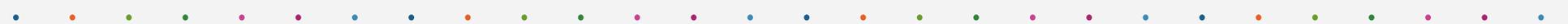


Herzlich Willkommen zum Workshop

*Wer Geld Anderer will,
braucht eine gute Planung*



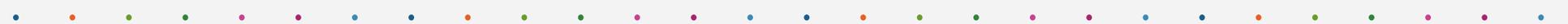
Ihre heutigen Referenten:

Stefan Honrath

*Diplom-Volkswirt, Zertifizierter Stiftungsmanager (DSA),
Leiter der Direktion Peine der Volksbank BraWo*

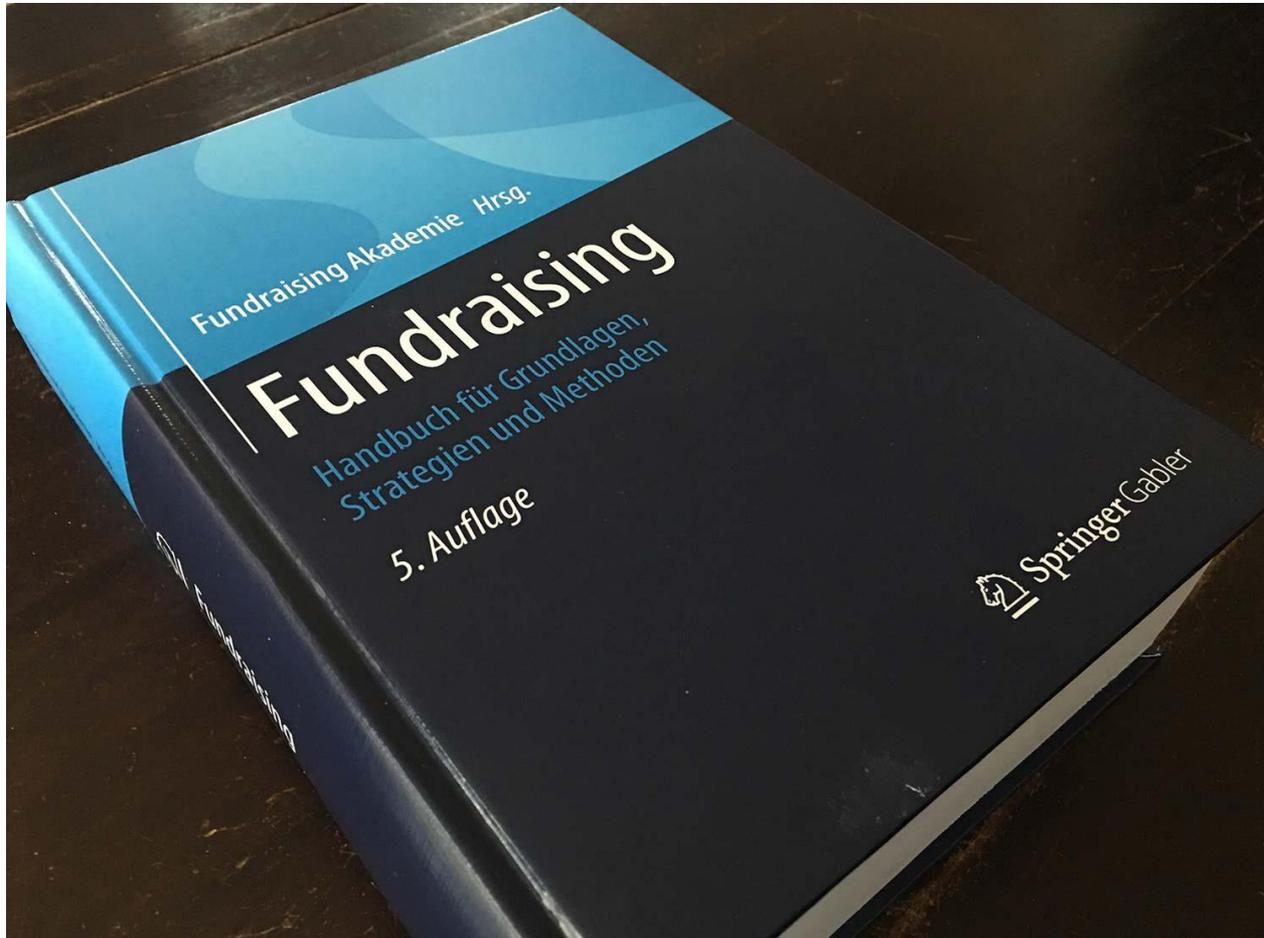
Matthias Marx

*Politikwissenschaftler (M.A.), Zertifizierter Stiftungsmanager (DSA),
Mitarbeiter EngagementZentrum gGmbH*



AGENDA

1. Grundlagen von Fundraising
2. Grundlagen von Projektplanung
3. Projektabbildung
4. Grundlagen der Unterstützer-Suche
5. Grundlagen von Online-Fundraising – Fokus: Crowdfunding



Fundraising Akademie (Hrsg.). Fundraising. Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden. Springer Gabler. 5. Auflage. 2016. 1016 Seiten

FUNDRAISING – DEFINITION UND BEGRIFFSURSPRUNG

Fundraising ist

*„eine **Aktivität** von Nonprofit-Organisationen, aufgrund derer ihr **Vermögen** bzw. **die vorhandenen Ressourcen wachsen**.“*

Der Begriff „**Fundraising**“ bezieht sich auf das Wachsen (engl. *to raise*) des Vermögens (*fund*)

FUNDRAISING – DEFINITION UND BEGRIFFSURSPRUNG

enge Fundraising-Definition:

Fundraising = Einwerbung von Kapital bzw. Kapital-Äquivalenten (z.B. Aktien)

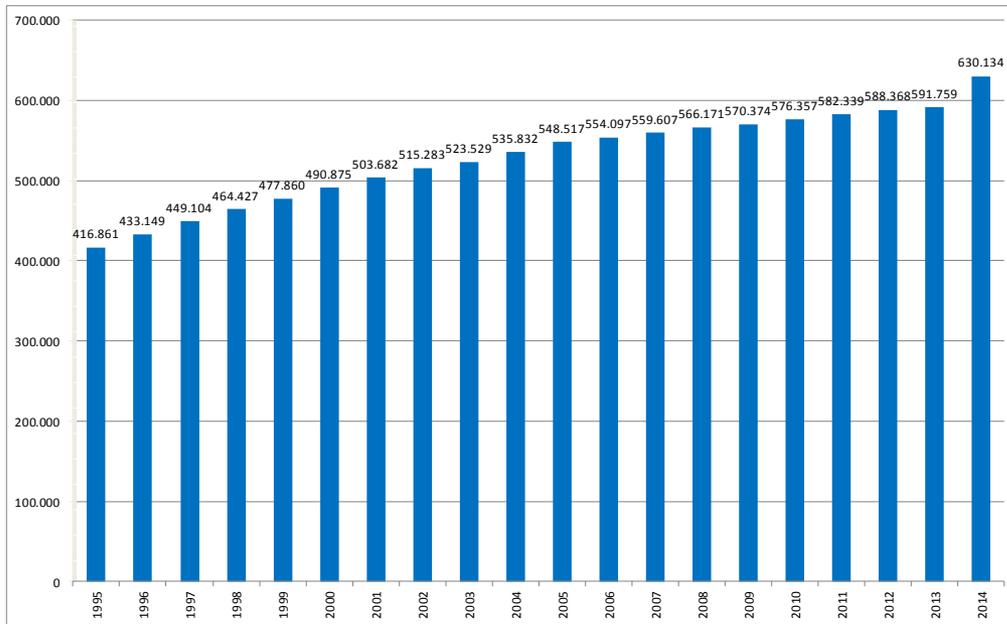
weite(re) Fundraising-Definition:

