



# 3. TAG DER KULTURFÖRDERVEREINE

OHNE MOOS NICHTS LOS – FÖRDERMITTEL  
FÜR DIE VEREINSARBEIT

15.11.2025

DR. ANNA PUNKE-DRESEN

# VORSTELLUNG

- Promotion im gemeinnützigen Sektor
- Seit über 15 Jahren in verschiedenen Funktionen im gemeinnützigen Sektor und im Stiftungsbereich tätig
- Vorstand für den Verein HAMBURGER MIT HERZ
- Seit 2023 Leitung der Abteilung Engagement & Partnerschaften der Hamburger Kunsthalle in Doppelspitze
- Zudem freiberufliche Beratung und Dozentin an Hochschulen



# AGENDA

- Was bedeutet eigentlich Fundraising in heutiger Zeit?
- Die vier wichtigsten Geber-Quellen
- Vision, Mission, Zielgruppe – Das Fundraising-Dreieck
- Do's und Don'ts der Fördermittel-Antragstellung
- Botschaften / Ansprache: Ein Warum finden
- Fragerunde

MOTTO: KREATIV WERDEN IN SCHWIERIGEN ZEITEN!

# WAS IST FUNDRAISING ÜBERHAUPT UND WAS BEDEUTET ES HEUTE?

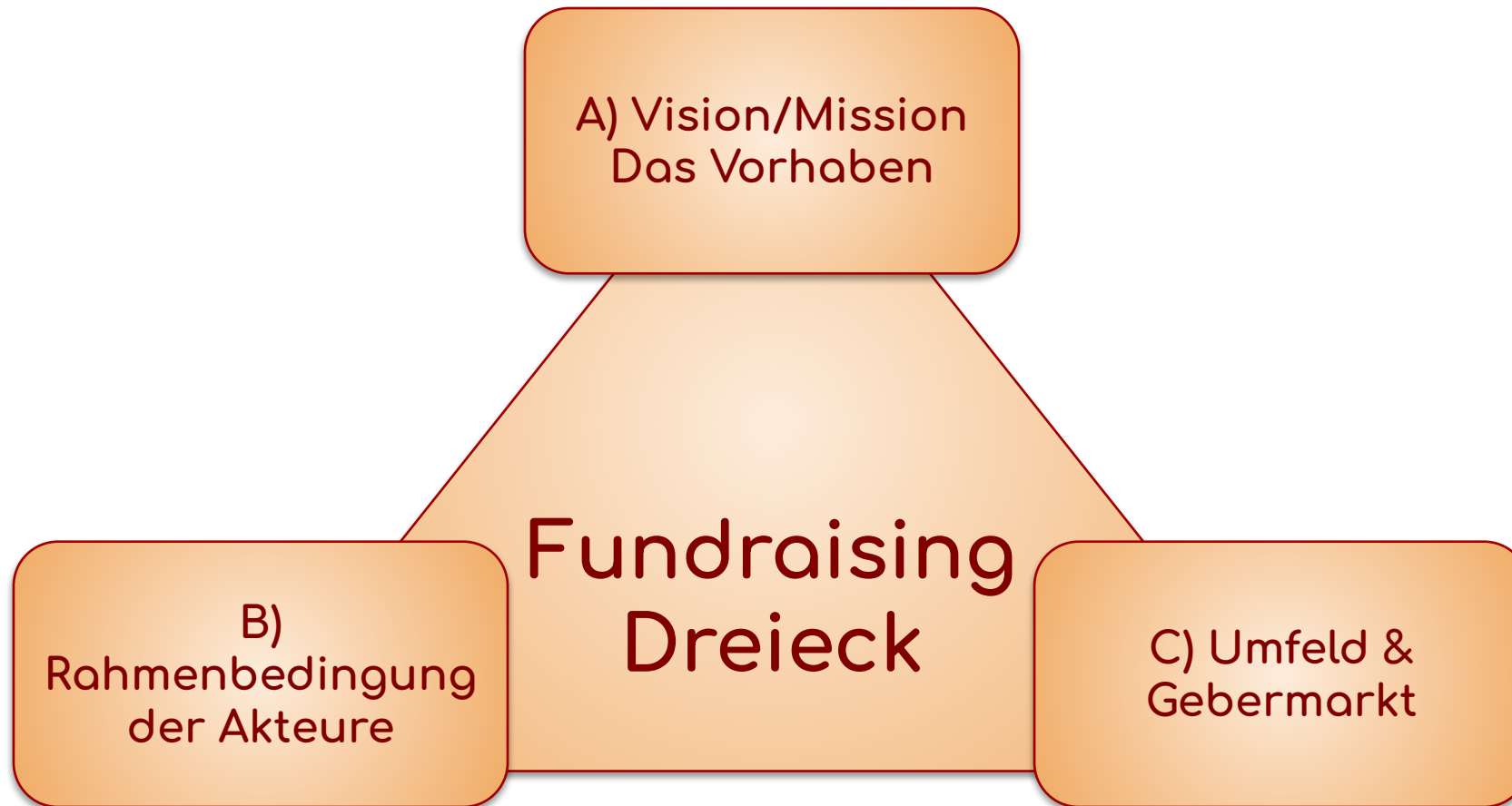
Fundraising ist die strategisch geplante Beschaffung sowohl von finanziellen Ressourcen als auch von Sachwerten, Zeit und Know-how zur Verwirklichung von am Gemeinwohl orientierten Zwecken unter Verwendung von Marketingprinzipien.

