kampagne. Das Herz und die Ziele eines Vorschlages zeigen sich ganz automatisch in seinem strategischen Planungsprozess. Aus diesem Prozess werden sich einige unterschiedliche Projekte heraus kristallisieren und einzelne Vorschläge dann ausgearbeitet werden.

Es gibt viele Möglichkeiten, einen Projektvorschlag darzustellen. Es gibt jedoch 10 Hauptelemente, aus denen sich ein kompletter Förderantrag zusammensetzt. Diese sind:

- Anschreiben/Kurzfassung
- Einleitung
- Bedarfsaufstellung
- Ziele und Tätigkeiten
- Methodik und Zeitplan
- Evaluierung
- Überblick über das Budget
- Künftige Finanzierungspläne
- Detailliertes Budget
- Anhang

Schauen wir uns das Ganze ausführlicher an:

ANSCHREIBEN/KURZFASSUNG

Ihr Antrag muss die Hauptmerkmale Ihrer Projektidee umreißen. Dies kann entweder im Anschreiben oder als Kurzfassung am Anfang Ihres Projektantrages geschehen. In beiden Fällen ist das die Einführung für die Förderer in Ihren Antrag.

Ihr legal befugter Vertreter oder ihre Vertreterin (z.B. Vorstandsvorsitzende/r) muss das Anschreiben unterzeichnen und entweder an das Präsidium der Stiftung, den zuständigen Programmverantwortlichen oder Förderer aus der Wirtschaft adressieren. Diese Person sollten Sie bei Ihrer Recherche gefunden haben. In dem Anschreiben oder der Kurzfassung sollten die Hauptmerkmale Ihrer Projektidee hervorgehoben werden, die am interessantesten für den Förderer sind. Sie sollten erklären, warum Sie diesen bestimmten Förderer gewählt haben – erneut das Resultat Ihrer Recherchen – und Gründe nennen, warum Sie glauben, dass dieser an Ihrem Vorschlag interessiert sein könnte. Dies schafft eine enge Verbindung zwischen Ihrer Organisation und dem Förderer und bringt diesen dazu, weiterzulesen.

Seien Sie direkt und nennen Sie die Summe und Art der Unterstützung, die Sie beantragen. Abgesehen von den Hauptmerkmalen und der Relevanz für seine eigenen Interessen, wird der Förderer auch von Anfang an wissen wollen, wie viel Unterstützung Sie benötigen.

EINLEITUNG

Gehen Sie nie davon aus, dass der Geldgeber weiß, wer Sie sind oder wenn das der Fall sein sollte, dass er Ihr Programm oder Ihre vorangegangenen Erfolge kennt. Geben Sie eine kurze Zusammenfassung der Aufgaben und Geschichte Ihrer Organisation. Die Einleitung kann auch dazu verwendet werden, die Qualifikationen Ihrer Organisation und ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erneut darzulegen und zu zeigen, dass Sie die im Projektantrag angesprochenen Probleme angehen können. Sie können diese Gelegenheit auch nutzen, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu erwähnen, die das Projekt leiten werden, wenn es die Finanzierung erhält – deren Lebenslauf sollten Sie im Anhang beifügen – und Ihren Vorstand auflisten. Falls das für Ihren Antrag von Bedeutung sein sollte – z.B. wenn diese für ihre Arbeit in Ihrem Bereich international anerkannt sind – fügen Sie Ihren eigenen kurzen Lebenslauf im Anhang bei.

**Ausarbeitung
eines
Projektantrags**



Finanzierung und
Finanzmanagement
T-Kit

BEDARFSAUFSTELLUNG

Es sollte ein kurzer, aber überzeugender Überblick über die Bedürfnisse gegeben werden, die Ihre Organisation mit dem Projekt ansprechen möchte. Beschreiben Sie kurz den Gesamtkontext – dies hilft dem Leser/der Leserin, sich ein umfassenderes Bild des Problems zu machen. Beim Umreißen der tatsächlichen Probleme oder Bedürfnisse nennen Sie relevante Fakten, Beispiele aus der Gesellschaft oder Statistiken, um Ihre Aussage zu untermauern. Überprüfen Sie vorher, ob die Daten korrekt sind.

ZIELE UND TÄTIGKEITEN

In der Bedarfsaufstellung werden die Themen darlegt, die Ihnen am Herzen liegen. Dann müssen Sie Ihre Ziele und Tätigkeiten erklären, die Sie planen, um diese Bedürfnisse abzudecken. Die Ziele sind Konzepte oder ideale Situationen, die nicht notwendigerweise messbar sind, aber die Hauptziele Ihres Projektes und Ihrer Organisation darstellen. Tätigkeiten sind die spezifischen, greifbaren und messbaren Resultate, die innerhalb eines bestimmten Zeitraums erzielt werden sollten, um die Ziele zu erreichen. So kann der Förderer klar sehen, woher die Motivation für Ihr Projekt kommt und auch erkennen, in welcher einzigartiger Weise es versucht, ein Problem in einem breiteren Kontext anzugehen.

METHODIK UND ZEITPLAN

Ihr potenzieller Förderer muss das „wie“ und „wann“ Ihres Projektes kennen. Mit Hilfe der Methodik werden Sie die aufgelisteten Aktivitäten durchführen. Bei der Darlegung der Methoden, mit denen Sie Ihr Projekt durchführen möchten, sollten Sie einen angemessenen zeitlichen Rahmen für die Umsetzung festsetzen. Hierzu gehören Angaben über Anfangs- und Abschlussdaten.