Fundraising = Einwerbung von Kapital bzw. Kapital-Äquivalenten (z.B. Aktien) + Einwerbung von Sachmitteln, Leistungen, Rechten oder Arbeit

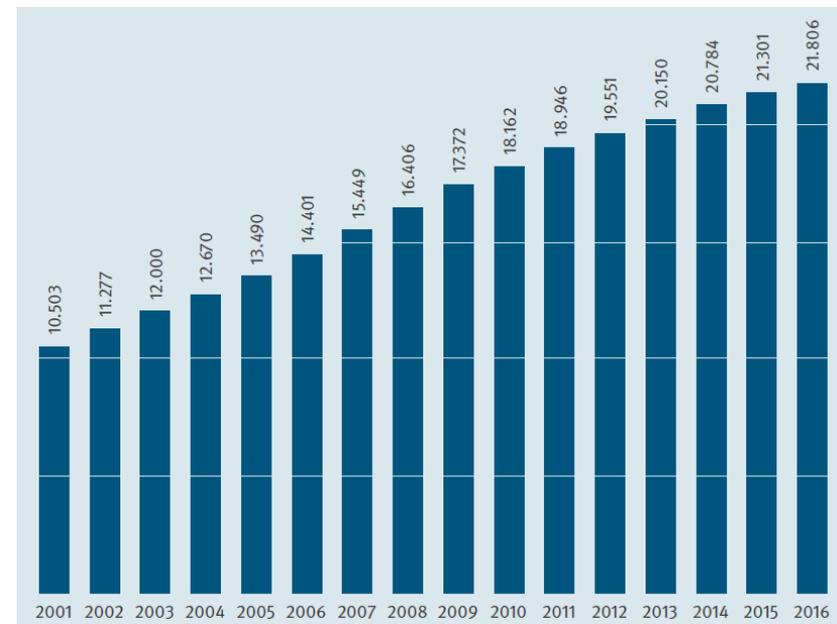
AKTUELLE RAHMENBEDINGUNGEN FUNDRAISING

- Niedrigzinsphase, vielfach konzentriertere, restriktivere Fördermittelvergabe
- Ausgaben von Stiftungen für satzungsgemäße Zwecke aber insgesamt konstant (2013, 2014, 2015, 2016): 17 Mrd. Euro
- Spendenvolumen von 4 Mrd. auf 3,6 Mrd. Euro zurückgegangen, 5,3 Mrd. (minus 4,9 %); weniger Menschen spenden, etwa ein Drittel der Bevölkerung (Deutscher Spendenmonitor 2016, GfK 2017)
- *Der Spenden-Topf schrumpft, die Stiftungs-“Gießkanne wird eingemottet“*

AKTUELLE RAHMENBEDINGUNGEN FUNDRAISING



Vereinswachstum 1995-2014
Eigene Grafik; Quelle: Bundesministerium für Justiz



Stiftungswachstum (rechtsfähige Stiftungen bürgerl. Rechts) 2001-2016
Quelle: stiftungen.org (Bundesverband Deutscher Stiftungen)

FUNDRAISING – FORMEN

- Individualspenden (u.a. Einmalspende, Dauerspende, Mitgliedsbeitrag, Patenschaft, Anlassspende, Sachspende)
- Großspenden (Erbschaften und Vermächtnisse, Stiftung und Zustiftung)
- Geldauflagenmarketing
- Corporate Fundraising (u.a. Unternehmensspenden, Sponsoring, Gewinnsparmittel, Corporate Volunteering)
- Antrags-Fundraising
- Online-Fundraising (auch Crowdfunding)

FUNDRAISING – ELEMENTE UND INSTRUMENTE

- Elemente von Fundraising: Kontaktarbeit, Beziehungspflege, „Networking“, „Friendmaking“ (→ *Überzeugungsarbeit*)
- Instrumente von Fundraising: *Öffentlichkeitsarbeit/ Marketing und Kommunikation, auch Story Telling* (Website (Spenden-Rubrik, Unterstützungsbedarf kenntlich machen), Logo-Entwicklung, Visitenkarten, Mailings/ Spendenbriefe (Briefpapier), Events („Tag der offenen Tür“, Spendengala), Flyer, Social Media-Präsenzen, Newsletter, Telefonate)
- Hilfreich: Verständigung auf Selbst- und Leitbild (Wer sind wir? Was wollen wir?); ein klar erkennbares Profil; Sprechen „einer gemeinsamen Sprache“

AGENDA

1. Grundlagen von Fundraising
2. Grundlagen von Projektplanung

VIER PHASEN PROJEKTMANAGEMENT

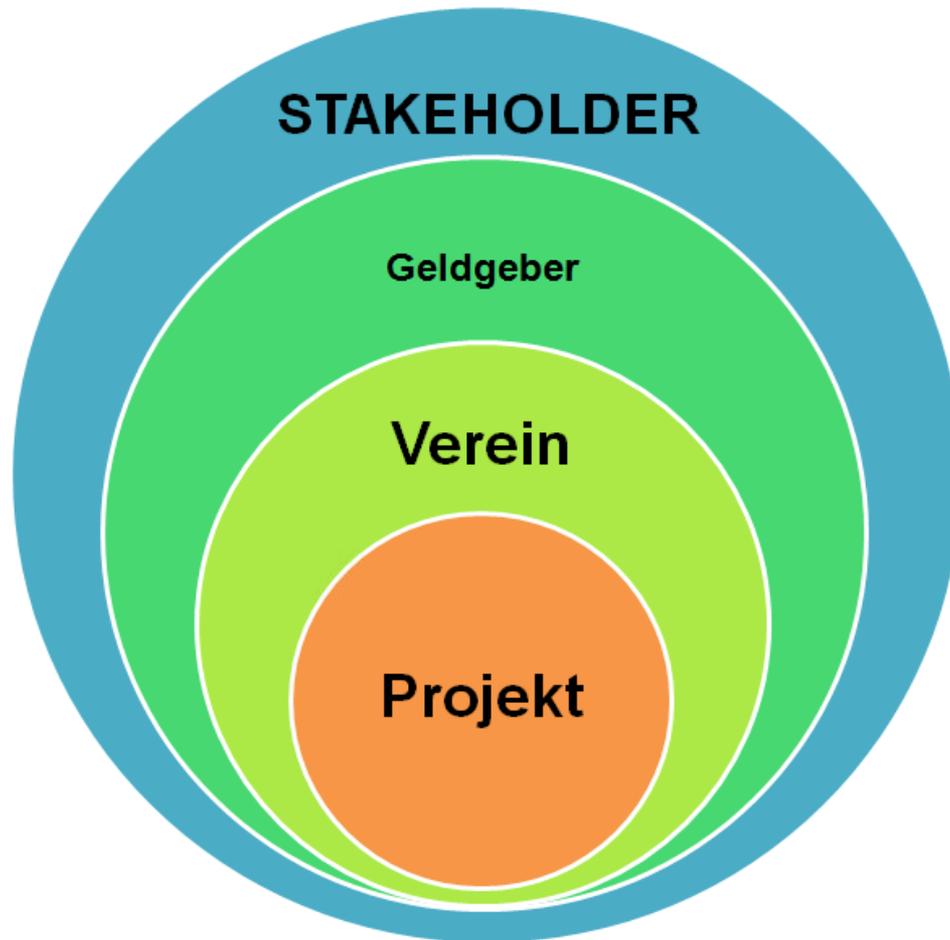
- Projektdefinition
- Projektplanung
- Projektdurchführung und -kontrolle
- Projektabschluss

PROJEKTUNTERSTÜTZER

Identifizierung und *Überzeugung* potenzieller Unterstützer/Mitstreiter für
Ihr Projekt.