*(Nicole Fabisch, 2002, dtv)*

„Fundraising is the gentle art of teaching the joy of giving.“

*(Henry A. Rosso)*

# FUNDRAISING-DREIECK



# DIE MISSION / DAS VORHABEN

## Zweck:

- Warum soll man Ihre / Eure Einrichtung unterstützen?
- Habt ihr ein klares Vorhaben?
  - Beschreibt den Spendenzweck so, dass sich Herzen öffnen
  - Beschreibt nur, was für die Geber\*innen wichtig ist und fasst es kurz

## Projekt:

- Warum ist das Projekt wichtig / interessant / neuartig / bereichernd?
- Für wen / wer ist die Zielgruppe?
- Gibt es eine Konzeption (lang / kurz)?
- Gibt es einen Kosten- und Finanzierungsplan?

# DIE FÖRDERWELT

Fundraising für Verbände, Vereine und Stiftungen

Fundraising beinhaltet vier Säulen:

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

# DIE FÖRDERWELT

Fundraising für Verbände, Vereine und Stiftungen

Fundraising beinhaltet vier Säulen:

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



# DER FÖRDERMITTELMARKT



Quelle: <https://blog-foerdermittel.de/2023/11/der-foerdermarkt-fuer-gemeinnuetzige-aktivitaeten/>

# KULTURAUSGABEN IN DEUTSCHLAND

Insgesamt Ausgaben aus öffentlicher Hand 14,9 Milliarden Euro

- Bund 23,4% (3,5 Milliarden Euro)
- Länder 37,6% (5,6 Milliarden Euro)
- Städte und Gemeinden 39% (5,8 Milliarden Euro)

*(Quelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder: Kulturfinitanzbericht 2024, Wiesbaden 2024)*

Vergleich Bundeshaushalt 2024: 465,7 Milliarden Euro

# FREIWILLIGE ZUWENDUNGEN DER ÖFFENTLICHEN HAND

- Förderungen durch den Bund
- Förderungen durch die Bundesländer
- Förderungen durch die Städte, Landkreise und Kommunen
- Förderungen durch die EU

# DIE FÖRDERWELT

Oft muss man 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 Spendenaufruf reinkommen oder über andere Förderungen.
- Manchmal kann auch ehrenamtliches Engagement angerechnet werden oder Räume, die man angemietet hat.
- An Kooperationsmöglichkeiten bzw. Kofinanzierung denken!

## WEITERE DO'S FÜR EINEN FÖRDERANTRAG

Wie bei einer guten Job-Bewerbung auch, ist es hier wichtig, durch eine **starke Individualisierung** hervorstechen.

Zwei wichtige Dinge:

1. Haltet Euch genau an die Förderrichtlinien des Programms oder der Stiftung.
2. Erst kommt die Projektentwicklung, dann die Mittel-Akquise.
  - Klarer Projektbeginn
  - Förderziele müssen übereinstimmen
  - Ein guter Titel
  - Vollständigkeit der Antragsunterlagen
  - Kompetenz zeigen
  - Konkrete Zahlen, konkreter Fahrplan
  - Originalität

# AUFBAU STRATEGISCHER FÖRDERMITTEL-ANTRAGSTELLUNG

- Ehrenamt- und Freiwilligenagenturen und Servicestellen
- Verantwortliche für Vereine in Kommunen
- Förderdatenbanken:

<https://www.foerderdatenbank.de/FDB/DE/Home/home.html>

<https://www.deutsches-stiftungszentrum.de/foerderung>

<https://stiftungssuche.de/>

<https://foerderdatenbank.d-s-e-e.de/>

# TAKE AWAY: LINKS ZU MÖGLICHER FÖRDERUNG, BSP KULTUR:

Fonds Soziokultur ([www.fonds-soziokultur.de/](http://www.fonds-soziokultur.de/) )

