

Es gibt viele Finanzierungsquellen für Jugendorganisationen und andere gemeinnützige Organisationen, die mit Jugendlichen arbeiten. Im Allgemeinen lassen sie sich in drei Arten von Finanzierungsquellen unterteilen:

- Eigenmittel, Einkünfte und Spenden von Einzelpersonen;
- Staatliche Finanzierung auf verschiedenen Ebenen der Regierung von der internationalen/ europäischen bis hin zur lokalen Ebene;
- Unabhängige Förderer, hauptsächlich Stiftungen.

Teil Eins gibt eine kurze Einführung in alle diese Finanzierungsquellen und ihre Charakteristiken. Sie sollten sie alle sorgfältig prüfen, um Ihre individuelle Finanzierungsstrategie zu entwickeln, entweder für ein spezifisches Projekt oder Ihre Organisation als Ganzes. In den meisten Fällen werden Sie mindestens zwei der drei Finanzierungsquellen miteinander kombinieren. Daher ist es wichtig für Ihren Erfolg als Fundraiser oder Finanzmanagerin, die Unterschiede genau zu verstehen.

Kapitel 1 – Eigenmittel, Einkünfte und Spenden von Einzelpersonen

Wenn Sie über die verschiedenen Finanzierungsquellen nachdenken, sollten Sie nie die Selbsthilfe übersehen. Zuerst ist es wichtig zu erkennen, welche Möglichkeiten Ihre Organisation zur Mittelbeschaffung hat, ohne sich an externe Förderer oder Spendenorganisationen zu wenden.

Für jede Organisation ist es wichtig, dass sie alle Möglichkeiten zur finanziellen Stabilität und Nachhaltigkeit abwägt. Die Erfahrung zeigt, dass es am besten ist, so unabhängig wie möglich von externen Faktoren, wie etwa häufigen Änderungen der Politik des Geldgebers zu sein. Daher möchten wir Ihre Aufmerksamkeit zuerst auf verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten in Ihrer unmittelbaren Umgebung lenken.

1) Mitgliedsbeiträge – Schlüssel zu Ownership und Partizipation

Die meisten Jugendaktivitäten werden von Jugendorganisationen mit Jugendlichen als Mitglieder organisiert. Die Mitgliedsbeiträge sind nicht nur wegen des eingenommenen Geldes wichtig, sondern mehr noch um Ownership (also das Gefühl, Einfluss auf die eigene Struktur nehmen zu können) und Verantwortung der Mitglieder gegenüber ihrer Organisation zu entwickeln. Menschen, die Mitgliedsbeiträge bezahlen, werden regelmäßig daran erinnert, dass sie Teil einer Organisation sind, die für Sie und Ihre Wege existiert. Wenn die Mitglieder verstehen wie ihre Mitgliedsbeiträge verwendet werden, wird es noch leichter, diese Mittel aufzubringen oder zu Sonderspenden aufzurufen.

Zahlende Mitglieder möchten auch etwas für ihr Geld bekommen: Dienste, Gelegenheit zur freiwilligen Mitarbeit und Partizipation, gesellschaftliche Veranstaltungen, neue Freundinnen und Freunde etc. Daher ist es wichtig, den richtigen Beitrag festzusetzen. Wenn der Beitrag zu gering ist, erscheint die Mitgliedschaft gemessen an dem finanziellen Aufwand unwichtig. Daher gilt, je höher der Beitrag desto motivierter die Mitglieder. Sie werden zu aktiven und engagierten Mitgliedern anstatt passiv zu bleiben.

Tipp #1

Zu hohe Mitgliedsbeiträge in Jugendorganisationen können diskriminierend oder ein Hindernis für junge Menschen aus benachteiligten Verhältnissen sein. Einige werden nicht in der Lage sein, überhaupt einen Beitrag zu bezahlen. Aber sie von der Zahlung des Mitgliedsbeitrages auszunehmen, ist nicht immer eine Lösung. Besser ist es, den Beitrag an die finanzielle Situation anzupassen oder durch eine Sachleistung zu ersetzen. Vergessen Sie nie, dass eine Beitragszahlung den Leuten Verantwortung gibt und sie sich als Teil der Aktivitäten einer Organisation fühlen. Als Beitrag kann auch gelten, wenn sich Mitglieder an weiteren Fundraising-Aktivitäten beteiligen.



