

Kapitel 4 – Wofür benötigen Sie die Finanzierung?

1) Mission, Strategie und Nachhaltigkeit

In diesem T-Kit verstehen wir den Begriff Finanzmanagement im weitesten Sinne des Wortes. Obgleich Finanzmanagement normalerweise nur Haushaltsplanung, Rechnungswesen und Kontrolle der Finanzmittel umfasst, verstehen wir den Begriff so, dass verschiedene Aspekte einer erfolgreichen Fundraising-Person abgedeckt werden:

- Informationen über Finanzierung und Förderer
- Entwicklung und Qualitätskontrolle von Projekten
- Haushaltsplanung, Rechnungswesen und Kontrolle
- Berichterstattung und „Relationship-Fundraising“.

Mission, Strategie und Nachhaltigkeit Ihres Projektes oder Ihrer Organisation sollten der Ausgangspunkt Ihrer Fundraising-Bemühungen sein. Daher setzen wir sie folglich an den Anfang dieses zweiten Teils des T-Kit.

Wenn Sie an Ihre Organisation und Ihre Projekte denken, denken Sie zuerst an das, was Sie erreichen möchten oder daran, wie Sie das Geld dafür beschaffen können?

Wir gehen davon aus, dass Sie das erstere tun und dass Sie Ihre Ideen ausgearbeitet und bereits Projektplanung betrieben haben, bevor Sie sich mit den Details der Finanzplanung und der Beschaffung des Kapitals herumschlagen.

Geld ist eins der primären Instrumente, das Ihnen hilft, die „Mission“, die Aufgabe Ihrer Organisation oder Ihres Projektes zu verwirklichen. Der Zweck der Aktivitäten, die Sie planen, muss dann in einen „strategischen Plan“ umgewandelt werden, in dem die Schritte zur Erreichung des Ziels dargelegt werden. Geld ist einer der Schlüssel zur „Nachhaltigkeit“ und damit Dauerhaftigkeit einer Arbeit. Für eine Dauerhaftigkeit Ihrer Arbeit in diesem Sinne ist es wichtig, kontinuierliche Einnahmen zu erhalten und das Beste daraus zu machen.

Jedoch werden ein starkes Ziel und eine Mission in Verbindung mit einem gut durchdachten und strukturierten strategischen Plan zur lebenslangen Unterstützung des Projekts, die Aufgabe des Fundraising sehr erleichtern. Das beeindruckt Förderer und ist für den Gewinn der finanziellen Unterstützung wesentlich.

Mission - Strategischer Plan - Nachhaltigkeit: Schlüsselkonzepte für erfolgreiches Fundraising

Mission = allgemeiner Zweck und Richtung Ihrer Organisation oder Ihres Projektes

Strategischer Plan = die größeren Schritte, die zur Erreichung Ihres Zieles nötig sind

Nachhaltigkeit = die Fähigkeit, Ihr Projekt während der beabsichtigten Laufzeit am Leben zu erhalten.

Wenn Sie noch nicht an dem Punkt angelangt sind, an dem Sie eine klare Vorstellung davon haben, was Sie tun möchten und wie Sie dies tun wollen, dann empfehlen wir Ihnen, sich damit einige Zeit auseinander zu setzen und andere Materialien zu konsultieren wie die T-Kits „Management von Jugendorganisationen“ und „Projektmanagement“.

Was für eine Organisation sind Sie?