Ihr Projekt sieht vielleicht die Einstellung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor, die bei der Umsetzung helfen. Geben Sie eine Stellenbeschreibung ab und erklären Sie Ihre Einstellungsstrategie.

Sie müssen dem Förderer auch genügend Zeit geben, eine Förderentscheidung zu treffen. Planen Sie immer mit genügend Vorlauf und achten Sie darauf, dass der Geldgeber ausreichend Zeit hat, Ihr Projekt zu überprüfen und zu genehmigen. Bei Ihren Recherchen sollten Sie die Antragsfristen überprüfen und herausfinden, wann die abschließenden Entscheidungen fallen. Die Bitte um Förderung für ein Projekt, das kurz vor dem Beginn steht – oder bereits begonnen hat – zeigt mangelnde Professionalität und verringert Ihre Chancen auf eine Förderung.

EVALUIERUNG

Um das Vertrauen des Förderers in Ihren Antrag zu stärken, sollten Sie die Kriterien erklären, die Sie bei der Evaluierung Ihres Projektes anwenden. Obgleich der tatsächliche Erfolg des Projektes der Hauptmaßstab ist, mit dem ein Förderer Ihre Arbeit messen wird, zeigt eine Evaluierung der Projektmethoden, dass Sie alle Phasen des Projektes sorgfältig geplant haben und wahrscheinlich Ihre Ziele erreichen werden. Gelegentlich könnten (externe) Beraterinnen und Berater eingesetzt werden, die das Projekt einem Monitoring unterziehen.

ÜBERBLICK ÜBER DAS BUDGET

Geben Sie eine Zusammenfassung der Gesamtkosten des Projektes und aller Förderungen, die das Projekt erhalten wird. Denken Sie daran, dass einige Förderer Einnahmen wie Sachspenden oder andere Arten nichtfinanzieller Unterstützung wie freiwillige Mitarbeit oder Lohnspenden akzeptieren werden, während andere das nicht tun. Wenn es andere relevante Einnahmequellen gibt, geben Sie diese auch hier an.

ZUKÜNFTIGE FINANZIERUNGSPÄNE

Förderungen laufen über einen festgelegten Zeitraum. Die Förderer möchten jedoch wissen, wie Sie das Projekt aufrecht erhalten wollen, sobald die Förderung eingestellt wird, sofern die Ziele Ihrer Organisation eine Weiterführung erforderlich machen.

Überprüfen Sie, ob Ihre Pläne realistisch sind. Wenn Sie keine klaren Aussagen treffen, kann das das Vertrauen des Förderers in Ihre Organisation untergraben, egal wie gut Sie ihren Antrag bis dahin präsentiert haben. Sie müssen erklären, welche konkreten Schritte Sie unternehmen werden und welche Finanzierungsquellen Sie im Auge haben.

Ausarbeitung eines Projektantrags



DETAILLIERTES BUDGET

Arbeiten Sie ein detailliertes und genaues Budget aus, in dem die Projektausgaben genau aufgeführt sind. Standardposten sind:

- Personal
- Reise-/Sitzungskosten
- Ausstattung
- Laufende Bürokosten
- Publikationen
- Informatik

Wir empfehlen, alle Kosten über 100 Euro zu verzeichnen und jeden Abschnitt nach getrennten Posten aufzuschlüsseln anstatt nur eine Gesamtsumme zu nennen. Unter Personalkosten zum Beispiel sollten Sie die verschiedenen Positionen aufführen, für die das Projekt Mitarbeiter/innen benötigt, zusammen mit den entsprechenden Kosten. Bei mehrjährigen Anträgen fallen in diesem Bereich steigende Kosten an, wenn das Projekt fortgesetzt wird. Berücksichtigen Sie dies in Ihrem Antrag und Budget.

Stiftungen und Förderer aus der Wirtschaft haben in der Regel weitreichende Erfahrung mit Projektkosten, also seien Sie realistisch bei der Aufschlüsselung des Budgets.

ANHÄNGE

Obleich es nicht ratsam ist, Informationen zu geben, die der Förderer nicht ausdrücklich verlangt hat, gibt es eine Anzahl von Informationen, die als Standardanhang beizulegen sind. Dazu gehören die entsprechenden Lebensläufe der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie gegebenenfalls der Vorstandsmitglieder, ein kurzer finanzieller Überblick, Gemeinnützigkeitserklärungen oder Prüfberichte Ihrer Organisation und zusätzliche Dokumente, die der Förderer in seinen Antragsrichtlinien verlangt.

Tipps zur Antragsstellung



Der Projektantrag ist Ihr Hauptkontakt zu den Förderern, an die Sie sich wenden und als solcher sollte er sorgfältig ausgearbeitet werden, damit er sowohl die Stärken Ihrer Organisation und Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vermittelt als auch den Nutzen, den Ihr Projekt bringt. Bevor Sie mit der Ausarbeitung des Projektantrags beginnen, sollten Sie eine Reihe von Grundregeln berücksichtigen, die Ihnen helfen werden, Ihren Vorschlag zu strukturieren.

