



Fundraising für lokale Klimainitiativen

Henning Peters
(Umweltinstitut München)

Warum Geld?

Schlagkraft erhöhen

- Professionelle Aktionsmaterialien
- Klagen, Rechtsgutachten, ...
- Anzeigen schalten, Online-Werbung, professionelles Design
- Externe Expertise einholen

Die Gruppe stärken

- Soziale Events
- Bei Überlastung Aufgaben abgeben
- Spielräume für Kreativität und Unsinn
- Coachings, Beratungen, externe Moderation

Der richtige Finanzmix

Anträge

- ✓ Finanzierung im Vorfeld
- ✓ Große Summen möglich
- Bürokratie
- Meist gemeinnütziger Verein nötig

Crowdfunding

- ✓ Finanzierung z.T. im Vorfeld
- ✓ Verschiedene Plattformen
- Muss aktiv beworben werden
- Meist kleiner Beitrag für die Plattform nötig

Spendendose

- ✓ Einfach und unbürokratisch
- ✓ Persönliche Ansprache
- Zeitlich nach den getätigten Ausgaben
- Oft nicht so ertragreich

Crowdfunding

Vorteile Plattform

- Viele Zahlungsmöglichkeiten, z.B. Paypal, Klarna etc.
- Erhöht in der Regel die Spendenbereitschaft über die anfallenden Kosten hinaus
- Macht Kleinstspenden attraktiv und wer spendet fühlt sich zugehörig
- Spenden können klar dem Projekt zugeordnet werden (bei geteiltem Konto)

Vorteile “Bankverbindung angeben”

- Weniger Orgaaufwand (Einbindung der Plattform, Abrufen der Spenden von der Plattform, ...)
- Wirkt eventuell “menschlicher”

Crowdfunding – welche Plattform?

Überblick Online-Spendenformulare

										
	www.twingle.de	www.raisenow.com/de	www.raisenow.com/de	www.altruja.de	www.helpdirect.org	www.helpmundo.de	www.betterplace.org	www.fundraisingbox.com	www.sozialbank.de	www.gruen.net/spendino
1. Voraussetzungen für die Nutzung	keine	Trägerschaft, die Spenden sammelt oder Mitgliedsbeiträge einzieht	Trägerschaft, die Spenden sammelt oder Mitgliedsbeiträge einzieht	eingetragener, gemeinnütziger Verein, politische Partei, Stiftung	Gemeinnützigkeit	keine	Gemeinnützigkeit	Gemeinnützigkeit oder äquivalent	nur für BFS-Kunden	Gemeinnützigkeit, politische Partei
2. Technische Basics										
2.1 technische Art der Einbindung	Link zur Spendenseite oder iframe	integriert in eigene Seite (JavaScript) oder Link auf von RaiseNow betriebene Spendenseite (Hosted Page)	integriert in eigene Seite (JavaScript) oder Link auf von RaiseNow betriebene Spendenseite (Hosted Page)	Plugin für viele CMS, ansonsten iframe	iframe, Overlay, Spendenbutton	iframe, Overlay, Spendenbutton	JavaScript	Standard-Formulare: JavaScript-IFrames; individuell via API	iframe, API, Link zu Spendenseite	JavaScript
2.2 technische Voraussetzungen	keine	keine	keine	keine	keine	keine	keine	für Login einen Browser + Internet	keine	JavaScript bzw. HTML-Unterstützung
2.3 Elemente inklusive	Spenden-Formular, Formular für Mitgliedschaften, Live-Spenden-Counter	vollständiges Formular inkl. Zahlungsmittel-integration und Spenden-Button	vollständiges Formular inkl. Zahlungsmittel-integration und Spenden-Button	Spenden-Formular, Patenschaften, Anlass-Spenden/Aktions-Tool	Spenden-Formular, Spenden-Button, Facebook-App, individualisierbarer Overlay für Aktionen	Spenden-Formular, Spenden-Button, Facebook-App, individualisierbarer Overlay für Aktionen	Spenden-Formular	Spenden-Formular, Spenden-Button, Spenden-Leiste, Barometer-Widgets (eigene per JSON-Codes erstellbar)	Spenden-Formular, Spenden-Button, Spenden-Barometer, Spenden-Portal	Spenden-Formular, Spenden-Button, Spenden-Leiste, Spenden-Widget

Deutscher Fundraising-Verband. Stand: April 2018

Link: https://www.dfrv.de/wp-content/uploads/2018/04/20180412_OSF_Tabelle_A2-1.pdf

Projektanträge - ein paar Möglichkeiten

- Parteien
- Stiftungen
- Firmen
- NGOs
- Staat
- Verbände
- Reiche Einzelpersonen
- ...



Lokale Förderer nicht vergessen!

Ablauf Förderprozess



Antrag



Planung



Durchführung



Abrechnung



Evaluation

Vorlage KONZEPTION

Dein Name: _____

Dein Projekt (Arbeitstitel): _____

WAS?

Inhalt/ Thema: _____

Art der Aktivität: _____

WANN?

Zeitraum der eigentlichen Aktivität, Dauer: _____

Gesamtzeitplan: Antrag: _____
Planung, Vorbereitung: _____
Durchführung: _____
Abrechnung: _____
Evaluation: _____

WO?

Ort (wenn schon fest): _____

Raumbedarf, sonstige Anforderungen an den Ort:

WER?

Antragsteller (Rechtsform?): _____

Wer organisiert real mit?(Menschen, Gruppen):

Wer ist real verantwortlich? _____

Zielgruppe (Wen wollen wir erreichen?):

WIE?

