

Ohne Moos nix los - das zählt in der Kunst, Kultur und Bildung wie im normalen Leben. An Geld, Förderer oder Sponsoren zu kommen, setzt heutzutage Professionalität voraus. Ein Ratgeber hilft dabei.

Das Handbuch „Der Förderratgeber“ ist jetzt in der bereits 4. überarbeiteten Auflage erschienen. Es ist schon eine Art Standardwerk geworden und bietet einen detaillierten Überblick über die Fundraising-Arbeit für Vereine, Verbände, Schulen und Organisationen. Aber auch an Initiativen und kleinere oder junge Unternehmen. Es gibt Orientierungshilfen zur Projektarbeit und Antragstellung sowie Einblick in verschiedene nationale und europäische Fördermöglichkeiten der aktuellen Förderperiode bis 2020.

Und - ob man es gut heißt oder - es ist zum Alltag in vielen Bereichen geworden, in denen man vor einigen Jahren nicht mal an Fundraising gedacht hätte. Wie etwa Schulen. Schule als rein staatliche Aufgabe, ist Vergangenheit. Die Lernmittelfreiheit ist abgeschafft, Klassenkassen werden von Eltern gefüllt. Räume werden auch schon mal von Eltern gestrichen und oft bezahlen sie auch noch die Farbe selbst. Weil bei der Reinigung gespart wird, kommen Mütter und Väter manchmal auch zum putzen. Fördervereine sammeln Geld für Möbel, Sportgeräte, Spiele, Musikinstrumente oder besondere Projekte. Auch die wachsende Anzahl der Privatschulen zeigt einen Trend: Wer es sich leisten kann, bezahlt lieber für die Schulbildung seiner Kinder, statt sie einem stark unterfinanzierten System mit Lehrermangel und maroden Gebäuden zu überlassen.



Die Autoren und Herausgeber: Sabine und Gerhard Schwab. (Foto: Schwab)

„Bisher hat der Staat die Schulen komplett finanziert“, sagt Gerhard Schwab, einer der Herausgeber des Handbuchs. „Und es gibt noch immer das Bewusstsein, das gehe immer so weiter.“ In der Realität sind Schulen aber schon heute auf Drittmittel angewiesen.

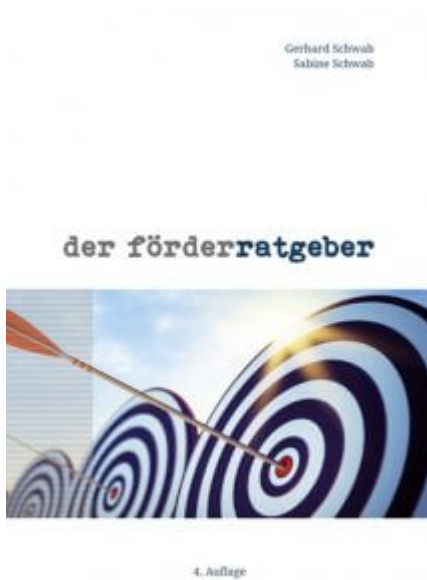
Fördervereine pumpen jährlich Millionen in die Schulen der Stadt. In der Zukunft müssen sich Schulen aufgrund rückläufiger Schülerzahlen auf mehr Wettbewerb einstellen. Wer es hier schafft, mit mehr finanziellem Spielraum das „gewisse Etwas“ bieten zu können, hat Vorteile. „Kontakte zu knüpfen und dauerhafte Partnerschaften aufzubauen braucht Zeit und langfristige Strategien“, erklärt Gerhard Schwab. Deshalb sei es wichtig, sich jetzt mit diesen Themen zu beschäftigen.

Die beiden Herausgeber und Verfasser, Sabine und Gerhard Schwab, haben mit dem

Ratgeber im Grunde aus der eigenen Erfahrung heraus gearbeitet: *„Wir kommen selbst aus der gemeinnützigen Arbeit und haben vor mehr als zehn Jahren einen Verein zum Kulturaustausch mit Kindern und Jugendlichen gegründet. Damals haben wir uns mit viel Engagement, aber doch ziemlich naiv in die Mittelakquise und die Projektarbeit gestürzt und die ersten drei Jahre sehr viel falsch gemacht. Wir hätten uns jemanden gewünscht, der uns an die Hand nimmt und uns Sicherheit gibt. Genau diese Unsicherheiten und Überforderungen sehen wir heute in den meisten Fördervereinen und Einrichtungen.“*

Fundraising und Sponsoring sind eben mehr als nur „Klinkenputzen“. Es ist der Versuch, die starken Schultern der Gesellschaft für Themen wie etwa der Kultur zu gewinnen und sie in die Verantwortung zu nehmen. Zwar ist die öffentliche Hand im Bereich Kultur noch der größte Finanzier. Aber oft werden Gelder schon nur noch unter der Auflage bewilligt, dass sogenannte „Drittmittel“ – also Sponsorgelder oder andere Gelder beschafft werden. Selbst erfahrene Antragsteller bekommen bei der Lektüre des Ratgebers Anregung. Denn er enthält Sätze wie *„Vermeiden Sie es, zuerst bei den Personal- und Honorarkosten zu sparen.“* Ein Kontrapunkt zu fast allen Behördentipps. Oder *„Beginnen Sie nie ein Projekt, welches nicht komplett durchfinanziert ist – egal wie groß oder wie klein es ist.“*

Mit 220 Seiten Umfang wurde der Ratgeber jetzt um 80 Seiten erweitert und dabei alle Kapitel aktualisiert. Erstmals werden so in der neuen Auflage etwa die Chancen und Risiken des Crowdfunding sowie des Bildungssponsoring, die Stiftungslandschaften in Nachbarländern, aktuelle Programme der EU-Förderperiode 2014 - 2020, die Adressen zum Bußgeldmarketing für alle Bundesländer und praktische Tipps zum Aufbau der eigenen Datenbank vorgestellt.



Im Vergleich zu älteren Auflagen wurden aber nun auch z.B. Kapitel zu den einzelnen Schritten der Antragstellung von der Projektidee über die Projektbeschreibung und Finanzierung bis zur Umsetzung und Berichterstattung inklusive Checklisten hinzugefügt. Erweitert wurde ebenfalls der Teil mit Informationen zur Förderpraxis von Stiftungen, die Sammlung von Beispielstiftungen und Förderprogrammen einzelner Bundesländer und des Bundes sowie die Linksammlung zu vielfältigen Fördermöglichkeiten und Ansprechpartnern. Zu bestellen ist der **Förderatgeber** auf www.foerderratgeber.de **für 17,50€ als pdf** zum sofortigen download und **für 22,50€ plus Porto als Druck**. Informationen Gerhard Schwab: [kontakt\(at\)foerderratgeber.de](mailto:kontakt(at)foerderratgeber.de) Tel.: 030/854 00 861, foerderratgeber.de