SCHREIBEN SIE DEN ANTRAG KLAR UND LEICHT VERSTÄNDLICH

Ihr Projektantrag sollte ordentlich und klar verfasst sein. Achten Sie darauf, dass sich in das Dokument keine Tipp- oder Grammatikfehler eingeschlichen haben, da diese Art von Fehlern oft auf nachlässige Vorbereitung schließen lassen. Überprüfen Sie, ob Sie Überschriften verwendet haben, die den Text in leicht verständliche Abschnitte untergliedern. Niemand möchte 10 Seiten Fließtext lesen. Wenn möglich, lockern Sie den Text mit Tabellen, Diagrammen oder Schaubildern auf – aber vermeiden Sie zu viele davon. Sie sollten nur dazu dienen, die Hauptpunkte zu unterstreichen. Bei der Ausarbeitung eines Antrags in einer Sprache, die nicht Ihre Muttersprache ist, lassen Sie ihn von einem Muttersprachler Korrektur lesen, bevor Sie ihn abschicken. Machen Sie den Antrag nicht zu lang. Die meisten Stiftungen verfügen nur über wenig Personal und müssen rasch Ihren Antrag verstehen und bewerten können. Klarheit und Kürze sind hier die Schlüsselworte.

VERMEIDEN SIE FACHSPRACHE

Fachsprache zeigt, dass Sie ein stichhaltiges Wissen über ein spezielles Thema besitzen, dieses aber nicht Menschen aus anderen Bereichen erklären können. Vermeiden Sie daher Fachbegriffe soweit wie möglich. Falls es notwendig ist, Fachtermini zu verwenden, geben Sie entweder ein Glossar oder Fußnoten an. Begriffe in einer Sprache, die nicht so leicht in eine andere zu übersetzen sind, sollten in der Originalsprache belassen und mit Fußnoten erklärt werden.

Wie schreibt man einen Projektantrag?



Finanzierung und
Finanzmanagement
T-Kit

SEIEN SIE ENTHUSIASTISCH UND POSITIV

Förderer unterstützen Menschen, nicht Organisationen. Zeigen Sie, dass Ihre Leute eine positive Einstellung zu der Arbeit haben, die sie machen und dass das Projekt, das Sie beantragen, außerordentlich wichtig für die Fortsetzung dieser Arbeit und der Behandlung eines spezifischen Problems ist. Sehen Sie zu, dass Ihre Begeisterung und Ihr Glaube an Ihr Projekt in dem Antrag zu spüren sind.

SCHICKEN SIE KEINE UNNÖTIGEN UNTERLAGEN

Förderer geben normalerweise an, welche Dokumente sie von Ihnen benötigen. Zunächst kann dies auch nur eine kurze Förderanfrage sein, ausgehend davon kann dann ein vollständiger Antrag erbeten werden. Senden Sie nur das, was der Förderer in seinen Richtlinien für Anträge verlangt. Sie denken vielleicht, Sie verbessern ihren Antrag, wenn Sie zusätzliches Material wie Videos oder Jahresberichte einsenden, da sie einen besseren Überblick über Ihre Organisation und Ihre Aktivitäten geben. Falls diese Unterlagen nicht verlangt werden, schaden sie nur Ihrem Image und verringern Ihre Chancen auf Förderung. Wenn ein Förderer um zusätzliche Informationen zum Antrag bittet wie etwa Lebensläufe der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder weitere finanzielle Details, fügen Sie diese zum leichteren Zugang in einem getrennten Anhang bei.

SETZEN SIE NICHTS VORAUS

Ihr Antrag ist einer von vielen, die der Förderer erhält. Gehen Sie nicht davon aus, dass der Förderer, selbst wenn er ein großes Interesse an Ihrem Arbeitsgebiet hat, weiß, wer Sie sind oder das genaue Ausmaß des Problems kennt, das Sie behandeln möchten. Geben Sie eine Übersicht über Ihre Organisation und beschreiben Sie deutlich das Problem, das Sie behandeln möchten.

BETTELN SIE NIE

Denken Sie daran, dass sich der Förderer eine Aufgabe gestellt hat, die auf die eine oder andere Art und Weise die Gesellschaft verbessern soll. Sie betteln nicht um Unterstützung, wenn Sie sich an die Förderer als professionelle Organisation wenden, die die Fähigkeit hat, bei der Erfüllung dieser Mission zur Seite zu stehen.

GEBEN SIE VIEL ZEIT

Denken Sie immer daran, dass das Förderungsverfahren viel Zeit benötigt von dem Zeitpunkt an, an dem Ihr Antrag den Förderer erreicht. Stellen Sie sicher, dass Sie die Antragsfristen und Termine für Annahmen/Ablehnung der Anträge kennen. Das muss in Ihren Vorschlag einfließen, damit nicht erwartet wird, dass der Geldgeber am Tag nach Erhalt des Antrags eine Entscheidung treffen muss – dies bedeutete dann eine Ablehnung und keine Finanzierung.

• Dritter Schritt: Wie tritt man an unabhängige Förderer heran?

Kontakt mit einem Förderer aufzunehmen bedeutet nicht einfach, ihm Ihren Antrag und Ihr Anschreiben zu schicken und zu warten, ob ein Scheck zurückkommt. Beim erfolgreichen Fundraising kann der erste Kontakt manchmal auf oberster Führungsebene stattfinden von Vorstandsmitglied zu Vorstandsmitglied oder von Aufsichtsratsmitglied zu Aufsichtsratsmitglied. Aus den Informationen, die Sie gesammelt haben als Sie eine kleine ausgewählte Gruppe von möglichen Förderern zusammengestellt, sollten Sie die Namen der Mitglieder des Vergabe- oder Aufsichtsrates, der Manager /innen im Bereich wirtschaftlicher Förderer sowie der passenden Programmleiter/innen herausgefunden haben. Bevor Sie eine erste Anfrage starten, sollten Sie Ihren eigenen Vorstand oder Leitung konsultieren, um herauszufinden, ob sie jemanden bei Ihrem potentiellen Förderer kennen. Wenn das der Fall ist, kann ein persönliches Schreiben aufgesetzt werden, um herauszufinden, ob der Förderer interessiert daran wäre, einen umfassenden Vorschlag von Ihnen zu erhalten.