Grundlage dafür:

Systematische Überzeugungsarbeit von innen nach außen.



Ihr Projekt und sein
Beziehungsumfeld

PROJEKTUNTERSTÜTZER

Voraussetzung: Das eigene Umfeld überzeugen, um dort das Projekt durchzusetzen und Mitstreiter/Multiplikatoren zu gewinnen.

Ggf. intern Anpassungen und Setzungen vornehmen.

➤ Organisation // Projektplanung/Projektmanagement.

PROJEKTPLANUNG – METHODEN

- Morphologischer Kasten
- SWOT-Analyse
- Ursache-Wirkungs-Diagramm
- Entscheidungsbaum
- Stakeholder-Analyse
- Projekt-Steckbrief/ -Checkliste

Problem: Gewinnung von 6-8-Jährigen für den Vereinsfußball

Merkmal	Ausprägungen					
	14:00 Uhr	15:00 Uhr	16:00 Uhr	17:00 Uhr	18:00 Uhr	19:00 Uhr
Trainingszeit	14:00 Uhr	15:00 Uhr	16:00 Uhr	17:00 Uhr	18:00 Uhr	19:00 Uhr
Trainingsfrequenz	alle 2 Wochen	1x wöchentlich	2x wöchentlich	3x wöchentlich	4x wöchentlich	5x wöchentlich
Trainingsinhalte	Spiel & Spaß	Schwerpunkt Technik-training	Schwerpunkt Taktik-training	Schwerpunkt Technik- & Taktik-training	Mischung aus Spielen & Technik-/Taktik-training	nur Aufsicht ohne Vorgabe
Zusammensetzung der Mannschaften	Mischung von Leistungsträgern und Gänseblümchenpflückern	Unterteilung in leistungs- & spaßorientierte Mannschaften	nur leistungsorientiert	nur spaßorientiert		

METHODE 1: MORPHOLOGISCHER KASTEN



Problem: Gewinnung von 6-8-Jährigen für den Vereinsfußball

Merkmal	Ausprägungen					
	16 – 25 Jahre ohne Trainerausbildung	25 – 40 Jahre ohne Trainerausbildung	ü. 40 Jahre ohne Trainerausbildung	16 – 25 Jahre mit Trainerausbildung	25 – 40 Jahre mit Trainerausbildung	40 Jahre mit Trainerausbildung
Trainingsorte	Halle	Platz	Okt.-März: Halle Apr.-Sept.: Platz			
Sachmittel	>10 Bälle	Kleintore	> 10 Bälle und Kleintore			
Unterhaltungsprogramm	Zeltlager mit Eltern	Zeltlager ohne Eltern	Bundesliga spiele besuchen mit Eltern	Zeltlager mit Eltern und Bundesliga	Zeltlager ohne Eltern und Bundesliga	kein Unterhaltungsprogramm

METHODE 1: MORPHOLOGISCHER KASTEN



METHODE 2: SWOT-ANALYSE

Ziel:

Verdeutlichung der Stärken (Strengths) und Schwächen (Weaknesses), Chancen (Opportunities) und Risiken (Threats) im Hinblick auf eine Organisation, Organisationseinheit oder einen anderen Untersuchungsgegenstand.

Ablauf:

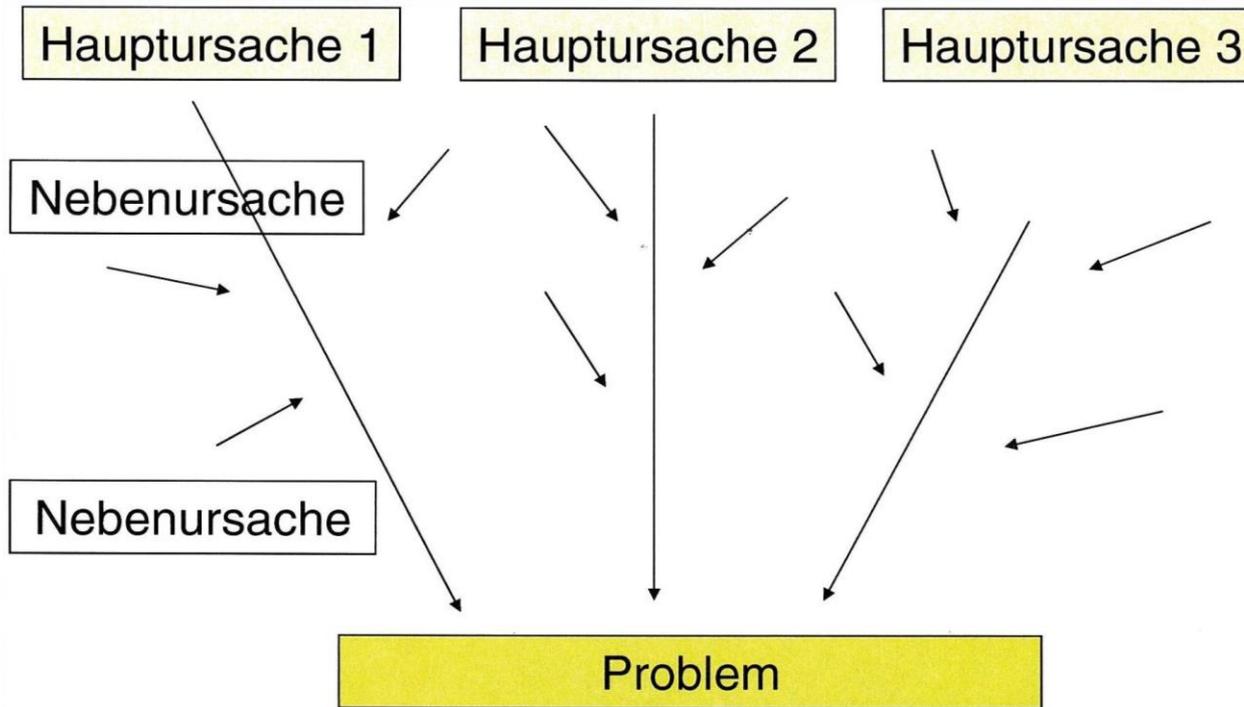
- Brainstorming
- Detaillierung
- Zuordnung von Handlungsstrategien im Hinblick auf Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken.