Eigenmittel



Finanzierung und
Finanzmanagement
T-Kit

2) Teilnahmegebühren – Verwirklichung des Projektes

Die Mitglieder engagieren sich für eine Jugendorganisation und ihre Ziele. Oft beteiligen sie sich an ihren Aktivitäten, aber sie sind nicht die einzigen, die daran teilnehmen. Daher sollten Sie vielleicht unterschiedliche Teilnahmegebühren für Mitglieder und Nicht-Mitglieder einführen. Oft werben Organisationen neue Mitglieder durch ihre Aktivitäten, indem sie die Mitgliedschaft in Kombination mit Teilnahmegebühren anbieten. Dies hat den Vorteil, dass eine Einkommensquelle über das ursprüngliche Projekt hinaus geschaffen wird.

Tipp #2

Jugendaktivitäten sollten allen Jugendlichen, die daran interessiert sind, offen stehen, das Gleiche gilt für Mitgliedsbeiträge – Teilnahmegebühren sollten nicht diskriminierend und an die finanzielle Lage der Jugendlichen angepasst sein. Sie sollten nie ein Hindernis zur Teilnahme sein.



Im Allgemeinen gibt es, wenn jemand sich an Aktivitäten beteiligen möchte und direkt von einem bestimmten Projekt profitiert, einen guten Grund ihn/sie um einen finanziellen Beitrag zu bitten. Manchmal ist die Teilnahmegebühr symbolisch oder niedrig, da andere Finanzierungsquellen verfügbar sind. In diesem Fall sind die Teilnahmegebühren die beste Quelle der „Eigenmittel“ des Budgets, die die Förderer oder Spenderinnen/Spender fordern. Die Teilnahmegebühren sind auch eine gute Kontrolle um zu sehen, ob das Projekt relevant und attraktiv für die Zielgruppe ist. Wenn von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern ein Teil der Gebühr im Voraus verlangt wird, sichert das auch einen guten Cashflow für Ihr Projekt: Die meisten Förderer werden die vereinbarten Summen nur in Raten vorschießen.

Wenn ein Projekt besonders relevant und attraktiv für die Beteiligten ist, aber es schwierig ist, die Mittel aufzubringen, könnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aufgefordert werden, alle Kosten des Projektes mit ihren Beiträgen zu tragen. Dies beinhaltet auch die indirekten Kosten wie Verwaltung, Arbeitszeit etc. Hier kann die Teilnahmegebühr recht hoch sein, aber es ist immer noch akzeptabler, die gleiche Teilnahmegebühr für alle festzusetzen. So können alle verfügbaren Finanzmittel zusammengelegt werden, damit jeder unter gleichen (oder zumindest ähnlichen) finanziellen Bedingungen teilnimmt.

Für einige Jugendorganisationen sind die Teilnahmegebühren ein wesentlicher Bestandteil ihres Budgets. Insbesondere Organisationen, die Workcamps und Austauschaktivitäten anbieten, stützen sich oft auf die Gebühren, die die Teilnehmerinnen und Teilnehmer entrichten. Wenn man Teilnahmegebühren erheben kann heißt das auch, dass das Projekt für die Zielgruppe relevant ist.

Tipp #3

Die Erhebung einer Teilnahmegebühr ist nicht immer so einfach. Gebühren zu erheben ist eine kommerzielle Einnahme, da sie einen bestimmten Dienst als Gegenleistung für die Zahlung anbieten. Die Einnahme kann in Ihrem Land als steuerpflichtiges Einkommen betrachtet werden und im Konflikt zu dem gemeinnützigen Status Ihrer Organisation stehen. In einigen Ländern werden alle Einkünfte, die als Gebühren ausgezeichnet sind, als Einkommen aus kommerziellen Aktivitäten behandelt. In anderen sind das nur Gebühren, die über einer bestimmten Grenze liegen und die unter die Überschrift kommerzielle Aktivität fallen. Daher ist es wichtig, die rechtlichen Bedingungen für die Erhebung von Teilnahmegebühren abzuklären.



3) Bereitstellung von Dienstleistungen – Ihr verborgenes Finanzpotential

Dienstleistungen, die Ihre Organisation anbietet, könnten Teil Ihrer „Kernarbeit“ sein, obwohl Sie vielleicht nie auf die Idee gekommen wären, diese anderen gegen Entgelt anzubieten. Die meisten Jugendorganisationen verfügen über große Sachkenntnisse, die auch für andere von Interesse sind. Dies können Freiwillige oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sein, die Expertinnen oder Experten für Training oder andere Bereiche sind, in denen Ihre Organisation sich engagiert. Alle Jugendorganisationen wissen viel über die jungen Menschen in ihrer Umwelt. Dieses Wissen oder diese Sachkenntnis könnten Unternehmen, anderen Organisationen oder Einzelpersonen angeboten werden, die in der Lage sind dafür zu bezahlen.