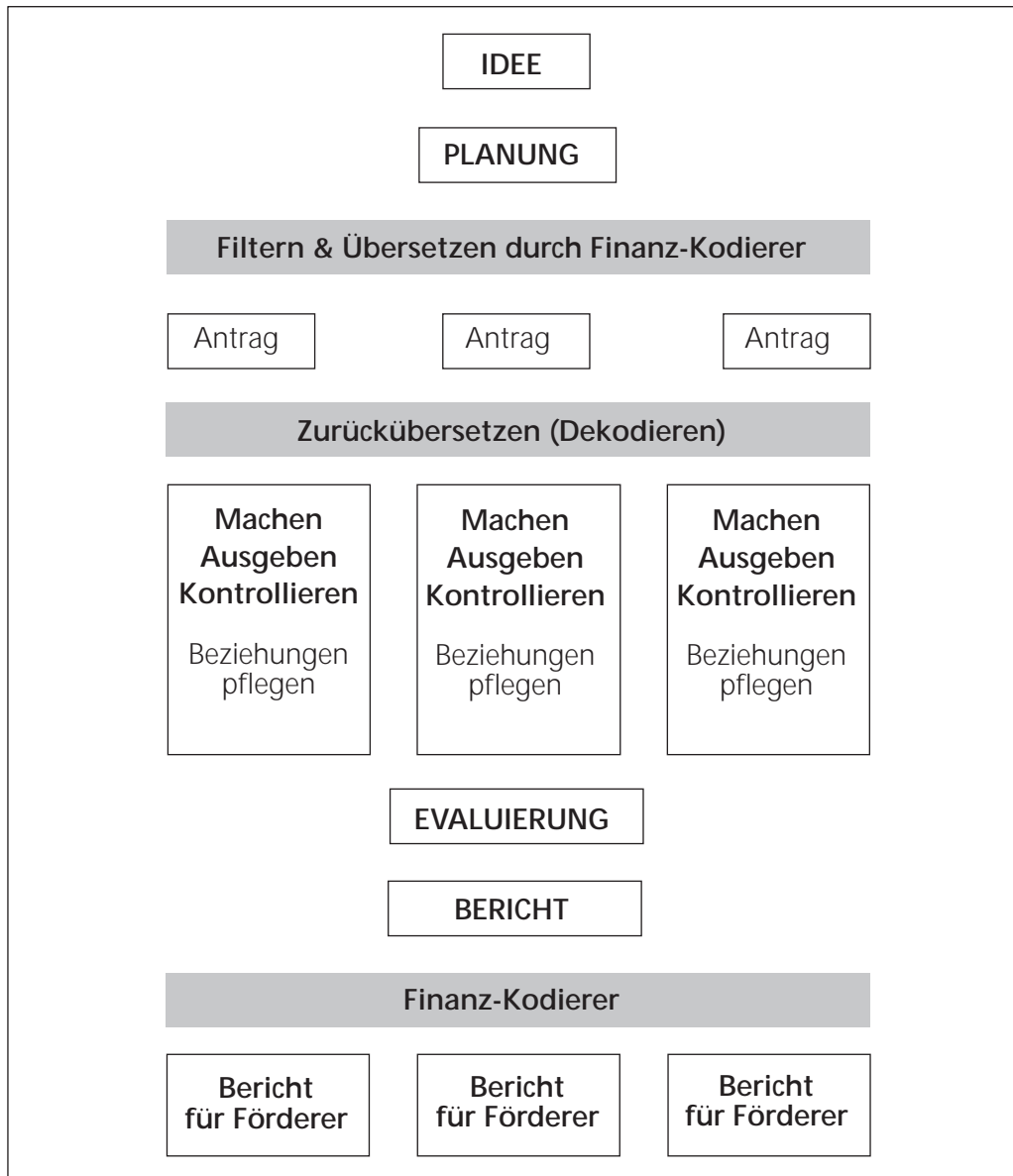
Sich selbst zu verstehen ist der erste Schritt, wenn man andere dazu bringen möchte, einen zu verstehen – und das ist ein wesentlicher Teil der Beziehung zwischen Ihnen und Ihren Förderern. Als Organisation müssen Sie klare Strukturen, Ethos, Aufgaben, Ziele und Strategien haben.

Versetzen Sie sich in die Lage eines Förderers. Was würden Sie über eine Organisation wissen wollen, der Sie planen, Geld zu geben?

- Wer ist beteiligt und wie sind sie dorthin gekommen?
- Wer ist für das Geld rechenschaftspflichtig und wie sind seine/ihre Kolleginnen und Kollegen ihm/ihr rechenschaftspflichtig?
- Welche Strukturen, Verantwortlichkeiten und Berichtspflichten gibt es?
- Gibt es externe Organe, die die Qualität der Aktivitäten oder Dienste prüfen, die sie anbieten?
- Wie kann ich erfahren, ob sie das Geld effektiv und verantwortungsbewusst verwenden werden?