Zur weiteren Visualisierung der zur Verfügung stehenden Strategien dient ein SWOT-Diagramm

	Stärken	Schwächen
Chancen	Offensivstrategien	Aufholstrategien
Risiken	Ab-sicherungsstrategien	Defensivstrategien

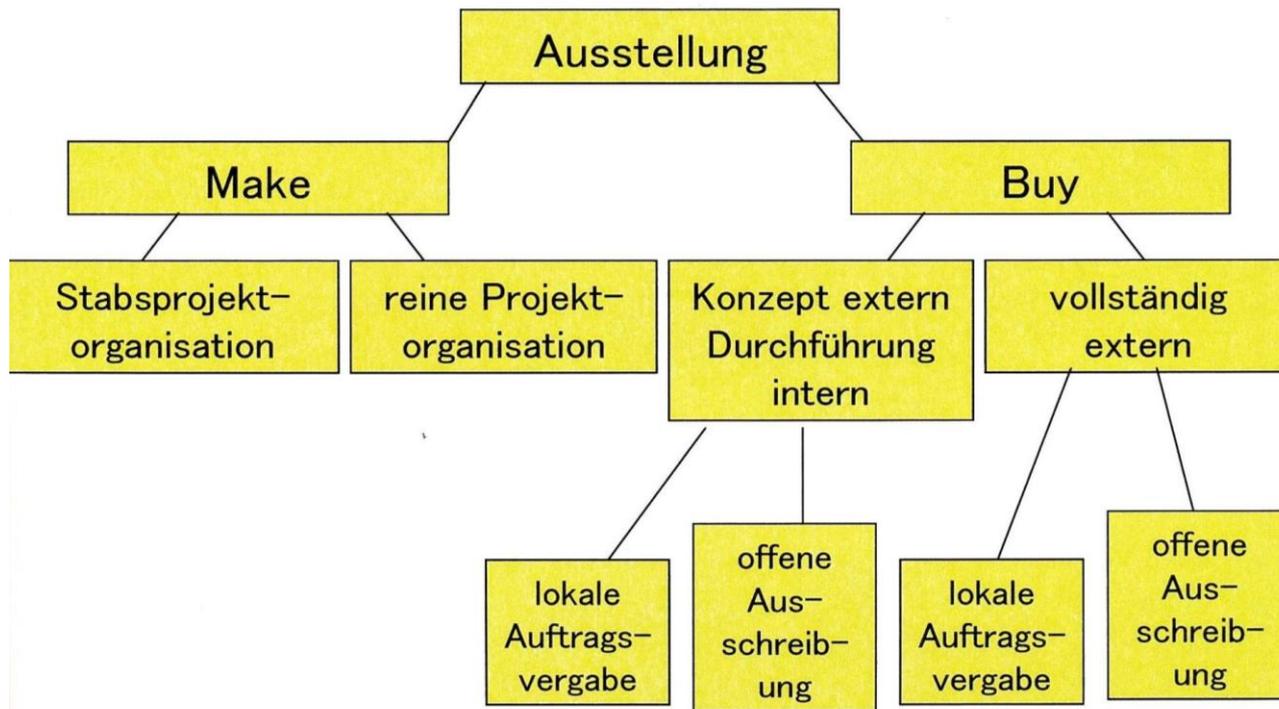
*METHODE 2:
SWOT-ANALYSE*





**METHODE 3:
URSACHE-WIRKUNGS-
ANALYSE**





**METHODE 4:
ENTSCHEIDUNGSBAUM
BEISPIEL:
AUSSTELLUNG**



Stakeholder-Tabelle	Name									
Art der Betroffenheit										
Stärke der Betroffenheit										
Art der Wirkung										
Stärke der Wirkung										

METHODE 5: STAKEHOLDER-ANALYSE

Grundfrage: Wer hat
alles Karten in meinem
Spiel – wer ist von
meinem Projekt
betroffen?

Art der Betroffenheit:

- + positiv
- + - nicht betroffen
- negativ

Stärke der Betroffenheit:

- ↑ stark
- mittel
- ↓ schwach

Art der Wirkung:

- + positiv
- + - neutral
- negativ

Stärke der Wirkung:

- ↑ stark
- mittel
- ↓ schwach



1. Projektziel	Was wollen wir erreichen (konkretes Projektziel)?
2. Motivation	Warum wollen WIR das erreichen? Was bringt uns das? Wollen wir uns wirklich langfristig damit beschäftigen?
3. Zielgruppe	Für wen machen wir das? Wem soll unser Projekt nutzen, auf welche Art und Weise?
4. Projektaktivitäten	Was wollen wir tun, um unser(e) Ziel(e) zu erreichen? Welche Aktivitäten gibt es im Verlauf des Projekts?
5. Ressourcen	Welche Ressourcen stehen uns dafür zur Verfügung (Geld, Zeit, Know-how)?
6. Kommunikation	Wem teilen wir mit, was wir erreichen wollen (intern, extern)? Wie tun wir das? Wie schaffen wir Verbindlichkeit?
7. Projektlaufzeit	Wann beginnt das Projekt, wann endet es? Was sind die wichtigsten Termine?
8. Erfolgskontrolle und Feedback	Wie und wann überprüfen wir, ob wir unser Ziel erreicht haben? Wie lernen wir aus unseren Erfahrungen?

METHODE 6: Projekt-Steckbrief/ Checkliste



ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Mitdenken: *Presse- und Öffentlichkeitswirksamkeit*

- Nachrichtenwerte bedenken, ggf. Medienpartner gewinnen

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Was will ich bewirken, was habe ich eigentlich zu melden? -
Nachrichtenwerte prüfen/mitdenken!

- Aktualität
- (regionale) Nähe
- bestehender Gesamtzusammenhang
- Ereignishaftigkeit
- Überraschung/Kuriosität
- Identifikation/Gefühl
- Umsetzbarkeit in Bilder

AGENDA

1. Grundlagen von Fundraising
2. Grundlagen von Projektplanung
3. Projektabbildung

BAUSTEIN 1: PROJEKTBE SCHREIBUNG

Alle W-Fragen beantworten: Wer wie was wann wo warum?
Besonderheiten und SMARTe Ziele formulieren!

Instrumente: Stakeholder-Analyse, SWOT-Analyse...
Außenstehende können helfen: Gegenlesen lassen!

Lesbar bleiben...



S	spezifisch	Ziele müssen klar und eindeutig sein. Versuchen Sie daher, die Ziele so präzise und verständlich wie möglich zu formulieren, sodass sie auch von Dritten verstanden werden können.
M	messbar	Ziele müssen „messbar“ sein. Damit ist gemeint, dass festgestellt werden kann, ob die Wirkung eingetreten ist oder nicht.
A	akzeptiert	Die Ziele müssen von den Stakeholdern akzeptiert werden. Das bedeutet, dass ein gemeinsames Verständnis über die Ziele besteht und dass diese von allen Beteiligten mitgetragen werden.
R	realistisch	Es muss möglich sein, die Ziele zu realisieren. Das bedeutet nicht, dass Sie sich sicher sein müssen, dass Sie dieses Ziel auf jeden Fall erreichen werden, aber es sollte zumindest im Bereich des Möglichen liegen, dass Sie das Ziel im Rahmen des Projekts erreichen.
T	terminierbar	Bei der Zielformulierung ist es in vielen Fällen schwierig, einen festen Zeitpunkt zu definieren, an dem das Ziel erreicht sein „muss“. Dem Ziel sollte aber zumindest ein Zeitrahmen zugeordnet werden, bis wann es erreicht sein sollte. Denn ob die Wirkung während des Projekts oder erst viel später eintreten soll/kann, macht zum Beispiel für die Wahl des Zeitpunkts der Wirkungsanalyse einen wichtigen Unterschied. Ein Zeitrahmen bietet hier Orientierung.

BAUSTEIN 1: PROJEKTDESCHREIBUNG

SMARTe Ziele definieren:
Was will ich erreichen im
Rahmen meines Projektes?
Was will ich verändern?