Wenn Sie kein Wissen oder keine Sachkenntnisse anbieten möchten oder können, können Sie auch Mittel beschaffen, indem Sie sich „selbst Arbeit schaffen“ und damit Geld verdienen. Die Mitglieder Ihrer Organisation und die Freiwilligen sind wertvolle Humanressourcen, die ihre Arbeitskraft gegen Entgelt zur Verfügung stellen können, das sie der Organisation spenden können.

Teilnahmegebühren

Dienstleistungen



Es macht keine große Mühe, Flugblätter zu verteilen oder einige Stunden Autos zu waschen. Mitglieder und Freiwillige der Organisation können für eine gute Sache mobilisiert werden. Die gute Sache könnte sein, genügend Geld zu verdienen, um die Büromieten abzudecken oder Schulmaterial für arme Kinder zu kaufen. Je mehr Menschen mitmachen, desto mehr Geld kann durch das Angebot von Dienstleistungen in Ihrer Umgebung eingenommen werden. Obwohl das einfach klingt, darf man nicht vergessen, dass diese Art der Spendensammlung sorgfältig geplant und gut koordiniert werden muss. Noch wichtiger ist, dass die Menschen das Gefühl erhalten, sie bekommen letzten Endes etwas zurück.

Tipp #4



Immer wenn Geld auf das Bankkonto ihrer Organisation fließt, müssen Sie genau wissen, woher es kommt. Stellen Sie sich selbst die Frage: „Muss ich Steuern dafür bezahlen oder nicht?“ „Wie kann ich Steuern vermeiden?“ usw. Es ist wichtig, dass Sie die rechtliche Situation abklären, bevor Sie eine Spendenaktion beginnen.

In den meisten europäischen Ländern müssen Organisationen keine Steuern für Spenden entrichten (zumindest bis zu einer gewissen Obergrenze), so dass sie Veranstaltungen organisieren können, bei denen Leute Spenden für ihre Organisation zusammen tragen. Wenn die Organisation eine Spende erhält, kann sie oft eine Spendenbescheinigung ausstellen, die belegt, dass die Spende steuerlich absetzbar ist, so dass der Spender oder die Spenderin auch einen gewissen Nutzen davon hat.

Erfahrungen aus dem Leben #1

„Schüler Helfen Leben“ – sammeln 3,5 Million Euro an einem Tag.

Der 18. Juni 2002 war der „Soziale Tag“: Die Klassenzimmer in Norddeutschland (Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen und Berlin) blieben leer, da die Schülerinnen und Schüler für eine soziale Sache arbeiteten, statt in die Schule zu gehen. 210.000 Schülerinnen und Schüler mähten Rasen, trugen Koffer in Hotels, säuberten Flugzeuge. Das Verdiente spendeten sie der Jugendorganisation „Schüler Helfen Leben“. Etwa 3,5 Millionen Euro kamen an dem „Sozialen Tag“ zusammen. Mehr als 150.000 Unternehmen und Privatpersonen unterstützten das Projekt und boten Gelegenheitsjobs für diesen Tag an. Danach konnten sich die norddeutschen Schülerinnen und Schüler ausruhen, aber für „Schüler Helfen Leben“ beginnt jetzt erst die harte Arbeit in Bosnien-Herzegowina und dem Kosovo.

Weitere Information auf Deutsch unter www.sozialertag.de

4) Klassisches Fundraising

Vergessen Sie nie, dass Unternehmen Geld fast überall beschaffen können. Wenn Unternehmen das können, können Sie das auch, insbesondere da es in Ihrem Fall für eine gute Sache ist. Sie können quasi aus allem Geld machen und es gibt viele erfolgreiche Erfahrungen in diesem Bereich. Einige Ideen für Fundraising-Aktionen sind:

- Wohltätigkeitsbazare
- Auktionen
- Tombolas
- Straßensammlungen
- Partys/Discos
- Sportveranstaltungen
- Lotterien

Wenn Sie eine Veranstaltung organisieren, bei der Fundraising das Hauptziel ist, gibt es zwei Möglichkeiten, wie Sie vorgehen können. Sie können entweder die Kosten auf ein Minimum beschränken oder so viele Einnahmen wie möglich sammeln. Die Reduzierung der Kosten bedeutet nicht unbedingt, dass Sie die Angebote oder ihre Strukturen reduzieren müssen.



Es bedeutet, dass Sie die Kosten für Ihre Organisation senken müssen. Um die Einnahmen zu erhöhen, müssen Sie alle Aspekte Ihrer Veranstaltung betrachten und alle Möglichkeiten ausnutzen, um zusätzliche Mittel zu beschaffen. Im Allgemeinen ist es besser, wenige große Veranstaltungen abzuhalten als viele kleine, da dort mit weniger Aufwand mehr Geld zusammenkommt und Sie die Leute nicht ständig auffordern, ihre Taschen zu leeren.

