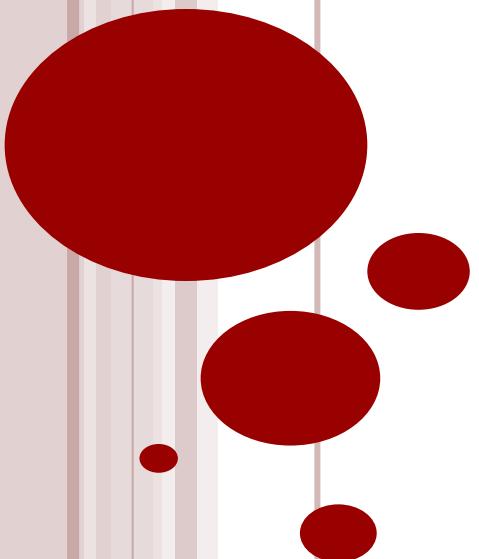


3. TAG DER KULTURFÖRDERVEREINE

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!

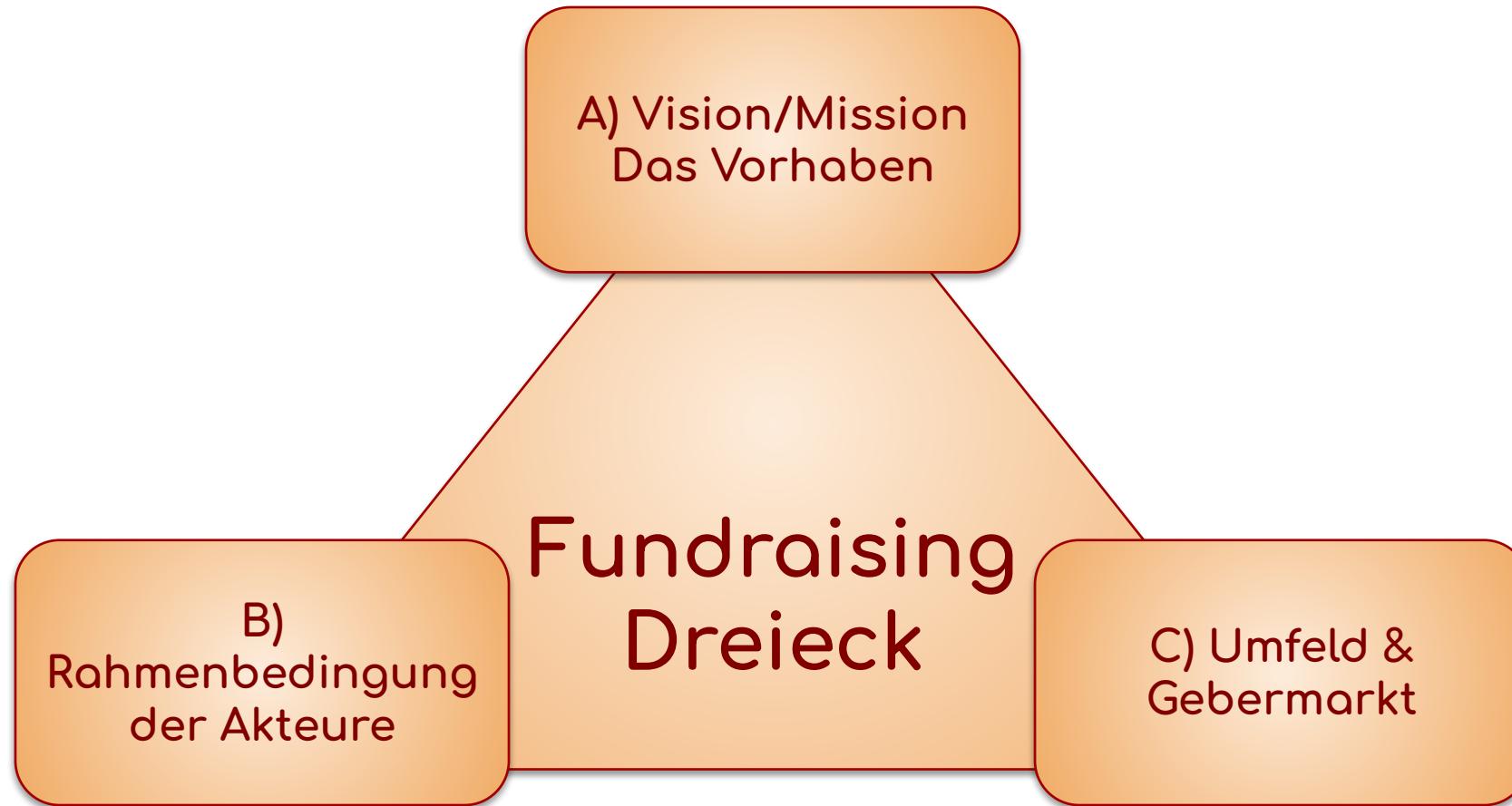
WAS IST FUNDRAISING ÜBERHAUPT UND WAS BEDEUTET ES HEUTE?