Methoden:

Öffentlichkeitsarbeit - Ideen:

Dokumentation:

Wofür braucht es Geld:

Was brauche ich noch?

Interne Absprachen zu welchen Themen nötig?

WARUM?

Motivation:

(Erreichbare) Ziele:

Antragsstellung: Von der Skizze zum Antrag

- 1) Projektziele mit der Gruppe klären
- 2) Welche Förderer kommen in Frage?
- 3) Förderkriterien recherchieren
- 4) Fristen berücksichtigen
- 5) Kontakt aufnehmen (!!)
- 6) Antrag sorgfältig schreiben
- 7) Finanzplan entwickeln
- 8) Gegenlesen lassen
- 9) Antrag einreichen

Typische Förderantrags-Struktur



Abrechnung: Natürlich war alles anders!

- Finanzübersicht erstellen
- Einnahmen und Ausgaben mit dem Antrag vergleichen
- Alle Änderungen zum Antrag begründen
- Wichtig: Je nach Förderer müssen Änderungen zeitnah und nicht erst bei der Abrechnung abgesprochen werden (bei institutionellen Förderern oft ab 20% Abweichung)



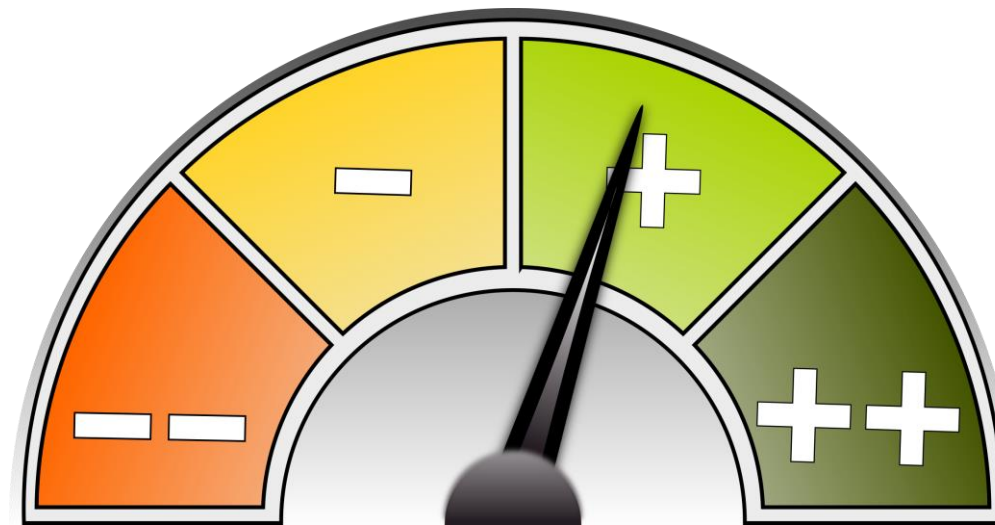
Evaluation: Was haben wir erreicht?

Erfolge darstellen

- Welche Ziele haben wir uns gestellt?
- Haben wir die Ziele erreicht?
- Woher wissen wir, dass wir die Ziele erreicht haben?
 - Indikatoren!

Misserfolge nicht verschweigen

- Analysieren, was schief lief und warum
- Verbesserungspotenziale nennen
- Im Idealfall mit der Gesamtgruppe besprechen!



OUTCOMES	WHAT DOES IT MEASURE?	GUIDING QUESTIONS	METRICS
<i>Active support</i>	Change in participation	<ul style="list-style-type: none"> • Is there more participation in the mass protest movement? • Is there more participation in the movement ecology at large? 	<ul style="list-style-type: none"> • Trigger events • Protests • Organizational growth • Digital engagement • Fundraising • New organizations
<i>Passive support</i>	Change in social or political conditions	<ul style="list-style-type: none"> • Is the public shifting support towards the movement? • Is the movement's narrative being elevated in public discourse? 	<ul style="list-style-type: none"> • Public opinion polls • Media coverage • Narrative adoption • Voting trends
<i>Policy, legal, and electoral gains</i>	Translation of new conditions into concrete victories	<ul style="list-style-type: none"> • Are concrete victories being won that were not possible or less successful prior to the change in conditions? 	<ul style="list-style-type: none"> • Policy victories • Litigation victories • Electoral gains

Weitere Finanzquellen

Das Bündnis nicht vergessen

- Direkte Ansprache mit Bitte um einen Bündnisbeitrag
- Bei Bündnisgründung, oder Anlassbezogen (ggf. auch mehrfach!)
- Ggf. Vorschlag zur Höhe, z.B. eine Beitragsspanne direkt mitkommunizieren



Leihen und Bürgschaften

- Die Kampagne kommt gerade in Fahrt, aber noch ist kein Geld da?
- Privatmenschen aus dem Umfeld um eine Leihgabe oder eine Bürgschaft bitten
- Geld kann nach erfolgreichem Fundraising zurückgezahlt werden

Fazit

Henning Peters
Umweltinstitut München

Fragen und Kontakt:
hp@umweltinstitut.org

- Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die eigene Kampagne zu finanzieren
- Förderanträge bieten einen guten Weg, sind jedoch aufwendig
- Im Idealfall wird durch die Beschäftigung mit Anträgen auch die Strategieentwicklung im Team vorangebracht
- Das Team der Klimawende von Unten berät gern in Bezug auf Förderung
- Teilt eure Erfahrungen (und Anträge) mit uns und anderen 😊
- Ausführliches, kostenfreies Fundraising-Training:
<https://www.dfrv.de/services/fundraising-einstieg/>