BAUSTEIN 1: PROJEKTBE SCHREIBUNG

Hilfreiche Fragensammlung:

1. Gesellschaftlicher bzw. übergeordneter Bedarf?
2. Geplante eigene Maßnahmen, um diesem Bedarf zu begegnen?
3. Was ist nach Abschluss des Projektes besser als vorher – Resultate?
4. Dringlichkeit – warum muss die Fragestellung (= Punkt 1) genau jetzt angegangen werden?
5. Worin liegt die eigene Kompetenz, die eigene Qualifikation, diese Fragestellung (= Punkt 1) lösen zu können?
6. Was haben finanzielle Unterstützer davon, wenn sie sich beteiligen?

BAUSTEIN 2: KOSTENAUFSTELLUNG

Kostenaufstellung ist Teil von Projektplanung und Projektmanagement –
hier: *Ressourcenplanung*.

Sie sind für den Geldgeber der Projektsteuerer:
Bilden Sie alle im Rahmen Ihres Projektes
anfallenden Kosten ab – von A bis Z!



BAUSTEIN 3: FINANZIERUNGSPLAN

Auch hier machen Sie *Ressourcenplanung*: Wie sollen die in Ihrer Kostenaufstellung angegebenen Kosten finanziert werden?

Eigenmittel und Einnahmen einbringen und ausweisen!
Alle darüber hinaus angefragten Geldgeber abbilden!

Vollständigkeit und Ausgewogenheit...



Ziel erreicht: Ihr Projekt in drei Bausteinen schriftlich abbilden

Baustein 1: Projektbeschreibung

Baustein 2: Kostenaufstellung

Baustein 3: Finanzierungsplan



ZIEL: Ihr Projekt nun bei Stiftungen, Sponsoren/Spendern platzieren

- Projektanfrage (drei Bausteine) nach eigener, zielgerichteter Recherche und Telefongespräch platzieren.
 - Dialogisch denken und handeln: Nachtelefonieren, offene Fragen beantworten.
 - Das Projekt eventuell im Dialog optimieren.
 - Alle sich entwickelnden, relevanten Neuigkeiten/Veränderungen allen angefragten Förderern zuleiten!
- Klarheit gewinnen, um reagieren zu können...
Am Ball bleiben.....

MITDENKEN/KLÄREN:

Nach Abschluss den Verwendungsnachweis für Stiftungen, Sponsoren, Spender liefern!

- Nachweis der zweckgerechten Mittel-Verwendung für jeden Geldgeber.
- Bezug allgemein: AO/Gemeinnützigkeit.
- Bezug speziell: die individuell getroffene Fördervereinbarung;
zweckgebundene Spendenüberweisung; Sponsoringvertrag.
- Deshalb im Verlauf des Projektes: Alle sich entwickelnden, relevanten
Neuigkeiten/Veränderungen allen angefragten Förderern zuleiten!
- Im Dialog sein und bleiben! Und spätestens nach Abschluss des
Projekts “Danke!” sagen!

AGENDA

1. Grundlagen von Fundraising
2. Grundlagen von Projektplanung
3. Projektabbildung
4. Grundlagen der Unterstützer-Suche

UNTERSTÜTZER-SUCHE – ERSTE SCHRITTE

Suchen und recherchieren:

Wer da draußen könnte mir helfen – Stiftungen, Sponsoren, Spender, öffentliche Geldgeber?

Perspektivenwechsel:

Spezifika und spezielle Anknüpfungspunkte (gemeinsame Interessen) finden!

Recherche überprüfen, Kontaktaufnahme:

Anrufen und miteinander reden, mehr Klarheit gewinnen – den anderen überzeugen!

Ziel: einzelne, individuell zugeschnittene Anfragen, keine Serienbriefe...

UNTERSTÜTZER-SUCHE – ERSTE SCHRITTE

Suchen und recherchieren:

Wer da draußen könnte mir bei meinem Vorhaben helfen?

Tipp 1: Fokus auf Stiftungen, aber weitere Akteure nicht außer Acht lassen:

„öffentliche Hand“/ Förderungen,

Service-Clubs,

Unternehmen (vorwiegend lokale u. regionale),

Vereine (mit ähnlichen Zielsetzungen; Kooperation)



Agentur Förderlotse (Hrsg.)



Netzwerk Selbsthilfe e. V. (Hrsg.)

Enthält Informationen über 600 Fördermittelquellen:

- öffentliche und private Förderstiftungen
- Förderprogramme der Bundesministerien
- Bundesprogramme des Europäischen Sozialfonds (ESF) und weiterer Strukturfonds
- europäische Aktionsprogramme
- Förderfonds für gemeinnützige Organisationen
- Projekte von Unternehmen, Finanzinstituten und Medien
- Fördermöglichkeiten durch die Soziallotterie
- Förderpreise und Wettbewerbe

- porträtiert mehr als 410 regionale, bundesweite und internationale Stiftungen und Förderquellen
- bietet umfangreiche Tipps zu Fördermöglichkeiten, u.a. in den Bereichen Bildung, Jugend, Arbeit, Umwelt, Soziales
- sorgfältig recherchierte Hinweise auf unterschiedliche Fördermöglichkeiten
- umfassendes Schlagwortregister
- praktische Tipps und Tricks zur Antragstellung

UNTERSTÜTZER-SUCHE – ERSTE SCHRITTE

Suchen und recherchieren:

Wer da draußen könnte mir bei meinem Vorhaben helfen?

Tipp 1: Fokus auf Stiftungen, aber weitere Akteure nicht außer Acht lassen:

„öffentliche Hand“/ Förderungen,

Service-Clubs,

Unternehmen (vorwiegend lokale u. regionale),

Vereine (mit ähnlichen Zielsetzungen; Kooperation)

Tipp 2: Anfrage zu Unterstützungsmöglichkeiten nicht auf finanzielle Hilfe begrenzen (auch hilfreiche Sach- und Dienstleistungen einbeziehen)

STIFTUNGS-SUCHE

Wie finden Sie die zu Ihrem Projekt passende Stiftung?

ZAHLEN UND DATEN ZU STIFTUNGEN IN DEUTSCHLAND



Quelle: <https://www.stiftungen.org/stiftungen/zahlen-und-daten/statistiken.html>

Ausgaben für satzungsgemäße Zwecke (2016): 17 Mrd. Euro

(Noch) keine verlässlichen Zahlen zu übrigen Stiftungstypen (z.B. Treuhandstiftungen)

ZAHLEN UND DATEN ZU STIFTUNGEN IN DEUTSCHLAND

Stiftungen und Stiftungskapital

(in Euro, rechtsfähige Stiftungen des bürgerlichen Rechts)



Rund 70 Prozent der Stiftungen (rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts) haben ein Stiftungskapital von bis zu 1 Million Euro

ZAHLEN UND DATEN ZU STIFTUNGEN IN DEUTSCHLAND

Übersicht über Stiftungsformen und -begriffe

- ▶ Gemeinnützige Stiftung
- ▶ Privatnützige Stiftung
- ▶ Selbständige Stiftung (Rechtsfähige Stiftung bürgerlichen Rechts)
- ▶ Treuhandstiftung (unselbständige, nichtrechtsfähige, fiduziarische Stiftung)
- ▶ Öffentlich-rechtliche Stiftung
- ▶ Öffentliche Stiftung bürgerlichen Rechts
- ▶ Kirchliche Stiftung
- ▶ Unternehmensnahe Stiftung
- ▶ Unternehmensträgerstiftung
- ▶ Beteiligungsträgerstiftung
- ▶ Bürgerstiftung
- ▶ Doppelstiftung
- ▶ StiftungsGmbH
- ▶ Stiftungsverein
- ▶ Familienstiftung
- ▶ Dachstiftung (Gemeinschafts-, Dach-, Verbundstiftung)
- ▶ Verbrauchsstiftung
- ▶ Stiftung auf Zeit
- ▶ StiftungsGmbH
- ▶ Stiftungsverein