2) Der Finanz-Kodierer

Der Finanz-Kodierer



Die Grafik zeigt die verschiedenen Stadien eines Projektes, unter Betonung des Finanzierungsprozesses. Es zeigt insbesondere die Punkte, bei denen die für die Finanzierung verantwortliche Person die Rolle der Kodierung, Filterung und Decodierung von Informationen über das Projekt übernimmt. Der Fundraiser/die Fundraiserin übersetzt sozusagen zwischen der Sprache des Projekts und der des Förderers. Selbstverständlich sprechen unterschiedliche Förderer häufig unterschiedliche Sprachen, daher muss der/die Verantwortliche für das Fundraising sozusagen mehrsprachig sein.

Die Aufgabe einer/eines Fundraising-Verantwortlichen ist es, nach der Projektidee und nach Abschluss der Anfangsplanung, die gesammelten Informationen über das Projekt in eine Sprache und ein Format zu „kodieren“, die die Förderer verwenden können. Der Fundraiser filtert auch nicht relevante oder für den möglichen Förderer ungeeignete Informationen heraus. Dies hängt davon ab, wie gut die mit dem Fundraising vertraute Person die Förderer-Seite versteht. Für einen erfolgreichen Antrag ist es wesentlich, die Sprache der Geldgeber/innen und ihr Programm zu kennen und die detaillierten Informationen über die Einreichung von Anträgen zu beachten. Wenn der mögliche Förderer nur eine Din-A4 Seite zur Beschreibung des Projektes wünscht, dann wird eine sechsstufige vielfarbige Abhandlung nicht gut ankommen.

Tipp #8

Das Wissen um die Sprache und das Programm des potenziellen Förderers ist entscheidend für einen erfolgreichen Antrag, ebenso detaillierte Informationen darüber, wie ein Antrag eingereicht werden soll.

- Welche Informationsquellen über Förderer stehen Ihnen zur Verfügung?
- Welche Hindernisse gibt es für den Erhalt von Informationen und wie können Sie sie überwinden?
- Wie können wir die Erfahrungen mit anderen Förderern aus der Vergangenheit nutzen?



Nachdem der Fundraiser eine positive Antwort von einem Förderer erhalten hat, muss er die damit verbundenen Botschaften decodieren. Welche Anforderungen stellt der Geldgeber? Welche Beschränkungen sind für die Ausgaben vorgesehen? Welche Fristen werden auferlegt und welchen Einfluss hat das auf das Projektmanagement?

Das Geld (oder die Sachspenden) ermöglichen natürlich die Durchführung des Projekts. Wie die Grafik zeigt, beinhaltet dies „machen“, „ausgeben“, „kontrollieren“ und „Beziehungen pflegen“. Dann erfolgt die Evaluierung (eine sehr wichtige Phase in den Augen vieler Förderer) und die Erstellung eines Berichts. In dem Bericht werden viele der Informationen zusammengetragen, die für die Einzelberichte an die Geldgeber/innen benötigt werden, aber auch diese müssen gefiltert und kodiert werden – nicht um die Informationen zu manipulieren oder die Förderer falsch zu informieren (im Gegenteil), sondern um sicherzugehen, dass die Fragen der Geldgeber/innen in der erforderlichen Form beantwortet werden.

Förderer müssen oft viele Berichte lesen, daher ist in der Regel für die Evaluation das Ausfüllen eines Standardformates erforderlich. Es lohnt nachzufragen, ob eine Kopie Ihres Gesamtberichtes zusätzlich zum erforderlichen Mindestbericht erwünscht ist.

Wer ist beteiligt?

Die für das Fundraising zuständige Person muss unbedingt einen Überblick über das Gesamtprojekt und die Möglichkeit haben, Ideen und Vorschläge in alle Aspekte des Projektes einzubringen. Dieses bedeutet nicht, dass er oder sie die einzige Person ist, die das Geld beschafft. Wie bei der Öffentlichkeitsarbeit und dem Marketing leisten alle Projektbeteiligten einen Beitrag, selbst wenn sie sich nur richtig verhalten und nicht dem Ruf der Organisation schaden.

Die Beschaffung der Mittel für ein Projekt sollte als wesentlicher Bestandteil der Projektbeteiligung gesehen werden - tatsächlich ist es für einige der einzige Beitrag. Versuchen Sie, die Kreativität und Energie aller Beteiligten zu nutzen, damit das Fundraising von Erfolg gekrönt ist. Dies wird bereits ein Zeichen für die Förderer sein, dass Ihr Projekt ein Qualitätsprojekt ist, das die verfügbaren Ressourcen bestmöglich nutzt.