5) Publikationen – Ein schwieriges Instrument

Viele Organisationen geben ihre eigenen Publikationen heraus. Einige versuchen, ein breiteres Publikum als ihre eigenen Mitglieder anzusprechen. Weit verbreitete Publikationen können möglicherweise mehr Geld durch Verkäufe erwirtschaften als die Herstellungskosten betragen. Außerdem können Sie Werbefläche verkaufen. Aber viele Organisationen kommunizieren über das Internet und die Produktionskosten für Publikationen sind sehr hoch, so dass man genaue Berechnungen anstellen sollte, bevor man in Druck geht. Bei den Publikationen ist ein guter Vertrieb wichtig. Jeder hat sicherlich schon Stapel von Broschüren gesehen, die in den Hinterräumen von Jugendorganisationen Staub ansetzen, da niemand vorher einen richtigen Vertriebsplan ausgearbeitet hatte. Aber wie sieht es mit einem Inserat auf Ihrer Webseite aus?

6) Massenbriefe – Europäische Vielfalt

Massenhafte Versendung von Postwurfsendungen (Mail Campaigns) sind eine sehr spezifische Art des Fundraising bei Einzelpersonen. Die meisten Menschen, die Sie um Unterstützung bitten, haben Sie noch nie gesehen. Ihre Organisation weiß nichts über sie außer ihrer Adresse. Die meisten haben wahrscheinlich noch nichts von Ihrer Organisation gehört, daher hängt der Erfolg der Kampagne vor allem von Ihrer Botschaft, der Präsentation und Ihrer Glaubwürdigkeit ab. Der Erfolg einer Mail Campaign kann auch von externen Faktoren wie der Sensibilisierung der Öffentlichkeit für das Thema, das Sie ansprechen, beeinflusst werden. Dies hängt oft völlig davon ab, wie viel über dieses Thema in den Medien berichtet wird.

Zunächst müssen Sie sichergehen, dass Sie für eine Sache Spenden sammeln, die die Menschen auch unterstützen wollen. Die Leute werden nicht daran interessiert sein, zum Beispiel Ihre Büromiete zu bezahlen. Ein hervorragendes graphisches Erscheinungsbild, eine klare und konkrete Botschaft, gute Beispiele Ihrer früheren und laufenden Aktivitäten, ein leicht verständlicher Text und angenehmer Stil sind wesentlich für den Erfolg Ihrer Kampagne.

Es ist auch wichtig, genaue Informationen darüber zu geben, wie ein Beitrag geleistet werden kann. Als Faustregel gilt: So einfach wie möglich. Verwenden Sie zum Beispiel Formulare (Kreditkartenformulare, Bankwechsel, Banküberweisungen usw.), die einfach zurückgeschickt werden können. Wenn Sie sich für eine dieser Formen entscheiden, gehen Sie sicher, dass die Spender sie portofrei zurückschicken kann (d.h. Sie müssen das Porto selbst übernehmen).

Es gibt beträchtliche kulturelle Unterschiede in Europa beim Direct Mailing. In einigen Ländern sind die Menschen daran gewöhnt, auf diese Art zu spenden und haben großes Vertrauen in die Organisationen. In anderen Ländern (die meisten Länder Mittel- und Osteuropas zum Beispiel) hat eine Postwurfsendung wenig Aussicht auf Erfolg. Ein weiterer wichtiger Faktor ist wie wohlhabend die Menschen sind, die Sie ansprechen. Die ganz Armen haben nicht die Mittel, während die ganz Reichen vielleicht einen persönlicheren Weg vorziehen. Vielleicht werden Sie auch negative Reaktionen auf ungebetene Post erhalten. Einige Menschen, in einigen Ländern mehr als in anderen, sehen das als Eingriff in ihre Privatsphäre.

Mail Campaigns müssen daher gut geplant sein und gründlich in Ihrer Organisation diskutiert werden, da sie sehr kostenaufwendig sind. Wenn Sie eine Postwurfsendung, selbst wenn es nur in beschränktem Ausmaß ist, durchführen möchten, versuchen Sie sich Rat von Leuten zu holen, die ähnliche Kampagnen in ihrer Umgebung durchgeführt haben. Ihre Erfahrung wird Ihnen sicher hilfreich sein.