Zu beachten: Überwiegende Zahl der Stiftungen gemeinnützig (95 %)

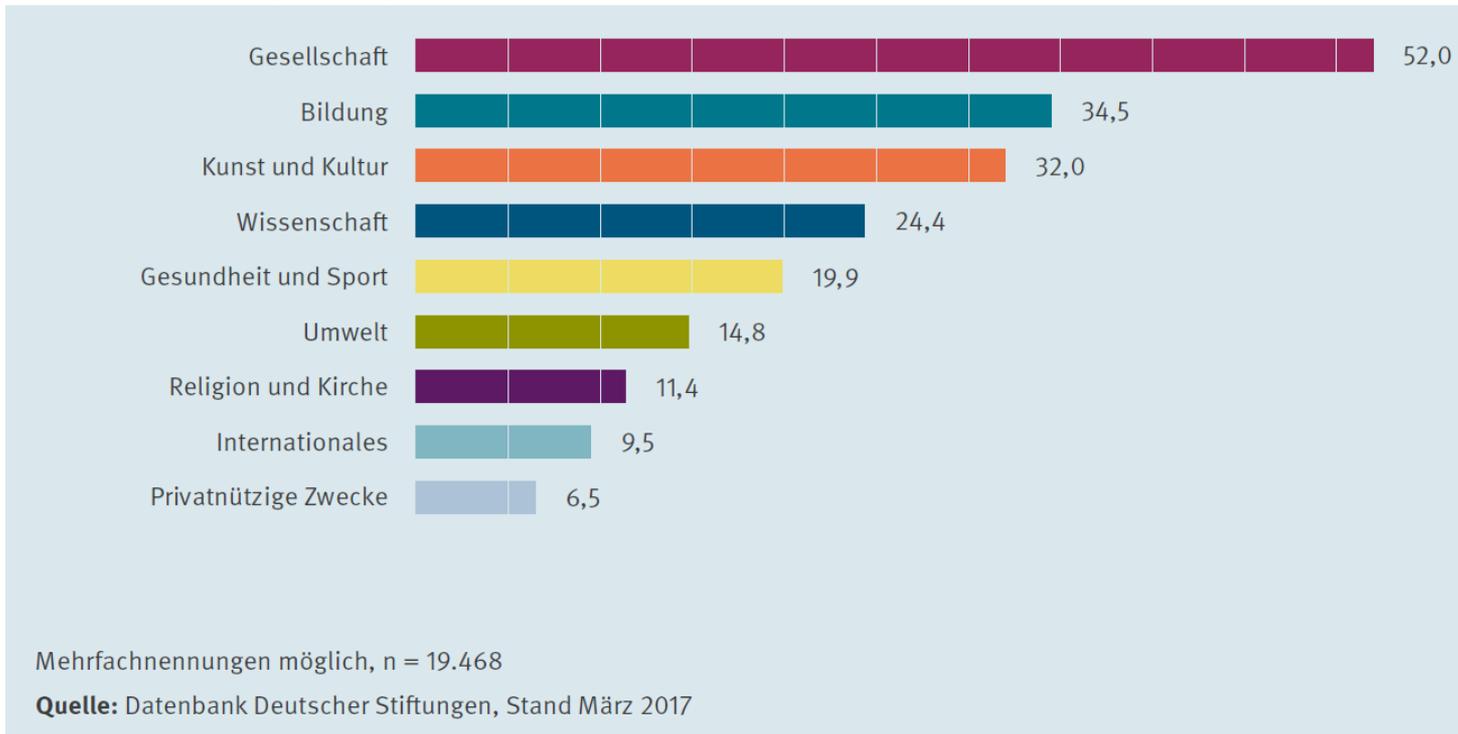
Aber: nicht alle Stiftungen fördern (ca. 60 % nur fördernd, ca. 20 % fördernd und operativ, ca. 20 % nur operativ tätig)

Stiftungs- und Vereinszweck müssen übereinstimmen! (AO als Grundlage)

ZAHLEN UND DATEN ZU STIFTUNGEN IN DEUTSCHLAND

Verteilung der Stiftungszwecke nach Themen

(in Prozent, rechtsfähige Stiftungen des bürgerlichen Rechts)





The screenshot shows the website for 'Bundesverband Deutscher Stiftungen'. The main heading is 'Stiftungssuche'. Below it, a text block states: 'In unserer kostenlosen Stiftungssuche finden Sie rund 11.000 in Deutschland tätige Stiftungen, die eine eigene Internetseite haben. Sie ist damit die derzeit umfangreichste Online-Navigationshilfe zum deutschen Stiftungswesen.' A search filter panel on the right contains the following sections:

- Stiftungen suchen**
 - Stichwort eingeben (text input)
 - Themenfilter (dropdown menu)
 - Ort (text input)
 - PLZ von (text input) bis (text input)
 - Bundesland (dropdown menu)
- Verwirklichung**
 - fördernd
 - operativ
- Antragsmöglichkeit**
 - nicht ausgeschlossen
- Zustiftungen/Spenden**
 - Zustiftungen willkommen
 - Spenden willkommen

A 'Suchen' button is located at the bottom of the filter panel.

Stiftungssuche über
„stiftungen.org“
(Betreiber der Online-
Datenbank:
Bundesverband
Deutscher Stiftungen)



Amt für regionale Landesentwicklung
Braunschweig



Niedersachsen. Klar.



Aktuelles ▾

Wir über uns ▾

Strategie und
Planung ▾

Förderung und
Projekte ▾

Grundbesitz und
Stiftungen ▾

Service ▾

STARTSEITE ▶ GRUNDBESITZ & STIFTUNGEN ▶ STIFTUNGEN

| Gründung einer Stiftung

Stiftungen

Stiftungen zum Wohle der Allgemeinheit sind mehr denn je unverzichtbare Partner des Staates bei der Bewältigung diverser Aufgaben im kulturellen, wissenschaftlichen, ökologischen und sozialen Bereich. Stiftungen gestalten die Zukunft und sind ein wichtiger Ausdruck bürgerschaftlichen Engagements für die Allgemeinheit und den Mitmenschen.

Im Zuständigkeitsbereich des Amtes für regionale Landesentwicklung Braunschweig gibt es eine alte, reiche und vielfältige Stiftungskultur. Inzwischen über 400 rechtsfähige privatrechtliche Stiftungen - die älteste im 13. Jahrhundert gegründet - zeugen vom Einsatz der Bürger und ihres Vermögens für das Allgemeininteresse.

Die stetig zunehmende Bereitschaft, privates Vermögen in Stiftungen anzulegen, verdient volle Unterstützung. Die Möglichkeit der steuerlichen Förderung dürfte Stiftungsgründungen sicherlich zusätzlich attraktiv machen.

An dieser Stelle informieren wir Sie umfassend zum Stiftungswesen. Neben allgemeinen Erläuterungen im Artikel "Gründung einer Stiftung" haben wir für Sie nebenstehend eine Übersicht der im Zuständigkeitsbereich des Amtes für regionale Landesentwicklung Braunschweig als rechtsfähig anerkannten Stiftungen zusammengestellt. Ferner geben wir Ihnen einen Überblick über die wichtigsten Rechtsgrundlagen und stellen unverbindliche Mustersatzungen zur Verfügung.