Die folgenden Punkte sollten in Ihrer Anfrage vorkommen:

- Ziel des vorgeschlagenen Projektes;
- Geplante Aktivitäten, um dieses Ziel zu erreichen;



- Summe, die Sie beim Förderer beantragen einschließlich der Angabe, ob dies das Gesamtbudget oder nur ein Teil ist und welche Art von Förderung Sie anstreben. Wenn Ihre Anfrage nur für einen Teil des Budgets gilt, geben Sie an, woher die restliche Finanzierung kommt;
- Fähigkeiten und vergangene Errungenschaften Ihrer Organisation bei der Durchführung ihrer Zielsetzung.

Persönliche Kontakte sind keine Garantie für eine Förderung. Allerdings dürften Sie eine aufrichtige Antwort erwarten, die Ihnen signalisiert, ob es sich lohnt, einen Projektantrag einzusenden. Wenn es keinen solchen Kontakt gibt, sollte ein Schreiben Ihrer/Ihres Fundraising-Verantwortlichen an die Geschäftsstelle des Förderers ausreichend sein.

Wenn der Förderer eine positive Antwort gibt, senden Sie Ihren Antrag ein – und achten Sie darauf, dass alle Unterlagen enthalten sind, die der Förderer in seinen Antragsrichtlinien aufgeführt hat.

Sobald Sie Ihren Antrag eingereicht haben, können Sie einige Wochen später anrufen, um sicherzugehen, dass er beim Förderer eingegangen ist. Sie sollten auch überprüfen, ob der Förderer zusätzliche Dokumente benötigt, die ihm bei der Bearbeitung Ihres Vorschlages dienlich sein könnten.

Nun beginnt das lange Warten. Wenn Sie jedoch dieser Anleitung zur Ausarbeitung Ihres Antrags genau gefolgt sind und Ihre Recherchen sorgfältig durchgeführt haben, sollten Sie gute Chancen haben, eine Förderung zu erhalten.

Tipp #9

Suchen Sie bei Ihrem Antrag Hilfe von außen

Es ist viel verlangt, von Ihren (ehrenamtlichen und angestellten) Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Fundraising-Fähigkeiten vorauszusetzen, besonders wenn es sich um die komplizierteren Antragsverfahren für europäische oder Regierungszuwendungen handelt. Professionelle Fundraiser können entweder als neue Mitglieder Ihres Teams oder mit einem Kurzzeitvertrag eingestellt werden. Einige Fundraiser erhalten ein normales Gehalt, andere arbeiten auf Provisionsbasis, je nachdem wie viel sie beschaffen, andere arbeiten bei jedem Antrag, den sie einreichen, auf Erfolgshonorarbasis.

Zu den Fragen über die Möglichkeit, externe Fundraiser einzustellen, gehören:

- Wie viel Provision oder Gehalt können Sie zahlen?
- Können Sie das beschaffte Geld dazu verwenden?
- Wenn der Fundraiser/die Fundraiserin auf Provisionsbasis arbeitet, wie können Sie sicherstellen, dass er soviel Interesse an Ihrem Projekt hat wie an denen anderer Leute?
- Wie können Sie sichergehen, dass er gut mit Ihrem bestehenden Team zusammenarbeitet und Sie effizient vertritt?

Training ist eine andere Möglichkeit, die Fundraising-Kompetenzen Ihrer Organisation zu entwickeln. Überprüfen Sie, welche Weiterbildungsangebote von Dachorganisationen lokal, national und auf europäischer Ebene zur Verfügung gestellt werden. Wie bereits erklärt, sind einige Förderer gerne bereit, Ihr Projekt mit Ihnen zusammen zu entwickeln und sie können Sie sogar an andere Förderer verweisen, wenn sie ein echtes Interesse am Erfolg des Projektes haben.

4) Antragsformulare

Die meisten Geldgeber, einschließlich der öffentlichen und europäischen Programme, haben ihre eigenen Antragsformulare. Diese dienen dazu, eine gleichbleibende, gerechte Bewertung der Anträge im Einklang mit den Zielsetzungen der jeweiligen Haushaltsrichtlinie oder Programme vorzunehmen. Es hat einige Vorteile, wenn man ein Antragsformular benutzen muss:

Ein Antragsformular stellt sicher, dass die formalen Anforderungen und die Regeln für alle Antragstellerinnen und Antragsteller gleich sind. Dies bedeutet eine gewisse Garantie für eine gleiche und transparente Behandlung. Aus Sicht des (insbesondere internationalen) Förderers vereinfacht es die Verwaltung, das gleiche Formular für alle Antragsteller/innen unabhängig von der verwendeten Sprache zu verwenden, und es sorgt für eine gewisse Gerechtigkeit. Zudem hilft die formale Gleichförmigkeit bei der Datenverwaltung und Erfassung der Schlüsselinformationen, die der Förderer von dem Antragsteller/der Antragstellerin und den Partner/innen benötigt.



In jedem Antragsformular werden das gleiche Budget oder die gleichen Förderposten verwendet und dies erleichtert die Entscheidung über die Förderfähigkeit nach den Finanzierungsregeln. Die Verwendung des gleichen Budget-Modells erleichtert auch den Kostenvergleich von Projekten der gleichen Art.