7) Payroll Giving – Eine interessante Möglichkeit in einigen Ländern

Eine Art der individuellen Spendensammlung, die der Unterstützung der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber bedarf, ist das Payroll Giving (Gehaltsspende). Hier entscheiden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ein spezifisches Projekt oder eine Organisation zu unterstützen, indem sie direkt von ihren Gehaltsschecks spenden. Die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer entscheiden, für welche Organisation sie spenden möchten und die Arbeitgeberinnen/Arbeitgeber richten ein System ein, so dass das Geld vom Wochen- oder Monatslohn abgezogen und direkt an die entsprechende Organisation weitergeleitet wird.

Publikationen

Mailing



In einigen Ländern ist der gespendete Lohnanteil von der Einkommenssteuer ausgenommen. Zudem ist es in einigen Ländern auch erforderlich, dass der Arbeitgeber auf die Initiative der Arbeitnehmer reagiert und die Verwaltungskosten trägt.

Erfahrungen aus dem Leben #2

Katholische Jugend Kastl – ganzjährige lokale Spendensammler

Die Katholische Jugend Kastl ist eine eingetragene Jugendgruppe in Kastl, einem Dorf mit 1.500 Einwohnerinnen und Einwohnern in Süddeutschland. Die Gruppe zählt etwa 70 Mitglieder, von denen 30 wirklich aktiv sind. Sie ist eine Gruppe, die sich selbst organisiert, ihre Aktivitäten sind hauptsächlich für die Mitglieder bestimmt: Ein Jugendclub, Ausflüge, Partys, lokale Volleyballturniere und Teilnahme an Sportturnieren, die von anderen Jugendgruppen aus den umliegenden Dörfern organisiert werden. Alle Mitglieder zahlen einen Mitgliedsbeitrag, der nur die Versicherungskosten abdeckt.

Die Gruppe ist sehr aktiv bei der Organisation von Veranstaltungen für ihre Mitglieder und die ganze Gemeinde. Diese Veranstaltungen sind gesellschaftliche Veranstaltungen, dienen aber auch dem Fundraising:

- Karnevals-Disco: Diese wird vollständig von der Gruppe organisiert. Das Geld wird durch Eintrittsgebühren und dem Verkauf von Getränken eingenommen. Die Veranstaltung bringt etwa 2000 Euro. Die Gruppe hält die externen Kosten (DJ, Miete der Anlage etc) so niedrig wie möglich.
- Traditionelles Fest zum 1. Mai (Maibaum). Die Gruppe ist verantwortlich für den Einkauf, das Aufstellen und die Dekoration des Maibaums im Dorfzentrum. Freiwillige organisieren auch Imbiss- und Getränkestände. Bei dieser Veranstaltung kommen etwa 500 Euro zusammen.
- „Johannisfeuer“ - ein weiteres traditionelles Fest zu Beginn des Sommers. Holzabfälle werden von der örtlichen Bevölkerung gesammelt, um ein riesiges Freudenfeuer zu errichten. Bei Einbruch der Dunkelheit wird es angezündet. Bei dieser Veranstaltung verkauft die Jugendgruppe erneut Speisen und Getränke. Die Einnahmen daraus betragen 500 Euro.
- Weihnachtsbasar: Verkauf von Weihnachtsschmuck, der von den Mitgliedern der Gruppe hergestellt wird.
- Das Dorf veranstaltet alle zehn Jahre ein großes Fest - eine großartige Gelegenheit für die Jugendgruppe, größere Veranstaltungen zu organisieren. Letztes Mal organisierten sie ein Rockkonzert, bei dem fast 10.000 Euro zusammen kamen.

Festzustellen ist, dass keine dieser Veranstaltungen eine reine Spendenaktion ist. Die Jugendgruppe organisiert eine Feier für die örtliche Gemeinde. Die Veranstaltungen sind gut besucht, da die Ortsansässigen diese begrüßen. Gleichzeitig nutzt die Gruppe die Fundraising-Möglichkeiten der Veranstaltungen so gut wie möglich. Sie halten die Kosten niedrig, indem sie mit anderen örtlichen Organisationen (wie der Feuerwehr) und Freiwilligen zusammenarbeiten und ihre persönlichen Kontakte nutzen, um bessere Preise für die Waren zu erhalten, die sie benötigen.

Das bei diesen Veranstaltungen eingenommene Geld dient dazu, die Kosten der Gruppe abzudecken - wie Heizkosten des Gruppenraumes, Ausflüge und Lager (zumindest teilweise, da die Teilnehmer hier auch einen Teil der Kosten tragen) und kleine Partys für die aktiven Mitglieder. Die Gruppe spendet oft Geld für einen guten Zweck – zum Beispiel all das Geld, das beim Weihnachtsbasar zusammenkommt.