**Verzeichnis der rechtsfähigen
privatrechtlichen Stiftungen im
Zuständigkeitsbereich des
Amtes für regionale
Landesentwicklung
Braunschweig gem. § 17a des
Niedersächsischen
Stiftungsgesetzes (Stand
16.10.2017)**

 [Stiftungsverzeichnis_ArL_BS §
17a_NStiftG_Stand_16_10_2017.pdf](#)
(PDF)

**Unverbindliche
Mustersatzungen**



Drucken

 [Beispielsatzungen für
Stiftungen](#)
(PDF, 0,03 MB)

Rechtsfähige Stiftungen des bürgerlichen Rechts mit Sitz in den Landkreisen GF, GS, GÖ, HE, NOM, OHA, PE und WF sowie den Städten BS, SZ und WOB.

Stiftungssuche mit
Hilfe des Stiftungs-
verzeichnis des ARL
Braunschweig





Stiftungssuche über
„Verzeichnis Deutscher
Stiftungen“
(Herausgeber:
Bundesverband
Deutscher Stiftungen)



mehr als 26.000 Stiftungsporträts in drei Bänden (9. Auflage 2017),
basiert auf der Datenbank Deutscher Stiftungen und der flächendeckenden StiftungsUmfrage.

AGENDA

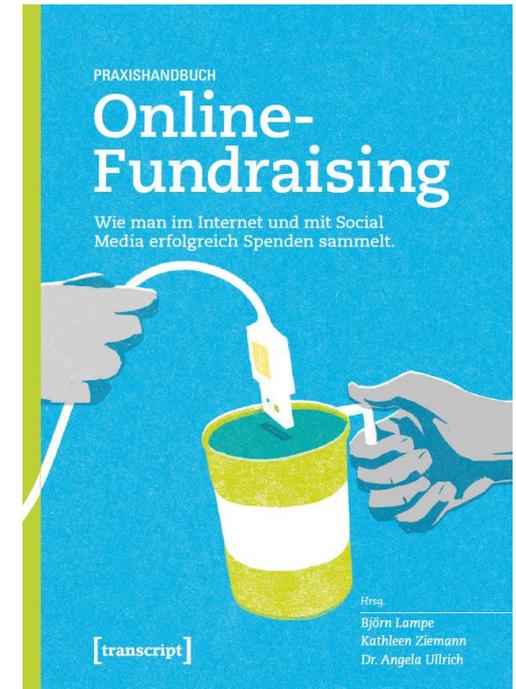
1. Grundlagen von Fundraising
2. Grundlagen von Projektplanung
3. Projektabbildung
4. Grundlagen Unterstützer-Suche
5. Grundlagen von Online-Fundraising – Fokus: Crowdfunding

ONLINE-FUNDRAISING – DEFINITION

Online-Fundraising ist

„die Kommunikation über das Internet (Website, E-Mail, Social Media etc.) mit dem Ziel, Förderer und Interessenten zur Unterstützung (Geldspende) zu gewinnen. Die Spende wird dabei direkt über das Internet ausgelöst und ist damit maßnahmenbezogen messbar (...).“

(Lampe, Björn: Formen des Online-Fundraisings, in: Lampe, Björn et al. (Hrsg.): Praxishandbuch Online-Fundraising, 2015, S. 20)



Kostenlos herunterladbar unter:
<http://www.fundraising-handbuch.org/>

Das Online-Fundraising-Universum

WEB-VERZEICHNISSE

Charity Label
www.charity-label.com

Fundraiso
www.fundraiso.ch

Hilfsorganisationen.de
www.hilfsorganisationen.de

Respoint
www.respoint.com

Rhein Neckar hilft
www.rhein-neckar-hilft.de

Spendenland
www.spendenland.de

Spendenplattform
www.spendenplattform.ch

StiftungSchweiz.ch
www.stiftungschweiz.ch

SPENDEN-PLATTFORMEN

Ammodo
www.ammodo.com

Betterplace
www.betterplace.org

EASY
www.easy.ch

Einfach geben
www.einfachgeben.org

HelpDirect
www.helpdirect.org

INJECT-POWER
www.inject-power.at

RESET
www.reset.org

Respekt
www.respekt.net

Socialfunders
www.socialfunders.org

socialpioneer
www.socialpioneer.de

Spendenbuch.ch
www.spendenbuch.ch

Spendenportal
www.spendenportal.de

ONLINE-TOOLS

Altruja
www.altruja.de

Betterplace
www.betterplace.org/ide/collect-donations/online-fundraising

BFS-Net.Tool XXL
www.sozialbank.de/bfs-nettool-xxl

BurdaWireless
wireless.burda.digital.de/charity.html

DDX
www.ddx399.ch

eDonation
www.spendcash.de/online-fundraising

FairGive
www.fairgive.org

Fundraisingbox
www.fundraisingbox.com

HelpTools
www.helptools.org

KAMPATOOLS
www.kampatools.com/de

Micropayment
www.micropayment.de

PayPal Spendenbutton
www.paypal.com/de/cgi-bin/website/cmd__donate-into-outside

Paybox
www.paybox.at

Pluragraph
www.pluragraph.de

RaiseNow
www.raise-now.com/de

SmooSt
www.smoo.st

Spendino
www.spendino.de

some.io
www.some.io/de

Twingle
www.twingle.de

CHARITY-AUKTIONEN

Dodonation
www.dodonation.ch

eBay für Charity
<http://pages.ebay.de/ebayfuercharity>

Stargot.de
www.stargot.de

United Charity
www.unitedcharity.de

Ycare
www.ycare.de

connecting help
www.connectinghelp.de

Youtube Nonprofits
www.youtube.com/fundraising

CROWDFUNDING THEMATISCH

100 FANS (Bücher)
100fans.de

fairplaid (Sport)
www.fairplaid.org

I believe in you (Sport)
www.ibelieveinyou.ch

Monaco Funding (Sport)
www.monaco-funding.com

Musictarter (Musik)
www.musictarter.de

Sciencestarter (Wissenschaft)
www.sciencestarter.de

SPENDEN-AKTIONS-PORTALE

Alvarum
www.alvarum.com

betternow
www.betternow.org

donare.de
www.donare.de

Einfach geben
www.einfachgeben.org

Fraisr
www.fraisr.com/de

Helpedia
www.helpedia.de

Spendet.org
www.spendet.org

SHOPS FOR GOOD

Bildungsspender
www.bildungsspender.de

Boost
www.boost-project.com

clicks4charity
www.clicks4charity.net

dofair
www.dofair.org

Friends4school
www.friends4school.de

Gooding.de
www.gooding.de

Helfen kostet nix
www.helfen-kostet-nix.de

PlanetHelp
www.planethelp.com/de

Schul-Engel
www.schulengel.de

Shop++
www.shopplusplus.de

Verreibüchse
www.verreibuechse.de

SPENDEN-/CROWDFUNDING-PORTALE VON BANKEN

Bank für Sozialwirtschaft
www.sozialbank.de/spendenportal

BAWAG P.S.K.
www.meine-spende.at/www.crowdfunding.at

GLS-Bank
www.gls-bank.de/spendenportal

Volksbanken-Raiffeisenbanken
www.viele-schaffen-mehr.de

CROWDFUNDING UNIVERSSELL

100-days
www.100-days.net

Dreamojo
www.dreamojo.com

Friendfund
www.friendfund.com

Fundz.Me
www.fundz.me

Startnext
www.startnext.de

MOBOO
www.moboo.ch

ProjektStarter
www.projektstarter.ch

QUERK
www.querk.at

VisionBakery
www.visionbakery.com

wemakeit
www.wemakeit.ch

SOCIAL PAYMENT

Flattr
www.flattr.com

Kachingle
www.kachingle.com

LaterPay
www.laterpay.net

Quellen:
Crowdfunding.de www.crowdfunding.de
Fundraiser-Magazin www.fundraiser-magazin.de
Socialmarketing.de www.socialmarketing.de
Socialstart www.socialstart.eu
Stand: 1. November 2014
Grafik: Kenneth Ray für Fundraiser-Magazin