Sobald Sie eine klare Vorstellung von Ihrem Projekt haben und Sie die Haushaltslinie, das Programm oder die Aktion gefunden haben, die diese Art von Projekten unterstützt, die Sie im Kopf haben, sollten Sie sich nach dem Antragsverfahren erkundigen (zu verwendendes Formular, Finanzierungsregeln, Einsendefrist und an wen der Antrag zu richten ist).

Sie sollten immer die neueste Version des Antragsformulars verwenden. Selbst wenn Sie bereits die gleiche Finanzierungsquelle verwendet haben, überprüfen Sie das Verfahren oder zumindest das Formular, da diese sich von Zeit zu Zeit ändern können. Wenn Sie irgendwelche Zweifel haben sollten, welches Formular zu verwenden ist, konsultieren Sie die Webseite des Förderers und laden Sie die neueste Version herunter oder wenden Sie sich an den Förderer um Rat. Es kann sich als nachteilig erweisen, wenn Sie veraltete Formulare verwenden.

An diesem Punkt sollten Sie sich auch über die Form zur Einreichung Ihres Antrags informieren (elektronisch, Telefax oder Papierkopie). Zumindest vorläufig ist eine Originalunterschrift des Antragstellers/der Antragstellerin auf europäischer Ebene noch erforderlich, da die Europäische Union keine elektronischen Unterschriften anerkennt. (Das kann sich jedoch ändern und in Zukunft könnten die Antragsteller/innen sich dafür entscheiden, ihren Antrag in elektronischer Form einzureichen).

Überprüfen Sie auch den Einsendeschluss im Voraus. Füllen Sie den Antrag nicht erst in letzter Minute aus – lassen Sie sich genügend Zeit, die Informationen, die Sie auf dem Formular angegeben haben, noch einmal zu überprüfen und geben Sie ihren Partnerinnen und Partnern genügend Zeit, die benötigten Informationen zu beschaffen.

• Warum wird danach gefragt?

Einige der detaillierten Fragen oder erforderlichen Informationen erscheinen Ihnen als Antragsteller/in vielleicht willkürlich, aber die fördernde Institution muss auch statistische Informationen für Entscheidungsträger/innen (nationale Behörden, Mitglieder des Europäischen Parlaments, usw.) über die antragstellenden Organisationen und ihre Hintergründe, die Anzahl junger Menschen, die sich daran beteiligen und so weiter sammeln. Dies wäre ohne ein vorgefertigtes, für alle Antragsteller/innen identisches Formular unmöglich. Nur richtig ausgefüllte Formulare können diese Art von vergleichbaren Daten gewährleisten.

Stellen Sie sich vor, dass der Antrag von Leuten, die Sie oder Ihre Partnerorganisationen nicht kennen, gelesen wird. Diese wissen auch vorher nichts über das Projekt, das Sie planen. Aus diesem Grund sollten Sie exakte Informationen geben und alle Fragen des Formulars beantworten. Das Formular lässt Platz für Antworten und wenn längere Antworten notwendig sind, können Sie Zusatzblätter verwenden.

Das Formular stellt den/die Antragsteller/in und die Partnerinnen und Partner vor, listet die Zahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer, Freiwilligen, Jugendarbeiterinnen und Jugendarbeiter usw. auf und nennt das „wo und wann“ – den Ort, die Zeit und die Dauer des Projektes.

Der Einsendeschluss für Ihren Antrag bezieht sich normalerweise auf einen bestimmten Finanzierungszeitraum, daher sollten Sie immer überprüfen, ob die Daten, die Sie für Ihre Aktivität vorgesehen haben, mit dem Finanzierungszeitraum kompatibel sind.

Abgesehen von dem statistischen Teil beziehen sich die beiden anderen Hauptteile bei fast allen Antragsformularen auf die Projektbeschreibung (oder den Inhalt) und die Finanzen. Die Projektbeschreibung nennt das Ziel und die Zielsetzungen des geplanten Projektes und erklärt, wie sie erreicht werden. Sie umfasst entweder einen Projektplan oder ein Tagesprogramm, das die verschiedenen Aktivitäten und Arbeitsmethoden im Detail darstellt. Wenn der Plan/das Programm nicht enthalten ist, ist der Antrag unvollständig. Sie sollten einen Programmwurf einfügen, selbst wenn er später in der Vorbereitungsphase noch weiter entwickelt werden muss. Ein Bericht über die Arbeit des letzten Jahres kann nicht als Antrag betrachtet werden, auch ist er als Programmwurf nicht ausreichend.

Die finanziellen Informationen werden, abhängig von den Finanzregeln, entweder in Form einer Förderanfrage oder als komplettes Budget mit Kosten und Einnahmen gegeben. Unabhängig von der Form sind detaillierte Erklärungen zu den Posten und Berechnungsmethoden nötig. Wenn diese nicht abgegeben werden, ist der Förderungsantrag/das Budget nicht vollständig.



• Feinschliff

Wenn Sie den Antrag fertig gestellt haben, sollten Sie prüfen, ob die angegebenen Informationen logisch sind. Prüfen Sie zum Beispiel, ob der Arbeitsplan oder das Tagesprogramm wirklich die Ziele und die Zielsetzungen widerspiegeln, die Sie sich gesetzt haben und dass die Zahlen richtig sind – das gilt für die Anzahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer, Freiwilligen, usw. und für die Förderungs-/Haushaltsposten. Wenn im finanziellen Teil Kosten und Einnahmen aufgeführt sind, müssen sich diese ausgleichen.