Fonds Darstellende Künste ([www.fonds-daku.de/](http://www.fonds-daku.de/) )

Bundes-, Landeskulturstiftungen ([www.kulturstiftung.de/](http://www.kulturstiftung.de/);  
[www.kulturstiftung-des-bundes.de/de](http://www.kulturstiftung-des-bundes.de/de) )

Sparkassenstiftungen  
([www.sparkassenstiftungen.de/sparkassenstiftungen/](http://www.sparkassenstiftungen.de/sparkassenstiftungen/) )

Bürgerstiftungen in der Region ([www.buergerstiftungen.org/](http://www.buergerstiftungen.org/))

Bundesweit fördernde Stiftungen wie Beisheim  
(<https://www.beisheim-stiftung.com/de/de> )

Speziell für MV z.B.: <https://www.nordlb.de/kulturstiftung>  
<https://commerzbank-stiftung.de/aktuelle-foerderungen/unser-foerderkonzept>

# DIE FÖRDERWELT

Fundraising für Verbände, Vereine und Stiftungen

Fundraising beinhaltet vier Säulen:

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



# LOTTERIEMITTEL

## Soziallotterien:

- Aktion Mensch
- Deutsche Fernsehlotterie
- Deutsche Postcode Lotterie
- Glücksspirale
- Klimalotterie

Lotterien der Sparkassen und Volks- und Raiffeisenbanken ( z.B. PS Sparen der Sparkasse)

## Der Deutsche Lotto- und Totoblock (DLTB)

ist die Gemeinschaft der 16 selbständigen Lotteriegesellschaften in den Bundesländern

➔ Lotto Mecklenburg-Vorpommern:

<https://www.lottomv.de/lotto-foerdert/gemeinwohlprinzip?gbn=16>

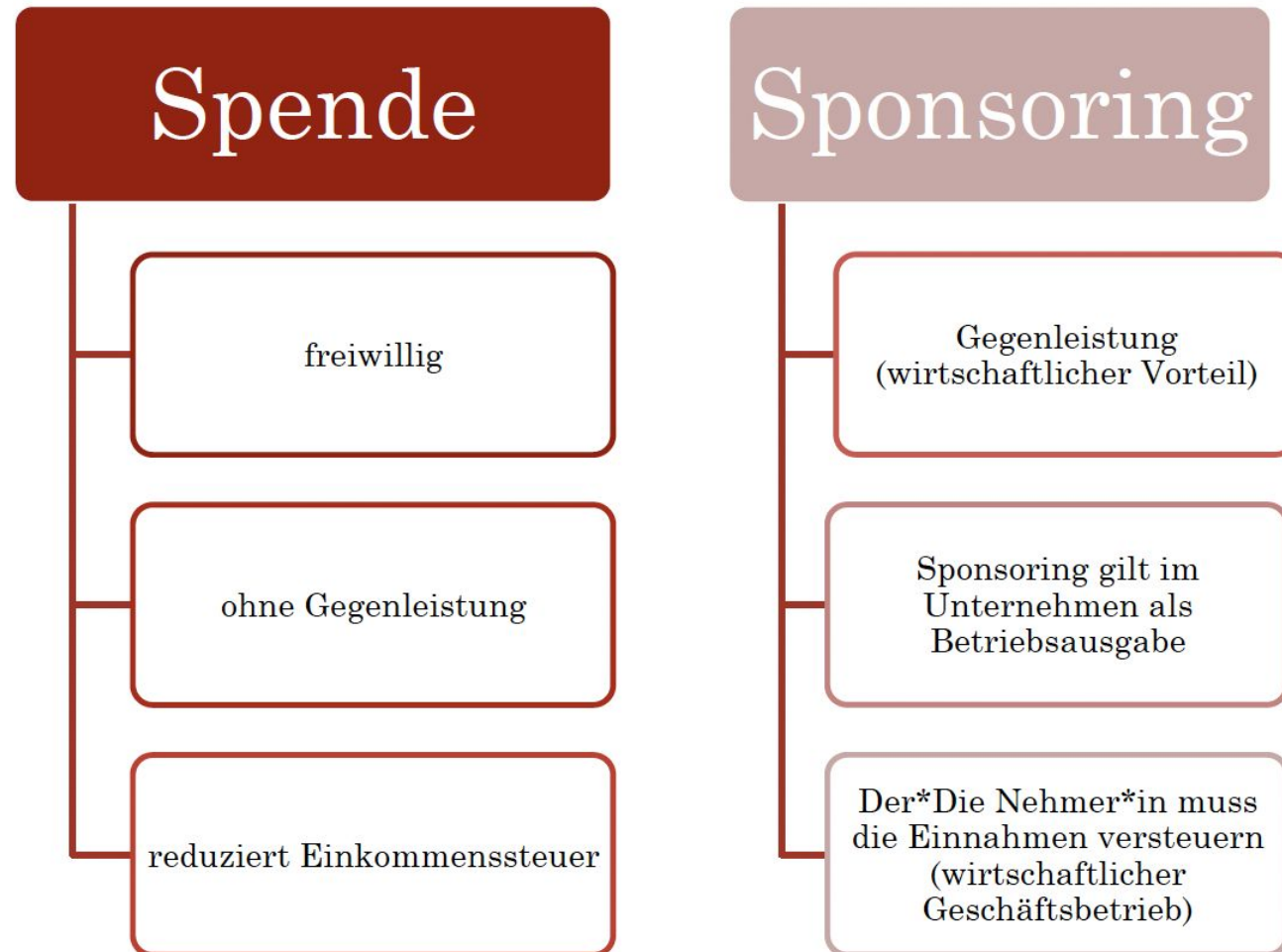
# DIE FÖRDERWELT

Fundraising für Verbände, Vereine und Stiftungen

Fundraising beinhaltet vier Säulen:

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

# SPENDE VS. SPONSORING / UNTERNEHMENSKOOPERATIONEN



## BEISPIEL KULTURSPONSORING

Kunstmuseum Solingen als Beispiel für gelungene Partnerschaftsangebote und Gegenleistungen:

<https://www.art-sponsoring-solingen.de/leistungen/>

- > *Nennung, Logoverwendung*
- > *exklusive Veranstaltungen usw.*

# BEZIEHUNGSMANAGEMENT: IM ZENTRUM DES FUNDRAISING STEHEN DIE MENSCHEN

- Eine maximale Fokussierung auf die Zielgruppen ist die Basis für den Erfolg.
- Fundraising heißt vordergründig nicht nur Spenden, sondern Menschen gewinnen: Geld für Themen, die mich berühren.
- Es geht im Fundraising folglich nicht nur um Geld. Es geht um eine gesellschaftliche Teilhabe.

# SPEKTRUM DER SPENDER - DONOR JOURNEY



## FRAGEN STELLEN

- Warum soll man Ihre / 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?

# CROWDFUNDING

- Schwarmfinanzierung
- Gelder sind zweckgebunden an eine bestimmte Aktion
- Mindestkapitalmenge und Frist
- Gegenleistung möglich
- Kommunikation und Streuung über Crowd der Crowd und soziale Medien
- Erst nach erfolgreichem Abschluss kann Aktion/ Projekt starten (Geldeinzug der Einzelspenden erst danach)



## CROWDFUNDING-PLATTFORMEN

- <https://www.startnext.com>
- <https://www.betterplace.org/de/>
- <https://www.gofundme.com/>

# CROWDFUNDING PRAXISBEISPIEL

<https://www.startnext.com/twaeng-goes-cd/>

# FUNDRAISING-STRATEGIE

- Wer sind wir? → Mission / Vision
- Wo wollen wir hin? → Zielformulierung
- Wen sprechen wir an? → Zielgruppen
- Wie erreichen wir die Ziele? → inhaltliche und zeitliche Planung + Ressourcenplanung
- Wie wollen wir wahrgenommen werden?  
→ Botschaften, Storytelling, Positionierung
- Wie setzen wir die Ziele um?  
→ Maßnahmenplanung, Fundraising-Instrumente

# SMART-METHODE



# 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?
- Wer ist die Konkurrenz? (z.B. andere Kultureinrichtungen, bekannte Spendenempfänger der Stadt)
- Was macht die Konkurrenz?
- Wer sind die aktuellen und potenziellen Geber\*innen?

## KREATIV WERDEN!

- Vereinssatzung und Zwecke breit auslegen (Demokratie, Bildung usw.)
- Kooperationsmöglichkeiten mit bedenken!
- Folglich nicht nur an Kulturförderprogramme denken, sondern auch an z.B. Bürgerstiftungen in der Region, Kulturförderprogramme usw. und auch an bundesweite Stiftungen, die passen könnten...

?

• Zeit für Fragen 😊



VIELEN DANK 😊

Kontaktiert mich gerne!

LinkedIn Profil:

Anna Punke-Dresen:

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