Fundraiser magazin
www.fundraiser-magazin.de

CROWDFUNDING – HISTORISCHES BEISPIEL



https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/c1/Freiheitsstatue_NYC_full.jpg

CROWDFUNDING – GEMEINSAM-FUER-GEMEINWOHL.DE

- Gemeinnützige Organisationen können ihre Projekte vorstellen
- Spenden können gesammelt werden für: Kauf von Ausrüstungs- und Einrichtungsgegenständen, Finanzierung von Veranstaltungen (Feiern, Konzerte, Trainingslager), Ausbildungskosten, Patenschaftsprojekte und vieles mehr
- Die über die Plattform eingehenden Spenden gehen bei Erreichen des Projektziels zu 100 Prozent an das Projekt bzw. den Projektinitiator!
- „flexibles Funding“: auch Auszahlung der Spendensumme, sofern Projekt in kleinerem Maßstab oder wesentliche Teile des Projekts umgesetzt werden können

< 3/4 >



Jetzt mit Crowdfunding Spenden sammeln

So funktioniert's

1. Stellen Sie die Idee für Ihr Projekt online vor!
2. Jeder kann Ihr Projekt unterstützen!
3. Verwirklichen Sie Ihr Projekt!

[Mehr Informationen >](#)

 **29.727,45 €**
bereits gesammelt

 **328**
Unterstützungen

 **13**
Projekte

[Projekte ansehen](#)

Was ist Crowdfunding? Einfach und schnell erklärt! >

Gesundes Frühstück für Grundsch...	BRIEFE - ein Theaterprojekt	Kids auf Schwimmkurs
 <p>Volksbank BraWo Stiftung Jeder vierte Grundschüler in Deutschland kommt laut UN ohne Frühstück in die Schule. Dies führt zu Konzentrationsmangel und</p> <p>0 € (0 %) finanziert</p> <p>noch 65 Tage 0 Unterstützer 1 Fans</p>	 <p>GRINS e.V. Wir sammeln Spenden um unser Theaterprojekt im November auf die Bühne zu bringen. Die Gruppe setzt sich aus Menschen</p> <p>925 € (23 %) finanziert</p> <p>noch 21 Tage 10 Unterstützer 4 Fans</p>	 <p>Laut Deutscher Lebens-Rettungs-Gesellschaft (DLRG) ist die Schwimmfähigkeit der Kinder im Grundschulalter weiterhin ungenügend. Rund</p> <p>1.120 € (56 %) finanziert</p> <p>noch 15 Tage 3 Unterstützer 4 Fans</p>



CROWDFUNDING-PLATTFORM

www.gemeinsam-fuer-gemeinwohl.de



Hilfe für ein Waisenhaus in Äthi...



Kategorie: soziales Engagement
Mit unserem Projekt wollen wir Spenden für das Waisenhaus in Lalibela (Äthiopien) sammeln, um mehrere Decken und Kissen.

850 € (100 %) finanziert

noch 8 Tage 12 Unterstützer 8 Fans

Behindertenaufzug für die DRK ...



DRK Ortsverein Wolfsburg-Mitte e.V.
Die DRK Kleiderkammer in Wolfsburg benötigt einen Behindertenaufzug (siehe Bild 3). Damit werden gleich ZWEI Probleme auf

5.000 € (100 %) finanziert

Projekt erfolgreich 18 Unterstützer 13 Fans

Ein Herz für die Dolphins



Dolphins Cheer Community Salzgitter-Licht...
Bitte helfen Sie uns dabei, unseren Traum von der Teilnahme an einer der wichtigsten Cheerleading-Meisterschaften in den USA zu

3.920 € (112 %) finanziert

Projekt erfolgreich 41 Unterstützer 2 Fans

Newsbox

Weitere interessante Crowdfunding-Projekte gestartet...
Auf unserer Crowdfunding-Plattform sind in den vergangenen Wochen wieder neue spannende Projekte gestartet. Aktuell bef...

Kleine Crowdfunding-Schule: Das Pitch-Video
Es gibt mehrere Faktoren, die für den erfolgreichen Abschluss eines Projekts verantwortlich sind. Einer dieser Faktoren ...

So funktioniert Crowdfunding
Wie wir auch mehrere Monate nach Start unserer Crowdfunding-Plattform immer wieder feststellen, kommen viele Menschen zu...

Facebook



EngagementZentrum
454 „Gefällt mir“-Angaben

Unser Ziel ist eine Welt, in der sich immer mehr Privatpersonen und Unternehmen gemeinsam mit Non-Profits für die Lösung von Fragestellungen engagieren.

CROWDFUNDING-PLATTFORM

www.gemeinsam-fuer-gemeinwohl.de





CROWDFUNDING-PLATTFORM

www.gemeinsam-fuer-gemeinwohl.de

5.360 € von 5.000 €  9 Fans  63 Unterstützer  **Projekt** erfolgreich

Start | Pinnwand (7) | Unterstützungen (67)

Projektübersicht

Spendenaufwurf » Neues Ruderboot



Unterstützer werden

Finanzierung beendet
Das Crowdfunding ist beendet. Das Projekt kann deshalb nicht mehr unterstützt werden.

Dankeschön für Ihre Unterstützung!
Das Dankeschön erhalten Sie nur bei Finanzierungserfolg, andernfalls bekommen Sie Ihr Geld zurück.

5,00 €
+ Erwähnung und Dankese-mail

15,00 €
+ Dankeskarte
2 Unterstützer von 1000



CROWDFUNDING – ERFOLGSFAKTOREN

- Crowdfunding = Überzeugungsarbeit
- Alle verfügbaren Mittel, Personen und Kommunikationskanäle aktivieren, um das Crowdfunding-Projekt zu bewerben: Mund-zu-Mund-Propaganda aller Vereinsmitglieder, Freunde und Bekannten; Projekt-Blog; Hinweis in Vereinszeitschrift; Eintrag, Link und „Widget-Einbau“ auf Homepage; lokale Presse; soziale Netzwerke; Plakate; Postkarte....
- Erkenntnis aus Begleitung erster Crowdfunding-Projekte: kein Selbstläufer, kontinuierlicher Einsatz (möglichst) aller Vereinsmitglieder notwendig, Unterstützerkreis variiert je nach Projekt(ziel) und Betroffenheit, Kontakt zu lokaler/ regionaler Presse hilfreich, Transparenz, Authentizität sowie Kommunikationsbereitschaft sehr wichtig

*Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und
wenden Sie sich gerne bei Fragen, Anregungen
und Unterstützungsbedarf an uns!*

Unsere Kontaktdaten:

Stefan Honrath

Leiter der Direktion Peine der Volksbank BraWo

Telefon: 05171-442801

Email: stefan.honrath@vbbrawo.de

Matthias Marx

Mitarbeiter EngagementZentrum gGmbH

Telefon: 0531-809132-1453

Email: matthias.marx@engagementzentrum.de