Der Antrag muss vom rechtlichen Vertreter bzw. der rechtlichen Vertreterin der antragstellenden Organisation unterzeichnet sein. Normalerweise wird von den Partnerinnen und Partnern ebenfalls verlangt, dass Sie eine erste Projektvereinbarung unterschreiben, in welcher sie ihre Mitwirkung an der Ausarbeitung, Umsetzung und Evaluierung des Projektes erklären. Eine solche Vereinbarung wird dem Antrag beigelegt.

Ein korrekt ausgefülltes Antragsformular ist ausreichend, wenn keine anderen Nachweise ausdrücklich verlangt werden. Förderer erhalten Hunderte von Anträgen und sie schätzen keine kunstvoll gebundenen Anträge, Plastikabdeckungen usw., die nur Extraarbeit bedeuten, wenn sie Kopien für ihre Auswahljury erstellen. Denken Sie daran und überlegen Sie auch, ob es wirklich von Vorteil ist, die Lebensläufe aller Mitarbeiter/innen zu senden, wenn Sie nicht darum gebeten wurden. Sie sollten es auch nicht übertreiben und allzu umfangreiches Informationsmaterial über Ihre Tätigkeiten beifügen. Dies könnte sogar zu Verwirrung bei der Bearbeitung Ihres Antrages führen. Eine kurze Präsentation wäre besser und sofern Sie bei diesem Förderer zum ersten Mal einen Antrag stellen, wäre es ratsam, die Satzung Ihrer Organisation beizufügen.

Einige Ausschreibungen für größere Projekte machen es unter Umständen erforderlich, dass Sie Jahresberichte, Abrechnungen oder Nachweise Ihrer Fähigkeit, größere Projekte durchführen zu können, vorlegen. Diese müssen Sie dann natürlich auch vorlegen, ansonsten gilt Ihr Antrag als unvollständig und folglich förderunwürdig.

Eine gute Präsentation und ein gut ausgearbeiteter Antrag für die Projektfinanzierung sprechen für sich selbst und helfen auch, an lokale Behörden oder andere Quellen für die Kofinanzierung heran zu treten. Das ist wichtig, da die europäischen Institutionen (prinzipiell) nie ein Projekt zu 100 % finanzieren.

• Wie kommt der Antrag zum Förderer?

Es ist ratsam ein Anschreiben zusammen mit dem Antragsformular einzusenden, auch wenn es möglicherweise nicht ausdrücklich verlangt wird. In diesem Schreiben sollte kurz dargelegt werden, was Sie beantragen und hier können Sie einige Schlüsselinformationen hervorheben.

Wenn mehr als eine Kopie des Antragsformulars gefordert wird, achten Sie darauf, dass alle Dokumente im Anhang mit kopiert werden und jeder Kopie des Formulars beigelegt werden.

Wenn Sie einen Kurierdienst beauftragen oder ein Einschreiben zur Versendung des Antrags benutzen, werden Sie eine Empfangsbestätigung mit Zeit und Ortsangabe erhalten. Viele Förderer bestätigen routinemäßig den Empfang von Anträgen und geben Ihnen eine Registriernummer oder Projektpreferenz für Ihren Antrag. Sie sollten diese Nummer oder Referenz – und Ihren Projekttitel – selbstverständlich bei allen künftigen Mitteilungen an den Geldgeber angeben. Das beschleunigt die Antwort und vermittelt einen professionellen Eindruck von Ihrer Organisation. Es zeigt, dass Sie das Problem des Förderers, eine solch große Anzahl von Anträgen zu bearbeiten, verstehen.

Ihr Antrag wird nicht isoliert geprüft und zur Förderung oder Ablehnung empfohlen. Abgesehen von der Einschätzung Ihres Projektes als solches, wird seine Qualität mit anderen Anträgen sowie eventuell mit Ihren vorangegangenen Aktivitäten verglichen. Das heißt, dass Sie die Finanzierung eines guten Projektes gefährden können, wenn Sie es versäumt haben, über ein vorangegangenes Projekt zu berichten oder Sie noch offene Dinge mit dem Förderer zu klären haben (z.B. ausstehende Anfragen für weitere Informationen oder ausstehende finanzielle Forderungen).



5) Verstehen Sie den (unabhängigen) Förderer!

Wenn Sie sich an einen Förderer wenden, ist es wichtig, ihm zu zeigen, dass Sie seine Aufgabe und Prioritäten verstehen. Bei Ihrer Recherche sollten Sie sich daher auch die Dokumentation der Geldgeber/innen besorgen.

Unabhängige Förderer – insbesondere Stiftungen und Förderer aus der Wirtschaft – veröffentlichen in der Regel sehr viele Informationen über ihre Tätigkeiten. Die Mehrheit erstellt einen Jahresbericht, in dem sie ihre laufenden Schwerpunkte beschreiben und Richtlinien für die Antragsteller/innen, finanzielle Details und eine Übersicht über geförderte Projekte vorgeben. Wenn Sie diese Berichte lesen, können Sie genau sehen, woran der Förderer interessiert ist und zwar in seinen eigenen Worten und detaillierter als in Förderer- und Stiftungsverzeichnissen. Auch Newsletter und Zeitschriften, die Förderer veröffentlichen, sind normalerweise frei erhältlich und berichten über die neueste Arbeit entweder durch eigene Programme oder durch Projekte, die gefördert werden. Wenn Sie sich die Zeit nehmen, diese Informationen zu überprüfen, erhalten Sie ein genaueres Bild der Arbeit, für die sich der Förderer besonders interessiert.