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: Kulturfinanzbericht 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 hervorzustechen.

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/)

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

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

Sparkassenstiftungen
(www.sparkassenstiftungen.de/sparkassenstiftungen/)

Bürgerstiftungen in der Region (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>

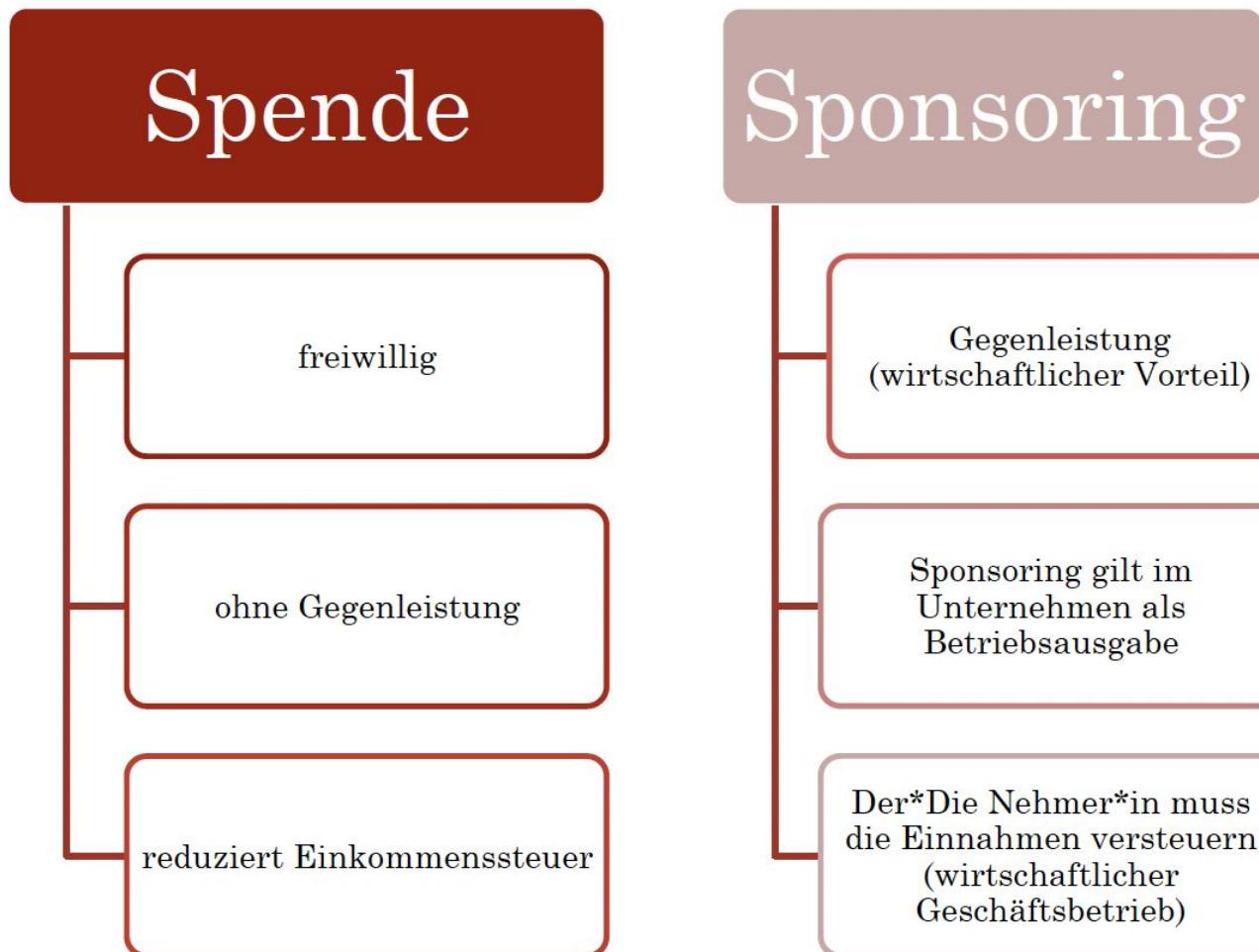
DIE FÖRDERWELT

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

SMART-Methode: die 5 namensgebenden Kriterien

S M A R T

Spezifisch



Messbar



Attraktiv



Realistisch



Terminiert



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, Kulturfördersonderprogramme 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/>