Dieses Material erklärt die Philosophie und Mission des Förderers. Beim Einsenden ihres Projektantrags ist es wichtig zu zeigen, dass Sie diese verstehen und dass Ihr Projekt genau da hineinpasst.

Wenn Sie sich an Unternehmen wenden wollen, achten Sie darauf, dass Sie die Branche verstehen, in der diese tätig sind sowie ihre Philosophie und weisen Sie darauf hin, wie Ihre Organisation mit ihrer Mission und ihren Projekten dort hineinpasst.

Bei allen Diskussionen mit Ihrem potentiellen Geldgeber sollten Sie dessen Bedürfnisse im Blick haben und Kooperationsideen mit Ihrer Organisation gegenüber aufgeschlossen sein. Seien Sie flexibel und offen für Vorschläge des Förderers.

Erfahrungen aus dem Leben #3

Generation Europa und Levi Strauss & Co.

Schülertagebuch

Fallstudie

Im Jahre 2000 wandte sich Generation Europa (Ungarn) an Levi Strauss & Co um finanzielle Unterstützung bei einem laufenden Projekt für junge Menschen. Sie wollten die ungarische Publikation des Youth Diary Generation Europa (Jugendtagebuch) ausdehnen, eine täglich erscheinende Publikation für Oberschüler/innen, die eine Vielzahl von Informationen über die Europäische Union, die Auswirkungen des Beitritts und die EU-Erweiterung liefert.

Generation Europa (Ungarn) ist der ungarische Teil von Generation Europa mit Sitz in Brüssel. Seit 1996 hat Generation Europa sich der Herausforderung gestellt, dem öffentlichen Informationsdefizit gegenüberzutreten und das Jugendtagebuch (Youth Diary) herausgegeben, ein tägliches Instrument zur Sensibilisierung junger Menschen in mehreren Ländern der Europäischen Union. Die Ausgaben 1998/99 wurden in 9 Ländern der EU in 10 Sprachen und 600.000 Kopien veröffentlicht.

Generation Europa (Ungarn) veröffentlichte die ungarische Ausgabe des Schülertagebuchs für das Schuljahr 2000/2001 in 35.000 Kopien mit Unterstützung von Levis. Ungarn, das 2004 der EU beigetreten ist, war damals das erste Nicht-EU-Land, in dem das Tagebuch eingeführt wurde. Das Schülertagebuch von Generation Europa wurde in Ungarn auch vom Büro des Premierministers, dem Außenministerium und dem Bildungsministerium unterstützt. Der größte Teil des Tagebuchs wurde in Brüssel produziert, ins Ungarische übersetzt und an die besonderen Umstände Ungarns angepasst. Von den insgesamt 112 Seiten wurden ungefähr fünfzig Prozent in Ungarn verfasst, um den Informationsbedarf abzudecken und den Lebensrealitäten der Oberschüler/innen zu entsprechen. Ziel des Tagebuchs war es, Informationen über die Europäische Union, ihre Funktionsweise und das ungarische Beitrittsverfahren zu geben und Programme und Themen aufzugreifen, die jungen Menschen am Herzen liegen. Der Beitritt zur EU bringt bedeutende Änderungen in Ungarn mit sich, insbesondere in den Bereichen Wirtschaft, Umwelt, Soziales, Politik und anderen Feldern. Die heutigen Oberschülerinnen und Oberschüler werden die erste Generation von Erwachsenen sein, die die Mitgliedschaft Ungarns in der Europäischen Union miterlebt. Daher ist es entscheidend, dass sie umfassend informiert sind.



Für 2001/2002 entwickelte Generation Europa (Ungarn) das Tagebuch weiter und machte es für einen Unternehmensspender wie Levi Strauss & Co noch interessanter. Sie produzierten eine Plastikrabattkarte, die dem Tagebuch beilag und die den Karteninhabern 10 % Rabatt in bestimmten Levi Strauss Geschäften und anderen Geschäften im ganzen Land einräumte.

Zusätzlich stellten sie Levi Strauss eine Seite im Tagebuch für Werbezwecke zur Verfügung. Levi Strauss entschied, dass es besser sei, wenn eine Nichtregierungsorganisation die Seite für sich nutzt. Nach Gesprächen mit Levi Strauss stimmte Generation Europa (Ungarn) dem zu und einer der Förderempfänger von Levi Strauss nutzte die Seite kostenlos für eine Kampagne über Drogenprävention.

Das Tagebuch erreichte mehr als 40.000 Oberschüler/innen in Ungarn. Es verbreitete Informationen über die Europäische Union und sensibilisierte die Schüler für das Thema Drogenmissbrauch. Es förderte das Image von Levi Strauss, brachte den Levi Strauss Geschäften Kunden und einem Förderempfänger von Levi Strauss wertvolle Aufmerksamkeit.

Viele Akteure profitieren: Schüler/innen, EU, Generation Europa, die NRO für Drogenprävention und Levi Strauss. Infolgedessen plant Levi Strauss die Beziehung zu Generation Europa fortzusetzen.

6) Fehlbedarfs- und Co-Finanzierung

Die meisten Förderer möchten, dass noch andere Institutionen bereit sind, sich an den Kosten eines Projektes zu beteiligen. Das ist ein „Mehrwert“ aus Sicht des Geldgebers. Es bedeutet, dass die Resultate die Investition des Förderers übersteigen und das Projekt damit zu einem „guten Deal“ wird. Es bedeutet auch, dass der Förderer nicht allein das Risiko trägt. Je nach Förderer variiert der maximale Prozentsatz des Projektbudgets, der abgedeckt wird, zwischen 50 % und 90 %. Die Organisation, die Fördermittel beantragt, muss also Extramittel aufbringen. Diese können Eigenmittel sein (finanzielle oder andere – Gebäude, Ausrüstung, Materialien, Arbeitszeit der Mitarbeiter/innen, die dem Projekt zugeteilt werden, Freiwilligenarbeit). Wenn die Eigenmittel nicht ausreichend sind, muss die Organisation nach anderen Quellen suchen, von denen es viele gibt: Andere Förderer, Partnerorganisationen, Einnahmen aus dem Projekt selbst (Teilnahmegebühren, Gebühren für erbrachte Dienstleistungen usw.). Zuwendungen, die eine Organisation vom gleichen Förderer für ein anderes Projekt erhält, können nicht als Fehlbedarfsfinanzierung betrachtet werden. Diese Regel wird bei den Förderprogrammen der Europäischen Union sehr strikt angewendet. Hier wird spezifisch nachgefragt, ob das Projekt bereits Fördermittel von der Europäischen Union erhalten hat.

Erfahrungen aus dem Leben #4

Die Jugendaktion für den Frieden (Youth Action for Peace) - Rumänien hatte sich an humanitären Hilfsaktivitäten in Cojocna, einem Dorf mit einer großen Roma-Bevölkerung beteiligt, die in großer Not lebt. Nach einer Weile stellte der Projektkoordinator fest, dass nur materielle Hilfe allein mehr Schaden als Gutes anrichtete, und dass langfristige Resultate nur durch Bildung und Entwicklung erzielt werden können. 1995 konnte der Projektkoordinator bei einem Trainingskurs des Europäischen Jugendzentrums des Europarates teilnehmen. Am Ende der ersten Kursphase war das Projekt für das Cojocna – Sozialzentrum entstanden und die Projektbeschreibung abgeschlossen. Da dieses Projekt große Geldmittel benötigte, dauerte es einige Zeit, bevor sich Finanzierungsmöglichkeiten fanden.

Der richtige Zeitpunkt kam im Herbst 1996, mit einer Aufforderung des PHARE/SESAM-Programms der Europäischen Union zur Einreichung von Projektvorschlägen, mit dem Fördermittel für Sozialprojekte für einen Zeitraum von zwei Jahren angeboten wurden (60 %ige Abdeckung der Kosten für das erste Jahr und 40 % für das zweite Jahr). YAP Romania und seine Partner vor Ort (die Dorfbehörden und die Schule) waren nicht in der Lage, die restliche Summe aus Eigenmitteln zu finanzieren. Daher wurde ein weiterer Antrag an die Kooperation Niederländischer Stiftungen für Mittel- und Osteuropa (CNF) gerichtet. Das Projekt wurde positiv von den PHARE/SESAM Expert/innen bewertet, musste aber belegen, dass eine Fehlbedarfsfinanzierung vorhanden war. Die Kooperation Niederländischer Stiftungen schrieb, das Projekt sei interessant und der Antrag würde in Betracht gezogen, sobald die Finanzierung von PHARE/SESAM zugesichert sei. Für eine Weile sah es hoffnungslos aus. Wer würde als erster ja sagen, ohne den formalen Nachweis einer Fehlbedarfsfinanzierung zu haben? Schließlich stimmte CNF zu, ein Dokument aufzusetzen, dass sie bereit seien, die beantragte Summe bereit zu stellen, wenn das Projekt Fördermittel aus dem PHARE/SESAM Programm erhält. Das Schreiben wurde als Nachweis akzeptiert und die Finanzierungsverträge unterzeichnet.

Was nicht heißt, dass der Rest eine Spazierfahrt war...

Co- und Fehlbedarfsfinanzierungen erfordern eine große Sorgfalt bei Planung, Ausgabenpolitik und Berichterstattung. Sie müssen sich streng an die Haushaltslinien und die Finanzregeln der unterschiedlichen Partnerinnen und Partner halten, um den Cashflow für das Projekt zu gewährleisten, ohne die Fördermittel aus den unterschiedlichen Quellen miteinander zu vermischen und die Ausgaben trennen, damit Sie nicht die gleiche Rechnung bei unterschiedlichen Geldgebern einreichen.

Manchmal können passende Co- und Fehlbedarfsfinanzierungen jedoch das Leben auch erleichtern. Kosten, die ein Geldgeber als ungeeignet betrachtet, können bei einem anderen zulässig sein.

Zudem können Finanzierungszeiträume nicht übereinstimmen oder sich überschneiden. Das kann sowohl positive als auch negative Auswirkungen haben. Positiv kann sein, dass Sie Ihr Projekt früher beginnen oder länger laufen lassen können als einer der Förderer dies erlaubt. Negativ wäre, wenn einer der Geldgeber darauf bestehen würde, auch alle Co- und Fehlbedarfsfinanzierungen innerhalb seines eigenen Finanzierungszeitraums auszugeben. In solchen Fällen müssen Sie sorgfältig planen, damit Sie genügend zusätzliche Mittel in dem sich überschneidenden Zeitraum ausgeben können. Es bedeutet, dass Sie im sich überschneidenden Zeitraum mehr Geld ausgeben können als nötig und außerhalb dieses Zeitraumes die Mittel knapp werden. Sie können das umgehen, indem Sie Voraus- oder Nachzahlungen tätigen – falls zulässig – oder sich mit Material eindecken.

